



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

DOK-1.410.3.2022.AG.PD

Warszawa, 20 grudnia 2023 r.

DECYZJA NR DOK-5/2023

- I.** Na podstawie art. 10 ust. 1 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. z 2023 r. poz. 1689 ze zm.) 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 ustanowionych w art. 81 i 82 Traktatu (Dz. Urz. UE L 1 z 4.1.2003 r., wersja skonsolidowana Dz. Urz. UE L 148 z 11.6.2009 r.), Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów uznaje za praktykę ograniczającą konkurencję na krajowym rynku dystrybucji produktów elektronicznych stanowiących elementy systemu monitoringu, urządzenia dostępu i akcesoria związane z systemami bezpieczeństwa zawarcie przez:
- (i) Dahua Technology Poland sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie;
 - (ii) Alkam Security spółka z ograniczoną odpowiedzialnością sp. k. z siedzibą w Jabłonnej;
 - (iii) „Alpol” sp. z o.o. z siedzibą w Katowicach;
 - (iv) Eltrox sp. z o.o. z siedzibą w Częstochowie (dawniej: E-commerce Partners sp. z o.o. z siedzibą w Częstochowie);
 - (v) Monikę Matysiak, prowadzącą działalność gospodarczą pod firmą „Delta - Opti Monika Matysiak” w Poznaniu;
 - (vi) Marcina Gradzewicza, prowadzącego działalność gospodarczą pod firmą „TECHGLOBAL Marcin Gradzewicz (wspólnik spółki cywilnej)” w Gdańsku;
 - (vii) Michała Gałęzowskiego, prowadzącego działalność gospodarczą pod firmą „TECHGLOBAL Michał Gałęzowski (wspólnik spółki cywilnej)” w Gdańsku

porozumienia w rozumieniu art. 4 pkt 5 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, a zarazem porozumienia lub praktyki uzgodnionej w rozumieniu art. 101 ust. 1 Traktatu o funkcjonowaniu Unii Europejskiej (wersja skonsolidowana: Dz. Urz. UE C 202 z 7.06.2016 r., s. 1-388), polegającego na:

1. ustalaniu cen produktów marki Dahua, co stanowi naruszenie art. 6 ust. 1 pkt 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów oraz art. 101 ust. 1 lit. a Traktatu o funkcjonowaniu Unii Europejskiej,
2. podziale rynków w odniesieniu do produktów marki Dahua poprzez przydzielanie dystrybutorom Dahua Technology Poland sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie transakcji sprzedaży produktów marki Dahua do odbiorców, co stanowi naruszenie art. 6 ust. 1 pkt 3 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów oraz art. 101 ust. 1 lit. c Traktatu o funkcjonowaniu Unii Europejskiej.

II. Na podstawie art. 106 ust. 1 pkt 1 i 2 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. z 2023 r. poz. 1689 ze zm.) oraz art. 5 Rozporządzenia Rady UE nr 1/2003 z dnia 16 grudnia 2002 r. w sprawie wprowadzenia w życie reguł konkurencji ustanowionych w art. 81 i 82 Traktatu (Dz. Urz. UE L 1 z 4.1.2003 r., wersja skonsolidowana Dz. Urz. UE L 148 z 11.6.2009 r.), Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów z tytułu naruszenia zakazów, o których mowa w art. 6 ust. 1 pkt 1 i 3 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, a także art. 101 ust. 1 lit. a i c Traktatu o funkcjonowaniu Unii Europejskiej (Dz. Urz. UE L 1 z 4.1.2003 r., wersja skonsolidowana Dz. Urz. UE L 148 z 11.6.2009 r.), w zakresie określonym w pkt. I sentencji niniejszej decyzji, nakłada na:

- (i) Dahua Technology Poland sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie karę pieniężną w wysokości **22 191 472,31 zł** (słownie: dwadzieścia dwa miliony sto dziewięćdziesiąt jeden tysięcy czterysta siedemdziesiąt dwa złote i trzydzieści jeden groszy), płatną do budżetu państwa;
- (ii) Alkam Security spółka z ograniczoną odpowiedzialnością sp. k. z siedzibą w Jabłonnej karę pieniężną w wysokości **1 750 168,85 zł** (słownie: jeden milion siedemset pięćdziesiąt tysięcy sto sześćdziesiąt osiem złotych i osiemdziesiąt pięć groszy), płatną do budżetu państwa;
- (iii) „Alpol” sp. z o.o. z siedzibą w Katowicach karę pieniężną w wysokości **1 880 340,62 zł** (słownie: jeden milion osiemset osiemdziesiąt tysięcy trzysta czterdzieści złotych i sześćdziesiąt dwa grosze), płatną do budżetu państwa;
- (iv) Eltrox sp. z o.o. z siedzibą w Częstochowie (dawniej: E-commerce Partners sp. z o.o. z siedzibą w Częstochowie) karę pieniężną w wysokości **6 716 275,63 zł**

(słownie: sześć milionów siedemset szesnaście tysięcy dwieście siedemdziesiąt pięć złotych i sześćdziesiąt trzy grosze), płatną do budżetu państwa;

- (v) Monikę Matysiak, prowadzącą działalność gospodarczą pod firmą „Delta - Opti Monika Matysiak” w Poznaniu karę pieniężną w wysokości **2 746 100,63 zł** (słownie: dwa miliony siedemset czterdzieści sześć tysięcy sto złotych i sześćdziesiąt trzy grosze), płatną do budżetu państwa;
- (vi) Marcina Gradzewicza, prowadzącego działalność gospodarczą pod firmą „TECHGLOBAL Marcin Gradzewicz (wspólnik spółki cywilnej)” w Gdańsku karę pieniężną w wysokości **496 066,96 zł** (słownie: czterysta dziewięćdziesiąt sześć tysięcy sześćdziesiąt sześć złotych i dziewięćdziesiąt sześć groszy), płatną do budżetu państwa;
- (vii) Michała Gałęzowskiego, prowadzącego działalność gospodarczą pod firmą „TECHGLOBAL Michał Gałęzowski (wspólnik spółki cywilnej)” w Gdańsku karę pieniężną w wysokości **496 066,97 zł** (słownie: czterysta dziewięćdziesiąt sześć tysięcy sześćdziesiąt sześć złotych i dziewięćdziesiąt siedem groszy), płatną do budżetu państwa.

- III.** Na podstawie art. 6a i art. 12a w zw. z art. 10 ust. 1 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. z 2023 r. poz. 1689 ze zm.), Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów stwierdza, że pan Artur Prusinowski, jako osoba zarządzająca umyślnie przez swoje działanie dopuścił do naruszenia przez Dahua Technology Poland sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie zakazów, o których mowa w art. 6 ust. 1 pkt 1 i 3 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów oraz w art. 101 ust. 1 lit. a i c Traktatu o funkcjonowaniu Unii Europejskiej, w zakresie określonym w pkt. I.1. i I.2. sentencji niniejszej decyzji.
- IV.** Na podstawie art. 6a i art. 12a w zw. z art. 10 ust. 1 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. z 2023 r. poz. 1689 ze zm.), Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów stwierdza, że pan Andrzej Jarzyna, jako osoba zarządzająca umyślnie przez swoje działanie dopuścił do naruszenia przez Dahua Technology Poland sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie zakazu, o którym mowa w art. 6 ust. 1 pkt 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów oraz w art. 101 ust. 1 lit. a Traktatu o funkcjonowaniu Unii Europejskiej, w zakresie określonym w pkt. I.1. sentencji niniejszej decyzji.
- V.** Na podstawie art. 6a i art. 12a w zw. z art. 10 ust. 1 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. z 2023 r. poz. 1689 ze zm.), Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów stwierdza, że pan Dariusz Kondraciuk, jako osoba zarządzająca umyślnie przez swoje działanie i zaniechanie dopuścił do naruszenia przez Alkam Security spółka z ograniczoną odpowiedzialnością sp. k. z siedzibą w Jabłonnej zakazu, o którym mowa w art. 6

ust. 1 pkt 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów oraz w art. 101 ust. 1 lit. a Traktatu o funkcjonowaniu Unii Europejskiej, w zakresie określonym w pkt. I.1. sentencji niniejszej decyzji.

- VI.** Na podstawie art. 6a i art. 12a w zw. z art. 10 ust. 1 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. z 2023 r. poz. 1689 ze zm.), Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów stwierdza, że pan Piotr Bąchorek, jako osoba zarządzająca umyślnie przez swoje zaniechanie dopuścił do naruszenia przez „Alpol” sp. z o.o. z siedzibą w Katowicach zakazu, o którym mowa w art. 6 ust. 1 pkt 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów oraz w art. 101 ust. 1 lit. a Traktatu o funkcjonowaniu Unii Europejskiej, w zakresie określonym w pkt. I.1. sentencji niniejszej decyzji.
- VII.** Na podstawie art. 6a i art. 12a w zw. z art. 10 ust. 1 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. z 2023 r. poz. 1689 ze zm.), Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów stwierdza, że pan Paweł Zemła, jako osoba zarządzająca umyślnie przez swoje zaniechanie dopuścił do naruszenia przez „Alpol” sp. z o.o. z siedzibą w Katowicach zakazu, o którym mowa w art. 6 ust. 1 pkt 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów oraz w art. 101 ust. 1 lit. a Traktatu o funkcjonowaniu Unii Europejskiej, w zakresie określonym w pkt. I.1. sentencji niniejszej decyzji.
- VIII.** Na podstawie art. 6a i art. 12a w zw. z art. 10 ust. 1 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. z 2023 r. poz. 1689 ze zm.), Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów stwierdza, że pan Zbigniew Dąbrowski, jako osoba zarządzająca umyślnie przez swoje zaniechanie dopuścił do naruszenia przez Eltrox sp. z o.o. z siedzibą w Częstochowie (dawniej: E-commerce Partners sp. z o.o. z siedzibą w Częstochowie) zakazu, o którym mowa w art. 6 ust. 1 pkt 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów oraz w art. 101 ust. 1 lit. a Traktatu o funkcjonowaniu Unii Europejskiej, w zakresie określonym w pkt. I.1. sentencji niniejszej decyzji.
- IX.** Na podstawie art. 6a i art. 12a w zw. z art. 10 ust. 1 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. z 2023 r. poz. 1689 ze zm.), Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów stwierdza, że pan Mateusz Kurowski, jako osoba zarządzająca umyślnie przez swoje zaniechanie dopuścił do naruszenia przez Eltrox sp. z o.o. z siedzibą w Częstochowie (dawniej: E-commerce Partners sp. z o.o. z siedzibą w Częstochowie) zakazów, o których mowa w art. 6 ust. 1 pkt 1 i 3 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów oraz w art. 101 ust. 1 lit. a i c Traktatu o funkcjonowaniu Unii Europejskiej, w zakresie określonym w pkt. I.1. i I.2. sentencji niniejszej decyzji.
- X.** Na podstawie art. 106a ust. 1 i 2 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. z 2023 r. poz. 1689 ze zm.), Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów z tytułu odpowiedzialności, o której mowa w art. 6a ustawy o ochronie konkurencji

i konsumentów, w zakresie określonym w pkt. III sentencji niniejszej decyzji nakłada na pana Artura Prusinowskiego karę pieniężną w wysokości **245 000,00 zł** (słownie: dwieście czterdzieści pięć tysięcy złotych), płatną do budżetu państwa.

- XI.** Na podstawie art. 106a ust. 1 i 2 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. z 2023 r. poz. 1689 ze zm.), Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów z tytułu odpowiedzialności, o której mowa w art. 6a ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, w zakresie określonym w pkt. IV sentencji niniejszej decyzji nakłada na pana Andrzeja Jarzynę karę pieniężną w wysokości **75 000,00 zł** (słownie: siedemdziesiąt pięć tysięcy złotych), płatną do budżetu państwa.
- XII.** Na podstawie art. 106a ust. 1 i 2 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. z 2023 r. poz. 1689 ze zm.), Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów z tytułu odpowiedzialności, o której mowa w art. 6a ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, w zakresie określonym w pkt. V sentencji niniejszej decyzji nakłada na pana Dariusza Kondraciuka karę pieniężną w wysokości **100 000,00 zł** (słownie: sto tysięcy złotych), płatną do budżetu państwa.
- XIII.** Na podstawie art. 106a ust. 1 i 2 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. z 2023 r. poz. 1689 ze zm.), Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów z tytułu odpowiedzialności, o której mowa w art. 6a ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, w zakresie określonym w pkt. VI sentencji niniejszej decyzji nakłada na pana Piotra Bąchoraka karę pieniężną w wysokości **85 000,00 zł** (słownie: osiemdziesiąt pięć tysięcy złotych), płatną do budżetu państwa.
- XIV.** Na podstawie art. 106a ust. 1 i 2 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. z 2023 r. poz. 1689 ze zm.), Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów z tytułu odpowiedzialności, o której mowa w art. 6a ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, w zakresie określonym w pkt. VII sentencji niniejszej decyzji nakłada na pana Pawła Zemłę karę pieniężną w wysokości **42 500,00 zł** (słownie: czterdzieści dwa tysiące pięćset złotych), płatną do budżetu państwa.
- XV.** Na podstawie art. 106a ust. 1 i 2 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. z 2023 r. poz. 1689 ze zm.), Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów z tytułu odpowiedzialności, o której mowa w art. 6a ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, w zakresie określonym w pkt. VIII sentencji niniejszej decyzji nakłada na pana Zbigniewa Dąbrowskiego karę pieniężną w wysokości **148 750,00 zł** (słownie: sto czterdzieści osiem tysięcy siedemset pięćdziesiąt złotych), płatną do budżetu państwa.
- XVI.** Na podstawie art. 106a ust. 1 i 2 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. z 2023 r. poz. 1689 ze zm.), Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i

Konsumentów z tytułu odpowiedzialności, o której mowa w art. 6a ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, w zakresie określonym w pkt. IX sentencji niniejszej decyzji nakłada na pana Mateusza Kurowskiego karę pieniężną w wysokości **42 875,00 zł** (słownie: czterdzieści dwa tysiące złotych osiemset siedemdziesiąt pięć złotych), płatną do budżetu państwa.

XVII. Na podstawie art. 77 ust. 1 oraz art. 80 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. z 2023 r. poz. 1689 ze zm.) oraz na podstawie art. 263 i art. 264 § 1 ustawy z dnia 14 czerwca 1960 r. Kodeks postępowania administracyjnego (Dz. U. z 2023 r. poz. 775 ze zm.) w związku z art. 83 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów obciąża kosztami postępowania antymonopolowego następujące podmioty:

- (i) Dahua Technology Poland sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie w kwocie **233,71 zł** (słownie: dwieście trzydzieści trzy złote siedemdziesiąt jeden groszy);
- (ii) Alkam Security spółka z ograniczoną odpowiedzialnością sp. k. z siedzibą w Jabłonnej w kwocie **33,51 zł** (słownie: trzydzieści trzy złote pięćdziesiąt jeden groszy);
- (iii) „Alpol” sp. z o.o. z siedzibą w Katowicach w kwocie **213,31 zł** (słownie: dwieście trzysta trzy złote trzydzieści jeden groszy);
- (iv) Eltrox sp. z o.o. z siedzibą w Częstochowie (dawniej: E-commerce Partners sp. z o.o. z siedzibą w Częstochowie) w kwocie **204,11 zł** (słownie: dwieście cztery złote jedenaście groszy);
- (v) Monikę Matysiak, prowadzącą działalność gospodarczą pod firmą „Delta - Opti Monika Matysiak” w Poznaniu w kwocie **176,51 zł** (słownie: sto siedemdziesiąt sześć złotych pięćdziesiąt jeden groszy);
- (vi) Marcina Gradzewicza, prowadzącego działalność gospodarczą pod firmą „TECHGLOBAL Marcin Gradzewicz (wspólnik spółki cywilnej)” w Gdańsku w kwocie **194,91 zł** (słownie: sto dziewięćdziesiąt cztery złote dziewięćdziesiąt jeden groszy);
- (vii) Michała Gałęzowskiego, prowadzącego działalność gospodarczą pod firmą „TECHGLOBAL Michał Gałęzowski (wspólnik spółki cywilnej)” w Gdańsku w kwocie **167,41 zł** (słownie: sto sześćdziesiąt siedem złotych czterdzieści jeden groszy);
- (viii) Artura Prusinowskiego w kwocie **110,21 zł** (słownie: sto dziesięć złotych dwadzieścia jeden groszy);

- (ix) Andrzeja Jarzynę w kwocie **156,11 zł** (słownie: sto pięćdziesiąt sześć złotych jedenaście groszy);
- (x) Dariusza Kondraciuka w kwocie **156,11 zł** (słownie: sto pięćdziesiąt sześć złotych jedenaście groszy);
- (xi) Piotra Bąchorka w kwocie **137,81 zł** (słownie: sto trzydzieści siedem złotych osiemdziesiąt jeden groszy);
- (xii) Pawła Zemłę w kwocie **137,81 zł** (słownie: sto trzydzieści siedem złotych osiemdziesiąt jeden groszy);
- (xiii) Zbigniewa Dąbrowskiego w kwocie **177,11 zł** (słownie: sto siedemdziesiąt siedem złotych jedenaście groszy);
- (xiv) Mateusza Kurowskiego w kwocie **156,11 zł** (słownie: sto pięćdziesiąt sześć złotych jedenaście groszy);

i zobowiązuje do uiszczenia tych kosztów na rzecz Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów w terminie 14 dni od daty uprawomocnienia się decyzji.

UZASADNIENIE

1. Przedmiot postępowania

- (1) Postępowanie antymonopolowe w sprawie, której dotyczy niniejsza decyzja, zostało wszczęte po uprzednim przeprowadzeniu przez Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów (dalej: „Prezes Urzędu”) postępowania wyjaśniającego pod sygnaturą akt DOK-1.400.2.2021.AG.AK, mającego na celu wstępne ustalenie, czy w związku z działalnością przedsiębiorców zajmujących się obrotem produktami marki Dahua mogło dojść do naruszenia przepisów ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów oraz Traktatu o funkcjonowaniu Unii Europejskiej (Dz. Urz. UE L 1 z 4.1.2003 r., wersja skonsolidowana Dz. Urz. UE L 148 z 11.6.2009 r.; dalej: „TFUE”), uzasadniającego wszczęcie postępowania antymonopolowego, w tym ustalenie, czy sprawa ma charakter antymonopolowy.
- (2) W toku postępowania wyjaśniającego, Prezes Urzędu przeprowadził w dniach 21-30 września 2021 r. przeszukanie pomieszczeń i rzeczy u Dahua Technology Poland sp. z o.o. oraz trzech dystrybutorów współpracujących z tym importerem.
- (3) W dniu 24 maja 2022 r. Dahua Technology Poland sp. z o.o. złożyła wniosek o odstąpienie lub obniżenie kary pieniężnej na podstawie art. 113a ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, który następnie rozszerzyła pismem z 19 października 2022 r.

- (4) W dniu 23 listopada 2022 r. Prezes Urzędu wszczął niniejsze postępowanie antymonopolowe i zawiadomił o tym fakcie jego strony.
- (5) Pismem z 28 sierpnia 2023 r. Prezes Urzędu zawiadomił Dahua Technology Poland sp. z o.o., że może ona nie spełniać warunków skorzystania z odstąpienia od nałożenia kary, co nie przesądza o możliwości skorzystania z jej obniżenia w ramach programu łagodzenia kar. Pismem z 16 listopada 2023 r. Prezes Urzędu zawiadomił Dahua Technology Poland sp. z o.o., że może ona również nie spełniać warunków skorzystania z obniżenia kary pieniężnej w ramach programu łagodzenia kar.
- (6) W toku postępowania Eltrox sp. z o.o. (dawniej: E-commerce Partners sp. z o.o.) oraz „Alpol” sp. z o.o. wystąpiły o wydanie przez Prezesa Urzędu decyzji zobowiązującej na podstawie art. 12 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów. Prezes Urzędu uznał jednakże, że wydanie decyzji zobowiązującej nie byłoby zasadne i nie wystarczyłoby dla osiągnięcia celów postępowania antymonopolowego. Ocena taka wynikała z faktu, że zarzucane stronom naruszenia polegające na ustalaniu cen i podziale rynku kwalifikowane są jako jedne z najcięższych naruszeń prawa konkurencji i w tej sytuacji zastosowanie art. 12 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów nie byłoby wystarczające do realizacji określonych przepisami ww. ustawy celów.
- (7) W dniu 12 września 2023 r. Prezes Urzędu, zgodnie z określoną w art. 9 ustawy z dnia 14 czerwca 1960 r. – Kodeks postępowania administracyjnego (Dz. U. z 2023 r. poz. 775 ze zm.; dalej: „**k.p.a.**”) zasadą informowania stron o okolicznościach faktycznych i prawnych, które mogą mieć wpływ na ustalenie ich praw i obowiązków będących przedmiotem postępowania, skierował do stron postępowania antymonopolowego dokument zawierający szczegółowe uzasadnienie zarzutów w niniejszej sprawie (dalej: „**SUZ**”). W SUZ przedstawiony został ustalony w postępowaniu stan faktyczny oraz zaprezentowana została jego ocena prawna. Ponadto w SUZ wskazane zostały okoliczności mające wpływ na wysokość kar pieniężnych. Jednocześnie strony postępowania zostały poinformowane o możliwości przedstawienia swojego stanowiska w odpowiedzi na SUZ. Z możliwości przedstawienia stanowiska skorzystały następujące strony postępowania: Dahua Technology Poland sp. z o.o., Alkam Security spółka z ograniczoną odpowiedzialnością sp. k., „Alpol” sp. z o.o., Eltrox sp. z o.o. (dawniej: E-commerce Partners sp. z o.o.), pani Monika Matysiak, prowadząca działalność gospodarczą pod firmą „Delta-Opti Monika Matysiak”, pan Artur Prusinowski (Dahua Technology Poland sp. z o.o.), pan Dariusz Kondraciuk (Alkam Security spółka z ograniczoną odpowiedzialnością sp. k.), pan Piotr Bąchorek („Alpol” sp. z o.o.) oraz pan Paweł Zemła („Alpol” sp. z o.o.).

- (8) Pismem z 7 listopada 2023 r. Prezes Urzędu zawiadomił strony o zakończeniu postępowania dowodowego w sprawie oraz o możliwości przedstawienia ostatecznego stanowiska. Co do zebranego materiału w sprawie wypowiedziały się następujące strony postępowania: „Alpol” sp. z o.o., Eltrox sp. z o.o. (dawniej: E-commerce Partners sp. z o.o.), Marcin Gradzewicz prowadzący działalność gospodarczą pod firmą „TECHGLOBAL Marcin Gradzewicz, Michał Gałęzowski prowadzący działalność gospodarczą pod firmą „TECHGLOBAL Michał Gałęzowski (wspólnik spółki cywilnej)” oraz pan Zbigniew Dąbrowski (Eltrox sp. z o.o.; dawniej: E-commerce Partners sp. z o.o.).
- (9) W związku z postawieniem stronom postępowania zarzutów w oparciu o przepisy prawa unijnego, Prezes Urzędu poinformował o wszczęciu postępowania antymonopolowego Komisję Europejską. Stosownie do art. 11 ust. 4 Rozporządzenia Rady UE 1/2003 z dnia 16 grudnia 2002 r. w sprawie wprowadzenia w życie reguł konkurencji ustanowionych w art. 81 i 82 Traktatu (Dz. Urz. UE L 1 z 4.1.2003 r., wersja skonsolidowana Dz. Urz. UE L 148 z 11.6.2009 r., dalej: „**Rozporządzenie 1/2003**”), w dniu 17 listopada 2023 r. Prezes Urzędu przedstawił Komisji przewidywaną decyzję w przedmiotowej sprawie.
- (10) Jednocześnie Prezes Urzędu wskazuje, że w toku postępowania, w dniu 20 maja 2023 r., weszła w życie ustawa z dnia 9 marca 2023 r. o zmianie ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów oraz niektórych innych ustaw (Dz.U. z 2023 r. poz. 852). Zgodnie z art. 13 tej ustawy do spraw, w których postępowanie wszczęto przed jej dniem wejścia w życie stosuje się przepisy dotychczasowe, tj. ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. z 2021 r. poz. 275; dalej: „**u.o.k.k.**”). W tym stanie rzeczy, mając na uwadze, że postępowanie w niniejszej sprawie zostało wszczęte 23 listopada 2022 r., a więc przed dniem wejścia w życie powyższej ustawy, podstawę rozstrzygnięcia Prezesa Urzędu stanowić będą przepisy ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów w brzmieniu obowiązującym przed ww. nowelizacją. Ponadto zgodnie z art. 19 ustawy o zmianie ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów oraz niektórych innych ustaw do wniosków o odstąpienie od wymierzenia kary pieniężnej lub jej obniżenie złożonych przed dniem wejścia tej ustawy stosuje się przepisy dotychczasowe. W związku z tym, że Dahua Technology Poland sp. z o.o. złożyła wniosek o odstąpienie lub obniżenie kary pieniężnej 24 maja 2022 r., zastosowanie będą miały przepisy ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów w brzmieniu obowiązującym przed ww. nowelizacją.
- (11) Część informacji, na których Prezes Urzędu opiera niniejszą decyzję podlega ochronie prawnej i nie może być podana do wiadomości publicznej. Wobec powyższego informacje tego rodzaju zostaną zastąpione nawiasami kwadratowymi wraz z oznaczeniem „**[informacja chroniona]**” i pozostaną niewidoczne w publicznie dostępnej treści decyzji.

- (12) Prezes Urzędu stwierdził, że działania stron postępowania naruszały reguły konkurencji określone w art. 6 u.o.k.k. oraz art. 101 TFUE.
- (13) W kolejnych częściach uzasadnienia Prezes Urzędu omawia, jakie działania podejmowały strony postępowania oraz dlaczego stanowiły one naruszenie prawa.

2. Podmioty, do których kierowana jest decyzja

- (14) Niniejsza decyzja kierowana jest do 7 podmiotów korporacyjnych oraz 7 powiązanych z nimi w okresie naruszenia osób zarządzających.

2.1. Dahua

- (15) Dahua Technology Poland sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie (dalej: „**Dahua**”) jest spółką z ograniczoną odpowiedzialnością wpisaną do rejestru przedsiębiorców Krajowego Rejestru Sądowego prowadzonego przez Sąd Rejonowy dla m.st. Warszawy w Warszawie, XIII Wydział Gospodarczy Krajowego Rejestru Sądowego pod numerem KRS 0000629287.
- (16) Dahua jest spółką wchodzącą w skład grupy kapitałowej Zhejiang Dahua Technology Co. Ltd. z siedzibą w Hangzhou w Chinach – międzynarodowego producenta urządzeń systemów monitoringu. Dahua stanowi spółkę zależną Dahua Europe B.V., która posiada w Dahua 100% udziałów. Spółka Dahua została zarejestrowana w dniu 25 lipca 2016 r. i odpowiada za import i dystrybucję produktów marki Dahua w Polsce.

2.2. Alkam

- (17) Alkam Security spółka z ograniczoną odpowiedzialnością sp. k. z siedzibą w Jabłonnej (dalej: „**Alkam**”) jest spółką komandytową wpisaną do rejestru przedsiębiorców Krajowego Rejestru Sądowego prowadzonego przez Sąd Rejonowy dla m.st. Warszawy w Warszawie, XII Wydział Gospodarczy Krajowego Rejestru Sądowego pod numerem KRS 0000405422.
- (18) Spółka powstała w 2011 r. i zgodnie z danymi ujawnionymi w Krajowym Rejestrze Sądowym przedmiot działalności spółki obejmuje m.in.: sprzedaż hurtową sprzętu elektronicznego i telekomunikacyjnego oraz części do niego, sprzedaż detaliczną sprzętu audiowizualnego, naprawę i konserwację elektronicznego sprzętu powszechnego użytku.
- (19) Spółka zawarła z Dahua umowę o współpracy w dniu 20 października 2016 r. Alkam prowadził sprzedaż stacjonarną w 9 punktach sprzedaży oraz we własnym sklepie internetowym pod adresem „www.alkam-security.pl”, a także za pośrednictwem portalu Allegro.

Dowód: pismo Alkam z 22 czerwca 2023 r., k. 714.

2.3. Alpol

- (20) „Alpol” sp. z o.o. z siedzibą w Katowicach (dalej: „**Alpol**”) jest spółką z ograniczoną odpowiedzialnością wpisaną do rejestru przedsiębiorców Krajowego Rejestru Sądowego prowadzonego przez Sąd Rejonowy w Katowicach, VIII Wydział Gospodarczy Krajowego Rejestru Sądowego pod numerem KRS 0000138348.
- (21) Spółka powstała w 2002 r. i zgodnie z danymi ujawnionymi w Krajowym Rejestrze Sądowym przedmiot działalności spółki obejmuje m.in.: sprzedaż hurtową komputerów, urządzeń peryferyjnych i oprogramowania, sprzedaż hurtową sprzętu elektronicznego i telekomunikacyjnego oraz części do niego oraz pozostałą działalność usługową w zakresie technologii informatycznych i komputerowych.
- (22) Spółka zawarła z Dahua umowę o współpracy w dniu 26 października 2016 r. Alpol prowadził sprzedaż przez internetową aplikację, na której ofertę kierował do instalatorów (B2B). Spółka nie posiadała sklepu stacjonarnego, natomiast w oddziałach spółki zespół handlowców pozyskiwał i realizował zamówienia firm instalacyjnych, a także wydawał zamówiony sprzęt.

- Dowód:**
- pismo Alpol z 30 czerwca 2023 r., k. 752-759;
 - pismo Alpol z 15 października 2023 r., k. 6143-6148.

2.4. E-commerce

- (23) Eltrox sp. z o.o. z siedzibą w Częstochowie (dawniej: E-commerce Partners sp. z o.o. z siedzibą w Częstochowie¹; dalej: „**E-commerce**”) jest spółką z ograniczoną odpowiedzialnością wpisaną do rejestru przedsiębiorców Krajowego Rejestru Sądowego prowadzonego przez Sąd Rejonowy w Częstochowie, XVII Wydział Gospodarczy Krajowego Rejestru Sądowego pod numerem KRS 0000175807.
- (24) Spółka powstała w 2003 r. i zgodnie z danymi ujawnionymi w Krajowym Rejestrze Sądowym przedmiot działalności spółki obejmuje m.in.: sprzedaż hurtową sprzętu elektronicznego i telekomunikacyjnego oraz części do niego, naprawę i konserwację urządzeń elektronicznych i optycznych oraz sprzedaż detaliczną sprzętu audiowizualnego.
- (25) Spółka zawarła z Dahua umowę o współpracy w dniu 24 lutego 2017 r., przy czym spółka dokonała pierwszego zakupu produktów marki Dahua od Dahua w dniu 17 października 2016 r. E-commerce prowadził sprzedaż stacjonarną w 27 oddziałach spółki oraz za pośrednictwem własnych sklepów internetowych pod adresami „www.eltrox.pl”, „eltro.pl”, „hurton.pl”, a także za pośrednictwem stron podmiotów trzecich na portalach Allegro, OLX, Ceneo.

¹ Wpisem z dnia 6 lipca 2023 r. w Krajowym Rejestrze Sądowym E-commerce Partners sp. z o.o. zmieniła firmę na Eltrox sp. z o.o.

Dowód: pismo E-commerce z 26 czerwca 2023 r., k. 723, 724.

2.5. Delta-Opti

- (26) Pani Monika Matysiak, prowadząca działalność gospodarczą pod firmą „Delta-Opti Monika Matysiak” w Poznaniu (dalej: „**Delta-Opti**”) jest podmiotem wpisanym do Centralnej Ewidencji i Informacji o Działalności Gospodarczej (dalej: „**CEiDG**”) identyfikującym się numerem REGON 634517778.
- (27) Delta-Opti rozpoczęła działalność w 2004 r. i zgodnie z danymi ujawnionymi w CEiDG prowadzi działalność w zakresie m.in.: sprzedaży detalicznej elektrycznego sprzętu gospodarstwa domowego oraz sprzedaży detalicznej sprzętu audiowizualnego.
- (28) Delta-Opti zawarła z Dahua umowę o współpracy w dniu 28 października 2016 r. Delta-Opti prowadziła sprzedaż stacjonarną w 2 punktach sprzedaży oraz we własnych sklepach internetowych pod adresem „www.sklep.delta.poznan.pl” i „www.shopdelta.it”.

Dowód: pismo Delta-Opti z 14 czerwca 2023 r., k. 681.

2.6. Techglobal Marcin Gradzewicz

- (29) Pan Marcin Gradzewicz, prowadzący działalność gospodarczą pod firmą „TECHGLOBAL Marcin Gradzewicz (wspólnik spółki cywilnej)” w Gdańsku (dalej: „**Techglobal Marcin Gradzewicz**”) jest podmiotem wpisanym do CEiDG identyfikującym się numerem REGON 362126539.
- (30) Techglobal Marcin Gradzewicz rozpoczął działalność w 2015 r. i zgodnie z danymi ujawnionymi w CEiDG prowadzi działalność w zakresie m.in.: sprzedaży hurtowej sprzętu elektronicznego i telekomunikacyjnego oraz części do niego, sprzedaży detalicznej sprzętu telekomunikacyjnego oraz naprawy i konserwacji sprzętu telekomunikacyjnego.
- (31) Przedsiębiorca zawarł z Dahua umowę o współpracy w dniu 24 października 2016 r. Techglobal Marcin Gradzewicz prowadził sprzedaż stacjonarną w 1 punkcie sprzedaży. Przedsiębiorca nie prowadził sprzedaży przez Internet.

Dowód: pismo Techglobal Michał Gałęzowski i Techglobal Marcin Gradzewicz z 3 lipca 2023 r., k. 817.

2.7. Techglobal Michał Gałęzowski

- (32) Pan Michał Gałęzowski, prowadzący działalność gospodarczą pod firmą „TECHGLOBAL Michał Gałęzowski (wspólnik spółki cywilnej)” w Gdańsku (dalej: „**Techglobal Michał**

Gałęzowski”) jest podmiotem wpisanym do CEiDG identyfikującym się numerem REGON 362126380.

- (33) Techglobal Michał Gałęzowski rozpoczął działalność w 2015 r. i zgodnie z danymi ujawnionymi w CEiDG prowadzi działalność w zakresie m.in.: sprzedaży hurtowej sprzętu elektronicznego i telekomunikacyjnego oraz części do niego, sprzedaży detalicznej sprzętu telekomunikacyjnego oraz naprawy i konserwacji sprzętu telekomunikacyjnego.
- (34) Przedsiębiorca zawarł z Dahua umowę o współpracy w dniu 24 października 2016 r. Techglobal Michał Gałęzowski prowadził sprzedaż stacjonarną w 1 punkcie sprzedaży. Przedsiębiorca nie prowadził sprzedaży przez Internet.

Dowód: pismo Techglobal Michał Gałęzowski i Techglobal Marcin Gradzewicz z 3 lipca 2023 r., k. 817.

2.8. Artur Prusinowski

- (35) Pan Artur Prusinowski od 1 lipca 2016 r. do 30 czerwca 2017 r. zajmował w Dahua stanowisko Kierownika Działu Sprzedaży, a od 1 lipca 2017 r. do 2 kwietnia 2018 r. stanowisko *Country Leadera*, następnie od 3 kwietnia 2018 r. pan Artur Prusinowski zajmował w Dahua stanowisko *Country Managera*.
- (36) Obowiązki pana Artura Prusinowskiego jako Kierownika Działu Sprzedaży obejmowały kontakty z dystrybutorami, realizację celów sprzedażowych, organizację szkoleń produktowych dla dystrybutorów, współpracę i nadzór nad działem sprzedaży. Jako *Country Leader* pan Artur Prusinowski realizował tożsame obowiązki co jako Kierownik Działu Sprzedaży, przy czym dodatkowo zajmował się współpracą i nadzorem nad działem technicznym. Natomiast na stanowisku *Country Managera* na Polskę, obowiązki pana Artura Prusinowskiego obejmowały nadzór nad pracownikami wszystkich zespołów Dahua (sprzedaży, projektowym, administracji, marketingu i technicznym), w tym weryfikację realizacji ich obowiązków, raportowanie wyników Dahua do zarządu, nadzór nad realizacją i podpisywaniem kontraktów oraz nadzór nad realizacją planu marketingowego i szkoleń.

Dowód:

- pismo Dahua z 8 sierpnia 2022 r., k. 28;
- pismo Dahua z 8 sierpnia 2023 r., k. 5310.

2.9. Andrzej Jarzyna

- (37) Pan Andrzej Jarzyna od 1 lipca 2016 r. do 30 czerwca 2017 r. zajmował w Dahua stanowisko Dyrektora Handlowego i Operacyjnego, a od 1 lipca 2017 r. do 4 lipca 2019 r. stanowisko Dyrektora Operacyjnego ds. Sprzedaży na obszar CEE&NORDIC.

- (38) Obowiązki pana Andrzeja Jarzyny na stanowisku Dyrektora Handlowego i Operacyjnego obejmowały nadzór nad pracownikami zespołów sprzedaży, technicznym i marketingowym Dahua w Polsce. Z kolei jako Dyrektor Operacyjny ds. Sprzedaży na obszar CEE&NORDIC odpowiadał za organizację i wspieranie sprzedaży w regionie.

Dowód: pismo Dahua z 8 sierpnia 2022 r., k. 28.

2.10. Dariusz Kondraciuk

- (39) Pan Dariusz Kondraciuk w okresie od 27 stycznia 2015 r. zajmował stanowisko prezesa zarządu w Alkam Security sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie, spółce wpisanej do rejestru przedsiębiorców Krajowego Rejestru Sądowego prowadzonego przez Sąd Rejonowy dla m.st. Warszawy, XIV Wydział Gospodarczy Krajowego Rejestru Sądowego pod numerem KRS 0000398195, będącej komplementariuszem Alkam uprawnionym do jej reprezentacji.

- (40) Pan Dariusz Kondraciuk, jako prezes zarządu spółki będącej komplementariuszem Alkam, faktycznie reprezentował i zarządzał działalnością operacyjną Alkam. W ramach sprawowanej przez siebie funkcji pan Kondraciuk zajmował się wszystkimi aspektami działalności Alkam, wyznaczał kierunki strategiczne, podejmował decyzje oraz zawierał umowy.

Dowód: pismo Alkam z 22 czerwca 2023 r., k. 716, 717.

2.11. Piotr Bąchorek

- (41) Pan Piotr Bąchorek od 7 listopada 2002 r. pełnił funkcję prezesa zarządu Alpol.

- (42) Do zakresu jego obowiązków należała reprezentacja spółki w zakresie wynikającym z prawa handlowego, natomiast na poziomie operacyjnym pan Piotr Bąchorek pełnił funkcję dyrektora finansowego i odpowiadał za wszelkie sprawy finansowe spółki.

Dowód: pismo Alpol z 30 czerwca 2023 r., k. 759.

2.12. Paweł Zemła

- (43) Pan Paweł Zemła od 2016 r. do lutego 2021 r. pracował w spółce Alpol w oparciu o umowę zlecenie. Następnie od lutego 2021 r. pełnił funkcję wiceprezesa zarządu Alpol.

- (44) Pracując w oparciu o umowę zlecenie pan Paweł Zemła zajmował się opracowywaniem procedur oraz koordynowaniem centrum kompetencyjnego marketingu i wsparcia produktowego. Na poziomie operacyjnym zajmował się organizacją prac centrum kompetencji, czyli wsparcia technicznego oraz organizacją działu wsparcia marketingowego, tj. koordynował projekty marketingowe, szkolenia dla instalatorów i pracowników,

konferencje branżowe, eventy dla instalatorów, akcje promocyjne, mailingi, social media, programy lojalnościowe oraz platformę B2B. Od lutego 2021 r. na stanowisku wiceprezesa zarządu operacyjnie odpowiadał za działania marketingowe Alpol.

Dowód: pismo Alpol z 30 czerwca 2023 r., k. 759.

2.13. Zbigniew Dąbrowski

(45) Pan Zbigniew Dąbrowski od 1 grudnia 2003 r. pełnił funkcję prezesa zarządu E-commerce.

(46) Na stanowisku prezesa pan Zbigniew Dąbrowski zarządzał bieżącą działalnością spółki, planował oraz ustalał i realizował politykę handlową E-commerce.

Dowód: pismo E-commerce z 8 sierpnia 2023 r., k. 5313.

2.14. Mateusz Kurowski

(47) Pan Mateusz Kurowski w latach 2016-2023 pełnił w spółce E-commerce funkcję *product managera*, a od 2 listopada 2019 r. pan Mateusz Kurowski zajmował w E-commerce stanowisko prokurenta samoistnego.

(48) Zakres obowiązków pana Mateusza Kurowskiego od 2016 nie ulegał większym zmianom. Do zadań pana Kurowskiego należało m.in. **[informacje chronione]**. Z chwilą objęcia przez pana Mateusza Kurowskiego funkcji prokurenta samoistnego zakres jego obowiązków został rozszerzony o uprawnienie do reprezentowania E-commerce jako jej pełnomocnik **[informacje chronione]**. Pan Kurowski był również osobą, którą Dahua uważała za osobę do kontaktu, m.in. w zakresie przestrzegania przez E-commerce ustalonej polityki cenowej na produkty Dahua.

Dowód:

- pismo E-commerce z 26 czerwca 2023 wraz z zał. 1 – umowa o współpracy zawarta między E-commerce a panem Mateuszem Kurowskim;
- pismo E-commerce z 8 sierpnia 2023 r., k. 5313, 5314;
- pismo Dahua z 24 maja 2022 r. oraz zał. 3 – lista dystrybutorów ze wskazaniem osób kontaktowych, k. 3812, 3813.

3. Produkty, których dotyczy sprawa

(49) Przedmiotowe porozumienie dotyczy wszystkich produktów marki Dahua wskazanych w cennikach Dahua. Produkty te stanowią elementy systemu monitoringu, urządzenia kontroli dostępu i akcesoria związane z systemami bezpieczeństwa, tj.:

a) kamery;

- b) rejestratory;
 - c) wideodomofony, stacje bramowe, monitory;
 - d) zamki elektroniczne, rejestratory czasu pracy, czytniki kart i linii papilarnych;
 - e) akcesoria.
- (50) Produkty sprzedawane pod marką Dahua to przede wszystkim produkty przeznaczone dla odbiorców biznesowych i instytucjonalnych (B2B), którzy nabywają zwykle gotowe systemy monitoringu, a nie pojedyncze ich elementy.

Dowód: pismo Dahua z 24 maja 2022 r., k. 3219.

4. System dystrybucji produktów Dahua

4.1. Dystrybutorzy Dahua

- (51) Od 2015 r. do momentu, kiedy Dahua zaczęła prowadzić działalność w Polsce, produkty marki Dahua były dystrybuowane w Polsce przez E-commerce. Spółka ta importowała produkty Dahua bezpośrednio z Chin i rozbudowywała własną sieć dystrybucji produktów Dahua w Polsce. W 2016 r. na krajowym rynku poza E-commerce funkcjonowało jeszcze 5 dystrybutorów, którzy prowadzili sprzedaż produktów Dahua do instalatorów i redystrybutorów. Z chwilą wejścia Dahua na polski rynek tj. 25 lipca 2016 r., import produktów Dahua stał się możliwy wyłącznie za pośrednictwem polskiej spółki Dahua. Powyższe potwierdza wiadomość e-mail, jaką pan Mateusz Kurowski (E-commerce) wysłał do pracowników E-commerce w dniu 29 września 2016 r.: *„Chciałem was poinformować o zachodzących zmianach w dystrybucji sprzętu Dahua. (...) Od lipca w Polsce kompletowana jest grupa ludzi która ma kierować oddziałem Dahua Polska. Na obecną chwilę zbudowano człon grupy zarządczej z prezesem Andrzejem Jarzyną na czele. Dyrektorem operacyjnym jest Pan Artur Prusinowski a kierownikiem serwisu [informacje chronione]. (...) W związku z tymi działaniami nasz status z dystrybutora zmieni się na partnera Dahua. W połowie października udostępniony zostanie Wam nowy cennik w oparciu o który będziemy prowadzili sprzedaż wraz z warunkami handlowymi dla klientów hurtowych. Prawdopodobnie rabat dla instalatora zostanie zmieniony do [informacje chronione]. DP [Dahua Poland – UOKiK] będzie prowadziła bezpośrednią sprzedaż do wszystkich swoich partnerów. Nasze dotychczasowe zakupy które realizowaliśmy w Chinach będą obsługiwane z magazynu w Polsce”*.

Dowód: – pismo E-commerce z 23 stycznia 2022 r., k. 426;

- wiadomość e-mail z 17 października 2016 r. (12:09); Nadawca: [informacje chronione] (E-commerce); Adresat: Mateusz Kurowski (E-commerce), terenowe oddziały E-commerce oraz ich pracownicy; Kopia: [informacje chronione] (E-commerce), nadzor@E-commerce.pl; Temat: Re: NOWE ZASADY DAHUA 17.10.2016, k. 837.

- (52) System dystrybucji produktów marki Dahua w Polsce od 2016 r. składa się z następujących szczebli: na szczeblu wyższym działa Dahua jako wyłączny importer produktów marki Dahua na terenie Polski, która prowadzi ich sprzedaż do autoryzowanych dystrybutorów (dalej: „dystrybutorzy”); na szczeblu niższym działają dystrybutorzy, którzy są niezależnymi od Dahua podmiotami prowadzącymi działalność gospodarczą w zakresie sprzedaży urządzeń elektronicznych, w tym urządzeń monitorujących oraz urządzeń kontroli dostępu marki Dahua. W latach 2016-2021 Dahua współpracowała łącznie z 30 autoryzowanymi dystrybutorami działającymi na terenie całego kraju, wymienionymi w tabeli poniżej.

Dystrybutorzy Dahua w latach 2016-2021							
Lp.	Nazwa	Adres strony internetowej	Umowa na lata 2016/2017	Umowa na rok 2018	Umowa na rok 2019	Umowa na rok 2020	Umowa na rok 2021
1	E-commerce	http://www.eltrox.pl	[informacje chronione]	[informacje chronione]	[informacje chronione]	[informacje chronione]	[informacje chronione]
2	Delta-Opti	https://sklep.delta.poznan.pl	[informacje chronione]	[informacje chronione]	[informacje chronione]	[informacje chronione]	[informacje chronione]
3	Alkam	http://www.alkam-security.pl	[informacje chronione]	[informacje chronione]	[informacje chronione]	[informacje chronione]	[informacje chronione]
4	Alpol	http://www.e-alpol.com.pl	[informacje chronione]	[informacje chronione]	[informacje chronione]	[informacje chronione]	[informacje chronione]
5	[informacje chronione]	[informacje chronione]	[informacje chronione]	[informacje chronione]	[informacje chronione]	[informacje chronione]	[informacje chronione]
6	[informacje chronione]	[informacje chronione]	[informacje chronione]	[informacje chronione]	[informacje chronione]	[informacje chronione]	[informacje chronione]
7	[informacje chronione]	[informacje chronione]	[informacje chronione]	[informacje chronione]	[informacje chronione]	[informacje chronione]	[informacje chronione]
8	[informacje chronione]	[informacje chronione]	[informacje chronione]	[informacje chronione]	[informacje chronione]	[informacje chronione]	[informacje chronione]
9	[informacje chronione]	[informacje chronione]	[informacje chronione]	[informacje chronione]	[informacje chronione]	[informacje chronione]	[informacje chronione]
10	[informacje chronione]	[informacje chronione]	[informacje chronione]	[informacje chronione]	[informacje chronione]	[informacje chronione]	[informacje chronione]
11	[informacje chronione]	[informacje chronione]	[informacje chronione]	[informacje chronione]	[informacje chronione]	[informacje chronione]	[informacje chronione]
12	[informacje chronione]	[informacje chronione]	[informacje chronione]	[informacje chronione]	[informacje chronione]	[informacje chronione]	[informacje chronione]
13	[informacje chronione]	[informacje chronione]	[informacje chronione]	[informacje chronione]	[informacje chronione]	[informacje chronione]	[informacje chronione]
14	[informacje chronione]	[informacje chronione]	[informacje chronione]	[informacje chronione]	[informacje chronione]	[informacje chronione]	[informacje chronione]
15	[informacje chronione]	[informacje chronione]	[informacje chronione]	[informacje chronione]	[informacje chronione]	[informacje chronione]	[informacje chronione]

16	[informacje chronione]	[informacje chronione]	[informacje chronione]	[informacje chronione]	[informacje chronione]	[informacje chronione]	[informacje chronione]
17	[informacje chronione]	[informacje chronione]	[informacje chronione]	[informacje chronione]	[informacje chronione]	[informacje chronione]	[informacje chronione]
18	TECHGLOBAL s.c.	http://www.techglobal.pl	[informacje chronione]	[informacje chronione]	[informacje chronione]	[informacje chronione]	[informacje chronione]
19	[informacje chronione]	[informacje chronione]	[informacje chronione]	[informacje chronione]	[informacje chronione]	[informacje chronione]	[informacje chronione]
20	[informacje chronione]	[informacje chronione]	[informacje chronione]	[informacje chronione]	[informacje chronione]	[informacje chronione]	[informacje chronione]
21	[informacje chronione]	[informacje chronione]	[informacje chronione]	[informacje chronione]	[informacje chronione]	[informacje chronione]	[informacje chronione]
22	[informacje chronione]	[informacje chronione]	[informacje chronione]	[informacje chronione]	[informacje chronione]	[informacje chronione]	[informacje chronione]
23	[informacje chronione]	[informacje chronione]	[informacje chronione]	[informacje chronione]	[informacje chronione]	[informacje chronione]	[informacje chronione]
24	[informacje chronione]	[informacje chronione]	[informacje chronione]	[informacje chronione]	[informacje chronione]	[informacje chronione]	[informacje chronione]
25	[informacje chronione]	[informacje chronione]	[informacje chronione]	[informacje chronione]	[informacje chronione]	[informacje chronione]	[informacje chronione]
26	[informacje chronione]	[informacje chronione]	[informacje chronione]	[informacje chronione]	[informacje chronione]	[informacje chronione]	[informacje chronione]
27	[informacje chronione]	[informacje chronione]	[informacje chronione]	[informacje chronione]	[informacje chronione]	[informacje chronione]	[informacje chronione]
28	[informacje chronione]	[informacje chronione]	[informacje chronione]	[informacje chronione]	[informacje chronione]	[informacje chronione]	[informacje chronione]
29	[informacje chronione]	[informacje chronione]	[informacje chronione]	[informacje chronione]	[informacje chronione]	[informacje chronione]	[informacje chronione]
30	[informacje chronione]	[informacje chronione]	[informacje chronione]	[informacje chronione]	[informacje chronione]	[informacje chronione]	[informacje chronione]

- Dowód:**
- pismo Dahua z 8 sierpnia 2022 r. – zał. 3, k. 41;
 - pismo Dahua z 8 sierpnia 2023 r., k. 5310.

(53) Współpraca Dahua z dystrybutorami odbywa się na podstawie umów o współpracy handlowej zawieranych na podstawie wzorca umowy opracowanego przez Dahua. W trakcie trwania współpracy każdy z dystrybutorów miał przydzielonego opiekuna handlowego ze strony Dahua, w szczególności:

- (i) opiekunem handlowym dla Alpol był pan [informacje chronione] (w latach 2016-2020);
- (ii) opiekunem handlowym dla Alkam był pan [informacje chronione] (w 2016 r.) i pan [informacje chronione] (w latach 2017-2020);
- (iii) opiekunem handlowym dla E-commerce był pan [informacje chronione] (w latach 2016-2020);
- (iv) opiekunem handlowym dla Delta-Opti był pan [informacje chronione] (w latach 2016-2020);
- (v) opiekunem handlowym dla Techglobal Marcin Gradzewicz i Techglobal Michał Gałęzowski (dalej razem: „Techglobal”) był pan [informacje chronione] (w 2016 r.) oraz pan [informacje chronione] (w latach 2017-2020).

- Dowód:**
- pismo Dahua z 8 sierpnia 2022 r. – zał. 1 stosowane przez Dahua we współpracy z dystrybutorami wzorce umowne na lata 2016/2017, na rok 2018, na rok 2019, na rok 2020, na rok 2021, k. 850-1046;

- pismo Dahua z 8 sierpnia 2022 r. – zał. 2 Umowy o współpracy handlowej z Delta-Opti z lat 2016-2021, Umowy o współpracy handlowej z Alpol z lat 2016-2021, Umowy o współpracy handlowej z [informacje chronione] z lat 2016-2021, k. 1047-1560;
- pismo Dahua z 8 sierpnia 2022 r., zał. 5 – Lista dystrybutorów Dahua ze wskazaniem ich opiekunów handlowych w poszczególnych latach, k. 1583.

(54) Dahua utrzymywała stałe kontakty z dystrybutorami. Oprócz indywidualnych spotkań z dystrybutorami organizowanymi *ad hoc*, Dahua co najmniej raz do roku organizowała spotkania wyjazdowe dla wszystkich dystrybutorów, tzw. spotkania partnerów Dahua. W latach 2017-2021 spotkania z dystrybutorami odbyły się w poniżej przedstawionych datach i miejscach, z następującymi uczestnikami:

- (i) 1-2 czerwca 2017 r. w Hotelu Holiday Inn Warszawa Józefów (spotkanie Q2 2017), w którym uczestniczyli m.in.: (i) ze strony Dahua – m.in. pan Andrzej Jarzyna, pan Artur Prusinowski oraz opiekunowie handlowi dystrybutorów; (ii) ze strony Alkam – pan Dariusz Kondraciuk oraz pan [informacje chronione]; (iii) ze strony Alpol – pan Paweł Zemła; (iv) ze strony E-commerce – pan Mateusz Kurowski oraz pan [informacje chronione]; (v) ze strony Delta-Opti – pan [informacje chronione]; (vi) ze strony Techglobal – pan Michał Gałęzowski;
- (ii) 26-27 października 2017 r. w Hotelu DoubleTree by Hilton w Warszawie (spotkanie Q4 2017), w którym uczestniczyli m.in.: (i) ze strony Dahua – m.in. pan Andrzej Jarzyna, pan Artur Prusinowski oraz opiekunowie handlowi dystrybutorów; (ii) ze strony Alkam – pan Dariusz Kondraciuk oraz pan [informacje chronione]; (iii) ze strony Alpol – pan Piotr Bąchorek i pan Paweł Zemła; (iv) ze strony E-commerce – pan [informacje chronione], pan [informacje chronione] oraz pan Mateusz Kurowski; (v) ze strony Delta-Opti – pan [informacje chronione]; (vi) ze strony Techglobal – pan Michał Gałęzowski;
- (iii) 14-15 czerwca 2018 r. w Hotelu Pałac Alexandrium w Poświętnych pod Warszawą (spotkanie Q2 2018), w którym uczestniczyli m.in.: (i) ze strony Dahua – m.in. pan Andrzej Jarzyna, pan Artur Prusinowski oraz opiekunowie handlowi dystrybutorów; (ii) ze strony Alkam – pan Dariusz Kondraciuk oraz pan [informacje chronione]; (iii) ze strony Alpol – pan Piotr Bąchorek i pan Paweł Zemła; (iv) ze strony E-commerce – pan [informacje chronione] oraz pan Mateusz Kurowski; (v) ze strony Delta-Opti – pan [informacje

- chronione**]; (vi) ze strony Techglobal – pan Michał Gałęzowski oraz pan Marcin Gradzewicz;
- (iv) 18-19 października 2018 r. w Pałacu w Małej Wsi (spotkanie Q4 2018), w którym uczestniczyli m.in.: (i) ze strony Dahua – m.in. pan Andrzej Jarzyna, pan Artur Prusinowski oraz opiekunowie handlowi dystrybutorów; (ii) ze strony Alkam – pan Dariusz Kondraciuk oraz pan **[informacje chronione]**; (iii) ze strony Alpol – pan Piotr Bąchorek i pan Paweł Zemła; (iv) ze strony E-commerce – pan **[informacje chronione]**, pan Zbigniew Dąbrowski oraz pan Mateusz Kurowski; (v) ze strony Delta-Opti – pan **[informacje chronione]**; (vi) ze strony Techglobal – pan Michał Gałęzowski oraz pan Marcin Gradzewicz;
- (v) 11-12 kwietnia 2019 r. w hotelu BoniFaCio w Sochocinie (spotkanie Q2 2019), w którym uczestniczyli m.in.: (i) ze strony Dahua – m.in. pan Andrzej Jarzyna, pan Artur Prusinowski oraz opiekunowie handlowi dystrybutorów; (ii) ze strony Alkam – pan Dariusz Kondraciuk oraz pan **[informacje chronione]**; (iii) ze strony Alpol – pan **[informacje chronione]** i pan Paweł Zemła; (iv) ze strony E-commerce – pan **[informacje chronione]** oraz pan Mateusz Kurowski; (v) ze strony Delta-Opti – pan Arkadiusz Topolski; (vi) ze strony Techglobal – pan Michał Gałęzowski oraz pan Marcin Gradzewicz;
- (vi) 19-20 września 2019 r. w Z-Hotel Business i SPA w Otwocku (spotkanie Q3 2019)²;
- (vii) 2-3 września 2021 r. w hotelu Warszawianka w Jachrance (spotkanie Q3 2021), w którym uczestniczyli m.in.: (i) ze strony Dahua – m.in. pan Artur Prusinowski oraz opiekunowie handlowi dystrybutorów; (ii) ze strony Alkam – pan Dariusz Kondraciuk, pan **[informacje chronione]** oraz pan **[informacje chronione]**; (iii) ze strony Alpol – pan **[informacje chronione]**, pan **[informacje chronione]** oraz pan Paweł Zemła; (iv) ze strony E-commerce – pan Zbigniew Dąbrowski, pan Mateusz Kurowski, pan **[informacje chronione]**, pan **[informacje chronione]**; (v) ze strony Delta-Opti – pan **[informacje chronione]**; (vi) ze strony Techglobal – pan Michał Gałęzowski oraz pan Marcin Gradzewicz.

² Brak w materiale dowodowym informacji o uczestnikach tego spotkania.

- Dowód:**
- pismo Dahua z 24 maja 2022 r., k. 3221, 3222;
 - pismo Dahua z 8 marca 2023 r., k. 4750-4752;
 - pismo Dahua z 8 marca 2023 r., zał. 5 – listy uczestników spotkań w roku 2017, 2018, 2019 i 2021, k. 4770, 4771, 4772, 4773, 4774, 4775, 4776, 4777, 4778, 4779.
- (55) Podczas spotkań omawiane były główne aspekty współpracy oraz kierunki rozwoju sprzedaży urządzeń Dahua. Przedstawiciele działów marketingu, technicznego, wsparcia sprzedaży oraz produktowego podczas spotkań prezentowali nowości w ofercie i działania Dahua względem rynku. Na zakończenie spotkań przedstawiciele dystrybutorów wymieniali się opiniami o prezentacjach, jakie tego dnia przygotowała Dahua. Ponadto dystrybutorzy korzystali z okazji do swobodnej wypowiedzi na temat aktualnej sytuacji na rynku.
- (56) Na niższym szczeblu systemu dystrybucji produktów marki Dahua dystrybutorzy odsprzedają produkty Dahua zarówno w sklepach stacjonarnych, jak i sklepach internetowych, a także za pośrednictwem portalu aukcyjnego Allegro. Kontrahentami dystrybutorów są:
- (i) instalatorzy, czyli firmy wykonujące instalację systemów zabezpieczeń, specjalizujące się w mniejszych systemach: dla domu, firmy, mieszkania;
 - (ii) integratorzy systemów, czyli firmy wykonujące instalację systemów zabezpieczeń, specjalizujące się w systemach dla dużych przedsiębiorstw i dedykowanych rozwiązaniach dla przemysłu i biznesu³;
 - (iii) redystrybutorzy, czyli odbiorcy hurtowi zajmujący się dalszą odsprzedają produktów Dahua we własnych sklepach stacjonarnych lub internetowych oraz na portalu Allegro;
 - (iv) użytkownicy końcowi, nabywający produkty Dahua na własny użytek.
- (57) Z uwagi na specjalistyczny charakter produktów, największymi odbiorcami dystrybutorów (pod względem wartości sprzedaży) są instalatorzy i integratorzy systemów, a w dalszej kolejności są to redystrybutorzy i w niewielkim zakresie odbiorcy końcowi. Sprzedaż produktów marki Dahua do wszystkich kategorii odbiorców może odbywać się stacjonarnie, za pośrednictwem własnych sklepów online dystrybutorów lub przez platformę sprzedażową Allegro. Dodatkowo instalatorzy i integratorzy systemów, w odróżnieniu od pozostałych odbiorców produktów marki Dahua, mogą nabywać produkty marki Dahua od dystrybutorów również za pośrednictwem należących do nich platform sprzedażowych B2B.
- Dowód:**
- pismo Dahua z 24 maja 2022 r., k. 3219, 3220;
 - pismo Dahua z 8 sierpnia 2022 r., k. 22, 23;

³ Rozróżnienie na instalatorów i integratorów systemów wynika wyłącznie z wewnętrznej nomenklatury Dahua.

- pismo Alkam z 22 czerwca 2023 r., k. 715;
- pismo E-commerce z 26 czerwca 2023 r., k. 725;
- pismo Alpol z 30 czerwca 2023 r., k. 756, 757;
- pismo Techglobal z 3 lipca 2023 r., k. 818.

4.2. Polityka cenowa

(58) W relacjach z dystrybutorami Dahua posługiwała się jednym rodzajem cennika, był to cennik detaliczny, określany przez Dahua jako „Cennik MSRP⁴” (dalej jako: „**cennik**”). Od 2016 roku Dahua przekazywała (średnio raz na kwartał) dystrybutorom cenniki, które były tożsame dla wszystkich, wysyłane w tym samym czasie, w jednej wiadomości e-mail adresowanej do wszystkich dystrybutorów (z adresami dystrybutorów umieszczonymi w ukrytej kopii).

- Dowód:**
- pismo Dahua z 24 maja 2022 r., k. 3221, 3222;
 - pismo Dahua z 8 sierpnia 2022 r., k. 26.

(59) Cennik Dahua w praktyce pełnił dwie funkcje, tj. służył dystrybutorom jako punkt wyjściowy do określenia:

- (i) cen sprzedaży, tj. cen sprzedaży produktów Dahua przez dystrybutorów do swoich odbiorców (w takiej sytuacji cena sprzedaży mogła wynikać wprost z cennika lub była obliczana poprzez zastosowanie określonych rabatów);
- (ii) cen zakupu, tj. cen zakupu produktów Dahua przez dystrybutorów od Dahua (w takiej sytuacji cena zakupu obliczana była poprzez zastosowanie rabatów przyznanych danemu dystrybutorowi na dane grupy produktowe lub projekty).

- Dowód:**
- pismo Dahua z 25 lipca 2022 r., k. 4298;
 - pismo Dahua z 8 sierpnia 2022 r., k. 20, 27.

(60) Wszystkie produkty Dahua wymienione w cennikach Dahua były odpowiednio skategoryzowane, poprzez przypisane ich do tzw. grup produktowych. Dahua rozróżniała następujące grupy produktów:

- (i) grupa „D” – zawierała produkty dystrybucyjne, przeznaczone do bieżącej sprzedaży przez dystrybutorów;

⁴ MSRP – ang. *Manufacturer Suggested Retail Price*, czyli sugerowana przez producenta cena detaliczna.

- (ii) grupa „P” – zawierała produkty będące elementem rozwiązań projektowych, które w ramach zgłoszonych przez dystrybutorów projektów były wyceniane indywidualnie;
- (iii) grupa „C” – zawierała akcesoria;
- (iv) grupa „V” – zawierała wideofony⁵.

W zależności od przynależności danego produktu do ww. grupy, Dahua oferowała dystrybutorom odmienne wysokości rabatów na ich zakup od Dahua.

- Dowód:**
- pismo Dahua z 24 maja 2022 r., zał. 1 – przykładowe cenniki Dahua z lat 2016-2021, k. 3319-3605;
 - pismo Dahua z 25 lipca 2022 r., k. 4301, 4302;
 - pismo Dahua z 23 czerwca 2023 r., k. 4812, 4813.

(61) Dystrybutorzy Dahua stosowali zróżnicowaną politykę cenową względem swoich odbiorców. Produkty Dahua oferowane były w następujących cenach:

- (i) cenach wynikających wprost z cennika Dahua;
- (ii) cenach z rabatem obliczanym od cennika, przy czym wysokość rabatu zależała od tego do jakiej grupy odbiorców prowadzona była sprzedaż;
- (iii) cenach promocyjnych obowiązujących w czasie kampanii promocyjnych, które były organizowane zarówno przez Dahua, jak i samych dystrybutorów.

(62) Natomiast w przypadku zakupu produktów Dahua przez dystrybutorów od Dahua, ceny zakupu wynikały z ogólnych warunków współpracy Dahua z dystrybutorami. Dahua określała standardowy rabat, jaki przysługiwał dystrybutorom na zakup produktów Dahua. Od powyższej zasady Dahua przewidziała odstępstwo w postaci możliwości indywidualnego przyznania dystrybutorom tzw. cen specjalnych na zakup produktów Dahua w celu realizacji projektu. Cena specjalna oznaczała większy niż wynikający z umowy rabat na zakup produktów Dahua przez dystrybutorów. W założeniu Dahua, cena specjalna miała być przyznawana dystrybutorom wyłącznie na zakup urządzeń z grupy „P”, które to urządzenia były przeznaczone do realizacji projektów. W praktyce, ponieważ dystrybutorzy do realizacji projektów wykorzystywali również produkty Dahua z grupy „D” (tj. produkty przeznaczone do bieżącej sprzedaży), Dahua przyznawała cenę specjalną również na zakup tych produktów. Wysokości rabatów standardowych przyznawanych na produkty z grupy „P” i „D” oraz rabatów przyznawanych w ramach cen specjalnych na obie grupy wspomnianych produktów, przedstawiały się następująco:

⁵ W cennikach Dahua obowiązujących od roku 2018 grupa „V” została zaliczona do grup „D” i „P” (w zależności od modelu wideodomofonu).

	Standardowy rabat na zakup produktów z grupy „P”	Standardowy rabat na zakup produktów z grupy „D”	Rabat w ramach ceny specjalnej na zakup produktów z grupy „P” i „D”
2016		[informacje chronione] %	[informacje chronione] %
2017	[informacje chronione] %	[informacje chronione] %	[informacje chronione] %
2018	[informacje chronione] %	[informacje chronione] %	[informacje chronione] %
2019	[informacje chronione] %	[informacje chronione] %	[informacje chronione] %
2020	[informacje chronione] %	[informacje chronione] %	[informacje chronione] %
2021	[informacje chronione] %	[informacje chronione] %	[informacje chronione] %

- pismo Dahua z 8 sierpnia 2022 r., k. 20, 21;
- Dowód:**
 - pismo Dahua z 26 września 2022 r., k. 4674, 4677, 4678;
 - pismo Dahua z 6 kwietnia 2023 r., k. 4783;
 - pismo Dahua z 23 czerwca 2023 r., k. 4813;
 - pismo Dahua z 8 sierpnia 2023 r., k. 5309.

(63) Warunkiem otrzymania przez dystrybutora ceny specjalnej na zakupów produktów Dahua, było zarejestrowanie projektu. Mianem projektu określano zamówienie na produkty Dahua, którego wartość przekraczała określone przez Dahua progi kwotowe. Od 2016 r. do maja 2020 r. rejestracja dotyczyła projektów o wartości powyżej [informacje chronione] w cenach katalogowych lub wyjątkowo [informacje chronione] w cenach katalogowych bądź też projektów dla [informacje chronione] obiektów sieciowych. Od czerwca 2020 r. warunki powyższe uległy zmianie i rejestracja dotyczyła projektów o wartości powyżej [informacje chronione] w cenach katalogowych lub [informacje chronione] po rabatach bądź też projektów dla obiektów sieciowych nie mniejszych niż [informacje chronione] lokalizacji.

- Dowód:**
- pismo Dahua z 26 września 2022 r., k. 4674;
 - pismo Dahua z 6 kwietnia 2023 r., k. 4782.

(64) Sama zaś procedura rejestracji projektu mogła odbywać się telefonicznie lub e-mailowo. Zgłoszenie e-mailem polegało na przesłaniu na specjalny adres poczty elektronicznej Dahua „projekt.pl@dahuatech.com” wypełnionego formularza zgłoszenia projektu. W formularzu tym należało podać m.in.: [informacje chronione].

- Dowód:**
- wiadomość e-mail z 31 stycznia 2018 r. (11:24); Nadawca: Artur Prusinowski (Dahua); Adresat: [informacje chronione] (Dahua), [informacje chronione] (Dahua), [informacje chronione] (Dahua), [informacje chronione] (Dahua), [informacje chronione] (Dahua), [informacje chronione] (Dahua), [informacje chronione] (Dahua); Kopia: zamowienia.pl@global.dahuatech.com; Temat: Zgłaszanie Projektów - aktualizacja 31.01.2018, wraz z załącznikiem, k. 837;
 - pismo Dahua z 2 września 2022 r., k. 4661;
 - pismo Dahua z 6 kwietnia 2023 r., k. 4785.

- (65) W dalszej części decyzji omówione zostaną z osobna warunki współpracy Dahua z dystrybutorami w zakresie oferowanych przez dystrybutorów ww. cen sprzedaży oraz otrzymywanych przez dystrybutorów tzw. cen specjalnych na zakup produktów Dahua.

5. Kształtowanie cen sprzedaży produktów Dahua

5.1. Stosowanie cen cennikowych przez dystrybutorów wobec odbiorców końcowych

- (66) Od początku swojej działalności w Polsce, tj. od 2016 r. Dahua zobowiązywała dystrybutorów do stosowania cen wskazanych przez Dahua w przesyłanym dystrybutorom cenniku. Na okoliczność tę wskazuje klauzula, jaką Dahua zamieszczała w cennikach przekazywanych dystrybutorom w latach 2016-2021 o treści „*Wszelkie ceny produktów umieszczane na stronach internetowych partnerów firmy Dahua Technology Poland Sp. z o.o., powinny być zgodne z aktualnym cennikiem firmy*”.

- Dowód:**
- wiadomość e-mail z 27 lutego 2017 r. (10:19); Nadawca: Artur Prusinowski (Dahua); Adresat: [informacje chronione] (Dahua); [informacje chronione] (Dahua); [informacje chronione] (Dahua); Temat: Nowy cennik detaliczny Dahua 01.03.2017, wraz z załączonym cennikiem⁶, k. 3137;
 - wiadomość e-mail z 20 marca 2017 r. (10:51); Nadawca: Artur Prusinowski (Dahua); Adresat: [informacje chronione]; Temat: FW: re współpraca [informacje chronione], wraz z załączonym cennikiem, k. 3137;
 - wiadomość e-mail z 30 maja 2017 r. (12:24); Nadawca: Artur Prusinowski (Dahua); Adresat: [informacje chronione] (Dahua); [informacje chronione] (Dahua); [informacje chronione] (Dahua); Temat: nowy cennik detaliczny Dahua 19.06.2017, wraz z załączonym cennikiem, k. 3137;
 - wiadomość e-mail z 29 sierpnia 2017 r. (9:56); Nadawca: [informacje chronione] (Dahua); Adresat: [informacje chronione], [informacje chronione] (Dahua); Temat: Nowy cennik DTPL, wraz z załączonym cennikiem, k. 46;
 - wiadomość e-mail z 11 stycznia 2018 r. (9:56); Nadawca: Artur Prusinowski (Dahua); Adresat: [informacje chronione] (Dahua); [informacje chronione] (Dahua); [informacje chronione] (Dahua); Temat: nowy cennik msrp, wraz z załączonym cennikiem, k. 46;

⁶ W przedmiotowej decyzji przez przywołane jako dowody wiadomości e-mail należy rozumieć całość danej wiadomości e-mail wskazanej jako dowód, tj. treść sporządzoną przez nadawcę wraz z ewentualnymi wiadomościami zacytowanymi w przesłanej wiadomości.

- pismo Dahua z 8 sierpnia 2022, zał. 12 – cenniki Dahua wysyłane do dystrybutorów na IV kwartał 2016 roku; na II kwartał 2017 roku; na II, III i IV kwartał 2018 roku; na I, II, III i IV kwartał 2019 roku; na I, II, III i IV kwartał 2020 roku oraz na I, II, III i IV kwartał 2021 roku, k. 2411-3071.

(67) Tym samym odbiorcy dystrybutorów, którzy nabywali produkty Dahua w prowadzonych przez nich własnych sklepach internetowych, nabywali je w cenach cennikowych wskazanych przez Dahua. Klauzula ta została opracowana przez pana [informacje chronione], pracownika Dahua z Działu Marketingu, który tworzył cenniki, pracującego pod nadzorem pana Andrzeja Jarzyny (Dahua), który jako dyrektor operacyjny i sprzedaży był jego przełożonym.

Dowód: pismo Dahua z 24 maja 2022 r., k. 3240.

(68) Na okoliczność, że ceny cennikowe miały być cenami oferowanymi przez dystrybutorów w ich sklepach internetowych wskazuje wiadomość e-mail z dnia 9 listopada 2016 r., w której pan [informacje chronione] (Dahua) zwrócił się do dystrybutora Delta-Opti z informacją: *„Doszły do mnie wieści, że na dwa modele podajecie znacznie niższą cenę MSRP niż sugerowana. Zapewne to przeoczenie, które mogło się zdarzyć przy tak dużej liczbie pozycji na stronie ale prosiłbym o poprawienie cen MSRP do takich jak w oficjalnym cenniku”*. Dodatkowo w wiadomości tej pan [informacje chronione] (Dahua) wskazał produkty, których cena była niższa od ceny cennikowej, wskazując dokładnie jaką wysokość cen Delta-Opti ma na stronie, a jaka wysokość cen wynika z cennika. Na powyższą wiadomość pan Artur Prusinowski (Dahua) odpowiedział do pana [informacje chronione] (Dahua) *„Tak trzymać”*.

Dowód: pismo Dahua z 24 maja 2022 r., zał. 36 – wiadomość e-mail z 9 listopada 2016 r. (18:16); Nadawca: Artur Prusinowski (Dahua); Adresat: [informacje chronione] (Dahua); Temat: ODP: Ceny MSRP na stronie Delta, k. 4032.

(69) Ponadto wniosek taki wynika z wiadomości e-mail pana Artura Prusinowskiego (Dahua) do opiekunów handlowych dystrybutorów oraz innych pracowników Dahua o treści *„W związku z tym, że na rynku dochodzi to patologii i nasze zestawy termo są sprzedawane jak zwykły towar z półki w zaniżonych cenach (...) proszę aby Wszyscy Partnerzy [dystrybutorzy – UOKiK] prezentowali na swoich stronach wyłącznie pełne zestawy w sugerowanej cenie MSRP z pełną informacją o warunkach gwarancji”*.

Dowód: wiadomość e-mail z 20 marca 2020 r. (8:54); Nadawca: Artur Prusinowski (Dahua); Adresat: [informacje chronione] (Dahua), [informacje chronione] (Dahua), [informacje chronione] (Dahua), [informacje chronione] (Dahua), [informacje chronione] (Dahua), [informacje chronione] (Dahua), [informacje chronione] (Dahua), zamowienia.pl@global.

dahuatech.com, [informacje chronione] (Dahua), [informacje chronione] (Dahua), [informacje chronione] (Dahua), [informacje chronione] (Dahua), [informacje chronione] (Dahua); Temat: Sprzedaż zestawów Termo, k. 42.

- (70) Na konieczność stosowania przez dystrybutorów cen wynikających z cennika Dahua wskazuje również wewnętrzna korespondencja przedstawicieli E-commerce z dnia 16 stycznia 2018 r., w której pan Mateusz Kurowski (E-commerce) w reakcji na pytanie dotyczące możliwości obniżenia cen na produkty Dahua przez jeden z oddziałów E-commerce, odpowiedział „*jest całkowity zakaz schodzenia z cen MSRP na produkty dahua w całej sieci oraz przez klientów którym sprzedajemy sprzęt (w tym temacie nic się nie zmieniło od spotkania w Wiśle). (...) Proszę o poinstruowanie oddziału w Piotrkowie aby dostosowali ceny do strony E-commerce*”.

Dowód: wiadomość e-mail z 16 stycznia 2018 r. (15:59); Nadawca: Mateusz Kurowski (E-commerce); Adresat: [informacje chronione] (E-commerce); Kopia: [informacje chronione] (E-commerce); Temat: Re: Zaniżanie cen Piotrków, k. 45.

- (71) Dodatkowo na okoliczność, że dystrybutorzy Dahua po otrzymaniu nowego cennika Dahua aktualizowali swoje ceny tak, aby były one zgodne z nowym cennikiem wskazuje wewnętrzna korespondencja pracowników dystrybutora [informacje chronione]. Mianowicie w treści wiadomości e-mail z 1 lutego 2021 r. pracownik [informacje chronione] przekazał do handlowców [informacje chronione] e-mail od pana Artura Prusinowskiego (Dahua) z nowym cennikiem Dahua oraz informacją, że będzie on obowiązywał od 1 lutego. Jednocześnie pracownik [informacje chronione] poinformował handlowców, że „*Ceny zostały zaktualizowane zgodnie z nowym cennikiem*”. W związku z tym w dniu wejścia w życie nowego cennika Dahua, zgodnie z ww. klauzulą [informacje chronione] posiadał ceny zgodne z nowym cennikiem.

Dowód: wiadomość e-mail z 1 lutego 2021 r. (11:06); Nadawca: [informacje chronione]; Adresat: [informacje chronione]; Temat: FW: Nowy cennik Dahua – 01.02.2021, k. 3136.

- (72) Ponadto, jak wynika z materiału dowodowego ceny cennikowe miały być nie tylko oferowane we własnych sklepach internetowych dystrybutorów, ale miały być stosowane ogółem do odbiorców końcowych. Wskazuje na to wiadomość e-mail z 9 grudnia 2016 r., w której pan [informacje chronione] (Dahua) ówczesny opiekun handlowy dystrybutora [informacje chronione]⁷ (dalej: „[informacje chronione]”) przekazał do pana Artura Prusinowskiego (Dahua) oraz pozostałych opiekunów handlowych informację o ulotce z promocjami tego dystrybutora, w której na produkty Dahua wpisany został rabat wynoszący [informacje chronione]%, obliczany od cen wynikających z cennika Dahua. Powyższą wiadomość

⁷ [informacje chronione].

skomentował pan [informacje chronione] (Dahua) wskazując „*Jeśli ulotka dociera do klienta końcowego to i tak pokazali o [informacje chronione]% za dużo*”. Ostatecznie temat zakończył pan Artur Prusinowski (Dahua) wskazując, że dystrybutor ten ma w swojej bazie głównie instalatorów.

Dowód: wiadomość e-mail z 9 grudnia 2016 r. (13:44); Nadawca: Artur Prusinowski (Dahua); Adresat: [informacje chronione] (Dahua), [informacje chronione] (Dahua), Andrzej Jarzyna (Dahua), [informacje chronione] (Dahua), [informacje chronione] (Dahua), [informacje chronione] (Dahua); Temat: RE: promocje [informacje chronione], k. 837.

(73) Dystrybutorzy Dahua w sytuacji braku danego produktu w cenniku zwracali się do Dahua z prośbą o wskazanie ceny detalicznej, jaką powinni stosować przy sprzedaży produktu. Wskazuje na to wiadomość e-mail dystrybutora Alkam z pytaniem „*proszę o informację jaka jest cena detaliczna kamer IPC A15P, A35P, C35P - nie ma ich w cenniku*”, na co pan [informacje chronione] (Dahua) wskazał „*Jeszcze nie ma na te produkty ustalonych cen. Jak tylko będę je miał to prześlę*”.

Dowód: wiadomość e-mail z 20 czerwca 2017 r. (16:14); Nadawca: [informacje chronione] (Dahua); Adresat: Dariusz Kondraciuk (Alkam); Temat: RE: Potrzebna cena Dahua, k. 837.

(74) Główne założenie dla stosowania przez dystrybutorów w relacjach z odbiorcami końcowymi cenników Dahua wynikało z treści jednego z e-maili: „*Cennik założenia (...) cel podstawowy to utrzymanie w miarę podobnych cen detalicznych w różnych kanałach sprzedaży – formalnie nie możemy na to wpływać! (...)*”.

Dowód: wiadomość e-mail z 20 listopada 2017 r. (14:31); Nadawca: [informacje chronione] (Dahua); Adresat: Artur Prusinowski (Dahua), Andrzej Jarzyna (Dahua); Temat: consumer cennik, k. 837.

5.2. Stosowanie progów rabatowych przez dystrybutorów wobec instalatorów, integratorów systemów, redystrybutorów i na portalu Allegro

(75) Od 2016 r. Dahua wskazywała dystrybutorom określony procentowo poziom rabatów, jaki powinni stosować przy sprzedaży produktów Dahua do instalatorów i integratorów systemów, redystrybutorów oraz przy sprzedaży na portalu Allegro. Rabaty były udzielane od cen wskazanych w cenniku Dahua. Poziom rabatów był taki sam dla wszystkich dystrybutorów.

(76) Informacje o wysokościach rabatów obowiązujących w latach 2016-2017 były przekazywane dystrybutorom indywidualnie w wiadomościach e-mail lub podczas spotkań. Na okoliczność tę wskazuje wiadomość e-mail, jaką wysłał pan Mateusz Kurowski (E-commerce) do

pracowników E-commerce dzień po spotkaniu z pracownikami Dahua: „DP [Dahua Poland – UOKiK] przedstawiła nam swoje stanowisko w budowaniu dystrybucji, podkreśliła że najważniejszym aspektem będzie utrzymanie spójnej i sztywnej polityki rabatowej. Odstępstwa od określonych zasad skutkować będą w pierwszym kroku podwyższeniem cen zakupu a następnie wypowiedzeniem kontraktu. Polityka rabatowa jaka będzie obowiązywać od 17.10.2016: Instalator - **[informacje chronione]**% Reseller z dniem 17.10 poziom przestaje istnieć. Dla wszystkich firm które miały rabat od **[informacje chronione]**% do **[informacje chronione]**% z grupy instalator oraz reseller rabat zostanie ustalony **na poziomie [informacje chronione]**%. **Zmiana zostanie dokonana w nocy z niedzieli 16.10 na poniedziałek 17.10.** Z firmami które posiadały dotychczas warunki resellera i będą spełniały określone kryteria ustalone przez DP będziemy podpisać [pisownia oryginalna – UOKiK] umowy na udzielenie im rabatu Redystrybutora. Redystrybutor **[informacje chronione]**% (firma nieprowadząca działalności instalacyjnej a prowadząca sklep stacjonarny bądź internetowy, zaopatrująca instalatorów, z którą będzie wymagane podpisanie umowy a następnie zgłoszenie do Dahua Polska). (...) Do momentu kiedy nie pojawią się dodatkowe możliwości rabatowania. **Proszę o bezwzględnie stosowanie się do powyższych zasad** [podkreślenia i pogrubienia zgodne z pisownią oryginalną – UOKiK]”. W odpowiedzi na powyższego e-maila jeden z pracowników E-commerce z oddziału w Opolu pan **[informacje chronione]** zadał pytanie „Jeśli chodzi o rabaty typowo instalatorskie to poziom **[informacje chronione]**% będzie sztywny czy będą jeszcze jakieś widły typu zakup miesięczny czy kwartalny będzie dawał jakieś bonusy instalatorom”. Na powyższe pan Mateusz Kurowski (E-commerce) odpowiedział „Zasugerowaliśmy DP aby rozważyła ustalenie przydzielania dodatkowych oczek. Na chwile obecną brak jakichkolwiek odstępstw”.

- Dowód:**
- wiadomość e-mail z 14 października 2016 r. (14:49); Nadawca: Mateusz Kurowski (E-commerce); Adresat: terenowe oddziały E-commerce oraz ich pracownicy; Kopia: **[informacje chronione]** (E-commerce), **[informacje chronione]** (E-commerce), **[informacje chronione]** (E-commerce), **[informacje chronione]** (E-commerce), [**informacje chronione**] (E-commerce), **[informacje chronione]** (E-commerce), **[informacje chronione]** (E-commerce), **[informacje chronione]** (E-commerce), **[informacje chronione]** (E-commerce), **[informacje chronione]** (E-commerce), **[informacje chronione]** (E-commerce), **[informacje chronione]** (E-commerce), **[informacje chronione]** (E-commerce), **[informacje chronione]** (E-commerce), **[informacje chronione]** (E-commerce), **[informacje chronione]** (E-commerce), **[informacje chronione]** (E-commerce), **[informacje chronione]** (E-commerce), **[informacje chronione]** (E-commerce), **[informacje chronione]** (E-commerce), nadzor@E-commerce.pl; Temat: NOWE ZASADY DAHUA 17.10.2016 wraz z załączonym do niej cennikiem, k. 45;

- wiadomość e-mail z 14 października 2016 r. (15:57); Nadawca: Mateusz Kurowski (E-commerce); Adresat: terenowe oddziały E-commerce oraz ich pracownicy; Kopia: [informacje chronione] (E-commerce), [informacje chronione] (E-commerce), [informacje chronione] (E-commerce), [informacje chronione] (E-commerce), [informacje chronione] (E-commerce), [informacje chronione] (E-commerce), [informacje chronione] (E-commerce), [informacje chronione] (E-commerce), [informacje chronione] (E-commerce), [informacje chronione] (E-commerce), [informacje chronione] (E-commerce), [informacje chronione] (E-commerce), [informacje chronione] (E-commerce), [informacje chronione] (E-commerce), [informacje chronione] (E-commerce), [informacje chronione] (E-commerce), [informacje chronione] (E-commerce), [informacje chronione] (E-commerce), nadzor@E-commerce.pl; Temat: Re: NOWE ZASADY DAHUA 17.10.2016, k. 3074.

(77) Przynajmniej od końca listopada 2016 r. Dahua wprowadziła zróżnicowane wysokości rabatów dla instalatorów i integratorów systemów, którzy osiągnęli określone przez Dahua progi miesięcznych lub kwartalnych zakupów. Informacje w tym zakresie zostały przekazane w wiadomości e-mail z 28 listopada 2016 r. przez pana Artura Prusinowskiego (Dahua) do Alkam: „Sugerowany rabat dla firm instalacyjnych; Grupa P – [informacje chronione]%, Grupa C – [informacje chronione]%. Dla Grupy rabatowej D przygotowaliśmy wielostopniowy system sugerowanych rabatów uzależnionych od wielkości zakupów. System kształtuje się następująco: a) Sugerowany Rabat Podstawowy - [informacje chronione]%; b) Sugerowany Rabat Pro+ - [informacje chronione]% dla wycen (kalkulacja w MSRP) powyżej [informacje chronione] pln oraz dla klientów, którzy kwartalnie dokonują zakupów powyżej [informacje chronione] pln (liczone w cenach zakupu), b) Sugerowany Rabat SI+ - [informacje chronione]% dla wycen (kalkulacja w MSRP) powyżej [informacje chronione] pln oraz dla klientów, którzy kwartalnie dokonują zakupów powyżej [informacje chronione]pln (liczone w cenach zakupu). Warunkowo redystrybutor zatwierdzony przez DTPL [Dahua Technology Poland – UOKiK], obroty kwartalne powyżej [informacje chronione]PLN w cenach zakupu”.

Dowód: pismo Dahua z 24 maja 2022 r., zał. 10 – wiadomość e-mail z 28 listopada 2016 r. (13:50); Nadawca: [informacje chronione] (Alkam); Adresat: Artur Prusinowski (Dahua); Temat: Re: Kilka spraw wraz z załącznikiem o nazwie „Informacja poufna”, k. 3833-3838.

(78) Określony został również poziom rabatów, jakie mogły być stosowane przy sprzedaży do redystrybutorów. Mianowicie maksymalny rabat przy sprzedaży do tej grupy odbiorców miał wynosić [informacje chronione]%, a dla redystrybutorów dokonujących kwartalnie zakupów w wysokości powyżej [informacje chronione] zł – [informacje chronione]%. Powyższe

wynika z wiadomości e-mail przedstawiciela E-commerce, w której przekazał do Dahua listę proponowanych redystrybutorów z pytaniem „Mamy jeszcze grupę kilku firm, które nie łapią się z obrotem na [informacje chronione] PLN, aczkolwiek jakiś obrót generują i mamy pewność, że jeżeli nie zaproponujemy im rabatu na poziomie [informacje chronione]% od cen detalicznych, to całkowicie zrezygnują ze współpracy i z dużą pewnością możemy stwierdzić, że przerzucą się na produkty konkurencji. Dla naszej firmy to będzie wymierna strata. Bardzo prosimy o Państwa komentarze”. W odpowiedzi pan Artur Prusinowski (Dahua) wskazał „ustaliliśmy, że od 1 grudnia jest określony rabat. Na ten temat już nie dyskutujemy. Co do listy firm jeżeli ktoś nie osiąga pułapu [informacje chronione] pln kwartalnie sugerujemy [informacje chronione]%, jeżeli ktoś przekracza to [informacje chronione]‰”. Powyższa korespondencja została przekazana następnie do pracowników E-commerce.

Dowód: wiadomość e-mail z 22 listopada 2016 r. (08:09); Nadawca: [informacje chronione] (E-commerce); Adresat: [informacje chronione] (E-commerce), Mateusz Kurowski (E-commerce), [informacje chronione] (E-commerce), [informacje chronione] (E-commerce), Zbigniew Dąbrowski (E-commerce), [informacje chronione] (E-commerce), [informacje chronione] (E-commerce), [informacje chronione] (E-commerce); Temat: Fwd: RE: Lista dystrybutorów, k. 3074.

(79) Informacje o wysokości progów rabatowych obowiązujących w latach 2018-2020 były natomiast przekazywane podczas tzw. spotkań partnerów Dahua, które odbywały się zasadniczo raz do roku [akapit (54) decyzji]. Podczas spotkań, które odbyły się w roku 2017, 2018 i 2019 pracownicy Dahua przedstawiali prezentacje, w których jeden ze slajdów był zatytułowany „Polityka Rabatowa – Sugerowane rabaty. Grupa rabatowa D”. Na slajdzie tym, zawarte były szczegółowe informacje o wysokościach rabatów jakie dystrybutorzy powinni stosować wobec instalatorów i integratorów systemów w zależności od wartości jednorazowego zakupu oraz łącznej okresowej (kwartalnej lub rocznej) wartości zakupów. Tak zakomunikowane wysokości rabatów, zaczynały obowiązywać z początkiem kolejnego roku kalendarzowego.

Dowód:

- pismo Dahua z 25 lipca 2022 r., k. 4299-4301;
- pismo Dahua z 8 sierpnia 2022 r. – zał. 7 Prezentacje ze Spotkań Partnerów Dahua w latach 2017-2021, k. 1586-1763;
- pismo Dahua z 23 czerwca 2023 r., k. 4812.

(80) Ponadto na spotkaniu w 2017 r. przedstawiciele Dahua poinformowali również dystrybutorów o maksymalnej wysokości rabatu, jaki powinni stosować przy sprzedaży produktów Dahua na portalu Allegro, a także przy sprzedaży produktów Dahua do redystrybutorów (tj. podmiotów

prowadzących dalszą sprzedaż produktów Dahua). Rabat ten miał wynosić **[informacje chronione]**% od cen z cennika Dahua i nie ulegał on zmianom w późniejszych latach.

- Dowód:**
- pismo Dahua z 25 lipca 2022 r., k. 4301;
 - pismo Dahua z 23 czerwca 2023 r., k. 4811-4823.

- (81) Na wysokość rabatu, jaki miał być stosowany przez dystrybutorów przy sprzedaży produktów Dahua do redystrybutorów, wskazuje również wiadomość e-mail z 23 stycznia 2018 r., w której dystrybutor **[informacje chronione]** (dalej: „**[informacje chronione]**”) poinformował swojego opiekuna handlowego pana **[informacje chronione]** (Dahua) oraz pana Artura Prusinowskiego (Dahua) o cenie oferowanej na rejestrator IP w sklepie internetowym redystrybutora pod adresem **[informacje chronione]**. Pan Artur Prusinowski (Dahua) przekazał powyższą wiadomość do opiekunów handlowych dystrybutorów z pytaniem „Czy wreszcie ktoś zajmie się tematem. Ktoś musi im sprzedawać **[informacje chronione]**”. W odpowiedzi pan **[informacje chronione]** (Dahua) przyznał, że Alpol w poprzednim roku sprzedał sprzęt do tego redystrybutora zaznaczając, że sprzedaż odbyła się „na standardowych rabatach **[informacje chronione]**%”. W reakcji na powyższe pan Artur Prusinowski wskazał opiekunom handlowym „Umawialiśmy się że dla takiego profilu klienta rekomendowany rabat to **[informacje chronione]**%. Proszę o przypomnienie Partnerom o naszych rekomendacjach”.

- Dowód:** wiadomość e-mail z 23 stycznia 2018 r. (10:16); Nadawca: Artur Prusinowski (Dahua); Adresat: **[informacje chronione]** (Dahua); **[informacje chronione]** (Dahua), **[informacje chronione]** (Dahua), **[informacje chronione]** (Dahua); Temat: RE: Ceny, k. 837.

- (82) Powyższe potwierdza również wewnętrzna korespondencja pracowników Dahua, w której pan **[informacje chronione]** (Dahua) zwrócił się do pozostałych opiekunów handlowych Dahua z informacją o zaniżaniu cen przez redystrybutorów na Allegro „Znowu **[informacje chronione]** i jakiś nowy twór **[informacje chronione]**. (...) Czy ktoś z Waszych Klientów [dystrybutorów – UOKiK] może dokonać tam zakupów? Ja już nie mam kogo prosić, gdyż spotykam się z odpowiedzią, że te zakupy nie przynoszą efektów”. Jak wynika z odpowiedzi pana **[informacje chronione]** (Dahua) zakup kontrolowany został przeprowadzony „po prawie pół roku udało mi się ustalić skąd bierze **[informacje chronione]**... Rejestrator kupiony na aukcji: <https://allegro.pl/rejestrator-5w1-dahua-xvr5104c-x-i7604064348.html> był sprzedany do Alkam... nawet nie musieli przepakować paczki, oklejona Alkam Security i wysłana bezpośrednio do klienta z Mroźnej 43 (Alkam Katowice)”. W reakcji na powyższe pan Artur Prusinowski (Dahua) zwrócił się do pana **[informacje chronione]** (Dahua) opiekuna handlowego Alkam „Karol, Oczekuję natychmiastowej reakcji!”. 8 minut później,

pan [informacje chronione] (Dahua) przekazał w wiadomości e-mail „Już jestem po rozmowie, Alkam sprzedał mu na [informacje chronione]% a on wystawia z rabatem [informacje chronione]%. Rozmawiałem z tym gościem także z [informacje chronione] i ma ściągnąć te ceny”. Na powyższe ponownie odpowiedział pan Artur Prusinowski (Dahua) „Ustalaliśmy inne rozwiązania! Zapomniałeś już?”. Pan [informacje chronione] (Dahua) odpowiedział „Nie, Artur nie zapomniałem. Kazałem [informacje chronione; pan [informacje chronione] z Alkam – UOKiK] go odciąć bo to jego oddział w Katowicach”. W osobnym e-mailu pan [informacje chronione] (Dahua) wskazał „Ustalenia co do odsprzedaży syfiarzom z Allegro były chyba inne niż [informacje chronione]%. Kilkukrotnie odpytywaliśmy Partnerów kto im sprzedaje i nikt się nie przyznawał”, na co pan Artur Prusinowski (Dahua) doprecyzował, że wysokość maksymalnego rabatu, jaki dystrybutorzy mają stosować przy sprzedaży do podmiotów prowadzących sprzedaż na Allegro wynosi [informacje chronione]%

- Dowód:**
- wiadomość e-mail z 30 listopada 2018 r. (13:35); Nadawca: Artur Prusinowski (Dahua); Adresat: [informacje chronione] (Dahua), [informacje chronione] (Dahua), [informacje chronione] (Dahua), [informacje chronione] (Dahua), [informacje chronione] (Dahua); Temat: RE: Allegro, k. 837;
 - wiadomość e-mail z 30 listopada 2018 r. (13:35); Nadawca: [informacje chronione] (Dahua); Adresat: [informacje chronione] (Dahua), [informacje chronione] (Dahua), [informacje chronione] (Dahua), [informacje chronione] (Dahua), Artur Prusinowski (Dahua); Temat: Re: Allegro, k. 837.

(83) Podsumowując ww. informacje, wysokość rabatów, jakie dystrybutorzy mieli stosować w latach 2016-2021 przy sprzedaży produktów Dahua do instalatorów i integratorów systemów, redystrybutorów oraz przy sprzedaży na portalu Allegro, obrazuje poniższa tabela. Przy czym należy wskazać, że obowiązujące od 2018 r. poziomy rabatów dotyczyły wyłącznie produktów Dahua z grupy „D”.

Rok obowiązywania rabatów/ Rodzaj rabatu	2016 i 2017	2018	2019 i 2020 ⁸
<i>Rabaty stosowane przy sprzedaży do instalatorów i integratorów systemów</i>			
Rabat podstawowy	[informacje chronione]% produkty z grupy „D” [informacje chronione]% produkty z grupy „P”	[informacje chronione]%	[informacje chronione]%

⁸ Dahua ogłosiła tę samą wysokość rabatów maksymalnych obowiązujących w 2019 r. i 2020 r.

	[informacje chronione]% produkty z grupy „C”		
Rabat dla wycen powyżej [informacje chronione]zł	[informacje chronione]% produkty z grupy „D” oraz dla klientów, którzy <u>kwartalnie</u> dokonują zakupów powyżej [informacje chronione] zł	[informacje chronione]% oraz dla klientów, którzy <u>kwartalnie</u> dokonują zakupów powyżej [informacje chronione] zł	[informacje chronione]% oraz dla klientów, którzy <u>rocznie</u> dokonują zakupów powyżej [informacje chronione] zł
Rabat dla wycen powyżej [informacje chronione]zł	–	–	[informacje chronione]% oraz dla klientów, którzy <u>rocznie</u> dokonują zakupów powyżej [informacje chronione] zł
Rabat dla wycen powyżej [informacje chronione] zł	[informacje chronione]% produkty z grupy „D” oraz dla klientów, którzy <u>kwartalnie</u> dokonują zakupów powyżej [informacje chronione] zł	[informacje chronione]% oraz dla klientów, którzy <u>kwartalnie</u> dokonują zakupów powyżej [informacje chronione] zł	[informacje chronione]% oraz dla klientów, którzy <u>rocznie</u> dokonują zakupów powyżej [informacje chronione] zł
Rabat udzielany „warunkowo” dla największych klientów	–	[informacje chronione]% dla klientów, którzy <u>kwartalnie</u> dokonują zakupów powyżej [informacje chronione] zł	–
<i>Rabaty stosowane przy sprzedaży na portalu Allegro oraz do redystrybutorów</i>			
Rabat	[informacje chronione]% produkty z grupy „D” [informacje chronione]% produkty z grupy „D” (dla redystrybutorów, którzy <u>kwartalnie</u> dokonują zakupów powyżej [informacje chronione] zł)	[informacje chronione]%	[informacje chronione]%

Dowód:

- pismo Dahua z 24 maja 2022 r., zał. 10 – wiadomość e-mail z 28 listopada 2016 r. (13:50); Nadawca: [informacje chronione] (Alkam); Adresat: Artur Prusinowski (Dahua); Temat: Re: Kilka spraw wraz z załącznikiem o nazwie „Informacja poufna”, k. 3833-3838;
- pismo Dahua z 23 czerwca 2023 r., k. 4812;
- pismo Dahua z 25 lipca 2022 r., k. 4300, 4301;
- pismo Dahua z 25 lipca 2022 r., zał. 3 - Slajdy zatytułowane „Polityka Rabatowa – Sugerowane rabaty. Grupa rabatowa D”, pochodzące z prezentacji wykorzystanych przez Dahua na Spotkaniach Partnerów Dahua w IV kwartale 2017 r., IV kwartale 2018 r. w II kwartale 2019 r., k. 4322-4324.

(84) Przedstawione wysokości rabatów podstawowych obowiązujące w latach 2016-2017 dotyczyły produktów dystrybucyjnych z grupy „D”, produktów projektowych z grupy „P” oraz akcesoriów z grupy „C”. Od 2018 r. rabaty były określane przez Dahua wyłącznie na

produkty dystrybucyjne z grupy „D”. Powyższe wynikało z faktu, że produkty te były szybko rotujące, a także z tego, że Dahua udzielała dystrybutorom na nie najwyższe rabaty zakupowe. W konsekwencji dystrybutorzy mieli istotnie większą przestrzeń do schodzenia z marży i zaniżania cen niż w przypadku akcesoriów z grupy „C”, czy rozwiązań projektowych z grupy „P”.

- Dowód:**
- pismo Dahua z 25 lipca 2022 r., k. 4301, 4302;
 - pismo Dahua z 23 czerwca 2023 r., k. 4815.

(85) Zebrany w toku postępowania materiał dowodowy wskazuje, że komunikowane przez Dahua wysokości rabatów określone przez Dahua jako „sugerowane” w rzeczywistości stanowiły rabaty maksymalne, jakie dystrybutorzy powinni stosować przy sprzedaży produktów Dahua do poszczególnych grup odbiorców. Na okoliczność tę wprost wskazuje przywołana wyżej wiadomość e-mail z 14 października 2016 r., w której pan Mateusz Kurowski (E-commerce) przekazując pozostałym pracownikom E-commerce informacje ze spotkania z przedstawicielami Dahua w zakresie stosowanych przez dystrybutorów rabatów, wskazał: *„DP [Dahua Poland – UOKiK] przedstawiła nam swoje stanowisko w budowaniu dystrybucji, podkreśliła że najważniejszym aspektem będzie utrzymanie spójnej i szytywnej polityki rabatowej. Odstępstwa od określonych zasad skutkować będą w pierwszym kroku podwyższeniem cen zakupu a następnie wypowiedzeniem kontraktu [podkreślenia i pogrubienia zgodne z pisownią oryginalną – UOKiK]”*.

- Dowód:** wiadomość e-mail z 14 października 2016 r. (14:49); Nadawca: Mateusz Kurowski (E-commerce); Adresat: terenowe oddziały E-commerce oraz ich pracownicy; Kopia: [informacje chronione] (E-commerce), [informacje chronione] (E-commerce), [informacje chronione] (E-commerce), [informacje chronione] (E-commerce), [informacje chronione] (E-commerce), [informacje chronione] (E-commerce), [informacje chronione] (E-commerce), [informacje chronione] (E-commerce), [informacje chronione] (E-commerce), [informacje chronione] (E-commerce), [informacje chronione] (E-commerce), [informacje chronione] (E-commerce), [informacje chronione] (E-commerce), [informacje chronione] (E-commerce), [informacje chronione] (E-commerce), [informacje chronione] (E-commerce), [informacje chronione] (E-commerce), [informacje chronione] (E-commerce), [informacje chronione] (E-commerce), nadzor@E-commerce.pl; Temat: NOWE ZASADY DAHUA 17.10.2016 wraz z załączonym do niej cennikiem, k. 45.

(86) Na konieczność stosowania się przez dystrybutorów do określonych przez Dahua wysokości rabatów wskazuje również wiadomość e-mail z 3 października 2016 r., w której pan Artur Prusinowski (Dahua) przekazał do dystrybutora [informacje chronione] (dalej: „[informacje chronione]”) zrzut ekranu oferty wystawionej przez tego dystrybutora na Allegro z komentarzem „Allegro nie jest chyba dobrym miejscem do tego typu działań”. W odpowiedzi

przedstawiciel [informacje chronione] wskazał „zgadzam się z Panem. Tylko tak jak kiedyś rozmawialiśmy. Mamy na magazynie i zalega nam od zeszłego roku. Wchodzą nowe produkty lepsze ceny. Dział IT dostał wytyczne, że ma się tego pozbyć (...). Trzymamy się zasad ustalonych z Dystrybutorami obecnie partnerami. [informacje chronione] % rabatu IP na produkty nierotujące”.

Dowód: wiadomość e-mail z 11 października 2016 r. (18:26); Nadawca: [informacje chronione]; Adresat: Artur Prusinowski (Dahua); Kopia: [informacje chronione] (Dahua); Temat: Re: allegro, k. 42.

- (87) Podobny wniosek wynika z wiadomości e-mail z 25 października 2016 r., w której pan Artur Prusinowski (Dahua) przesłał do pana [informacje chronione] (Dahua) – opiekuna handlowego [informacje chronione] informacje „(...) [informacje chronione] [później pod firmą [informacje chronione] – UOKiK] – z [informacje chronione] [informacje chronione] pracownik [informacje chronione] – UOKiK] *musze pogadać o przestrzeganiu zasad rabatowania i braku redystrybucji. Możesz delikatnie podpytać i oznajmić, że taki jest nasz model i nie zmienimy go*”. W odpowiedzi pan [informacje chronione] (Dahua) wskazał „Z [informacje chronione] *tez rozmawialem i dałem jasny przekaz jak działamy i próba złamania zasad będzie wiązać się z dyskwalifikacją*”.

Dowód: pismo Dahua z 24 maja 2022 r., zał. 12 – wiadomość e-mail z 27 października 2016 r. (17:44); Nadawca: [informacje chronione] (Dahua); Adresat: Artur Prusinowski (Dahua); Temat: Re: umowy, k. 3875-3877.

- (88) Na konieczność stosowania się do rabatów, wskazuje także wysłana w dniu 25 stycznia 2017 r. przez pana Zbigniewa Dąbrowskiego (E-commerce) notatka na własną skrzynkę e-mailową, w której wypunktował sobie problematyczne kwestie związane ze współpracą z Dahua. W punkcie 16 wspomnianej notatki wskazał „*Planowe działanie poprzez narzucenie ograniczenia cenowego do [informacje chronione] %, a sami dają naszym klientom rabaty poniżej [informacje chronione] % by odebrać nam możliwości dystrybucji (...)*”, a w dalszej części „*Na skutek zaleceń pod groźbą konsekwencji do stosowania narzuconych nam cen sprzedaży odeszły od nasze firmy klienci reselerzy i instalatorzy między innymi do firmy Alpol i do firmy w [informacje chronione] z [informacje chronione] i [informacje chronione]*”.

Dowód: wiadomość e-mail z 25 stycznia 2017 r. (08:50); Nadawca: Zbigniew Dąbrowski (E-commerce); Adresat: Zbigniew Dąbrowski (E-commerce); Temat: Dahua kolejne kroki, k. 3074.

- (89) Ponadto z materiału dowodowego wynika, że dystrybutorzy mieli świadomość konieczności stosowania się do maksymalnych progów rabatowych przez pozostałych dystrybutorów Dahua i w sytuacji nieprzestrzegania przez innych dystrybutorów ustaleń, informowali o tym

Dahua lub zwracali się do Dahua z prośbą o interwencję. Przykładowo w wiadomości e-mail z dnia 28 listopada 2016 r. dystrybutor [informacje chronione] (dalej: „[informacje chronione]”), przekazał do pana Artura Prusinowskiego (Dahua) „Mam od klienta informację, że Delta Opti sprzedaje instalatorom sprzęt Dahua powyżej [informacje chronione]% od oficjalnego cennika”. W odpowiedzi na powyższe pan Artur Prusinowski (Dahua) wskazał: „Robert sprawdziłem kilka P/N [numerów seryjnych – UOKiK] kamer i rejestratorów i przy każdym produkcie wychodzi mi rabat [informacje chronione]%. Możesz wskazać konkretny PN który jest sprzedawany na wyższym rabacie?”. Ostatecznie przedmiotowa skarga została przekazana przez pana Artura Prusinowskiego (Dahua) do pana [informacje chronione] (Dahua) opiekuna handlowego Delta-Opti z prośbą o jej wyjaśnienie.

Dowód: wiadomość z 28 listopada 2016 r. (12:35); Nadawca: Artur Prusinowski (Dahua); Adresat: [informacje chronione] (Dahua), [informacje chronione]; Temat: RE: RE: Promocja HDD – Dahua, k. 837.

- (90) Z podobnym problemem zwrócił się do Dahua kolejny dystrybutor wskazując „Wczoraj był u nas w firmie instalator, niestety ale nie dokonał zakupów ponieważ otrzymał lepsze ceny w DELTA Poznań [dystrybutor Delta-Opti – UOKiK]. Powiedział, że woli kupić u nas ale muszę dorównać cenami. Proszę o informację, czy dalej obowiązuje zasada rabatowania [informacje chronione]% dla instalatorów (max [informacje chronione]% po spełnieniu warunków). Nie chciałbym stracić kolejnego klienta z powodu trzymania się zasad”. Powyższą wiadomość w dniu 7 marca 2017 r. pan Artur Prusinowski (Dahua) przekazał do Delta-Opti z prośbą o wyjaśnienie. Przedstawiciel Delta-Opti wskazał, że towar ten im zalega oraz że zakupili go bezpośrednio w Chinach, dodał także, że „W momencie zakupu mieliśmy zapewnienie [informacje chronione – UOKiK], że możemy dowolnie kształtować naszą politykę cenową na ten model (zakup promocyjny)”. W odpowiedzi pan Artur Prusinowski (Dahua) wskazał „powołuje się Pan na ustalenia z [informacje chronione], który nie odpowiada za Polskę od roku. Dahua Technology Poland od blisko 7 miesięcy kształtuje politykę sprzedaży. Naruszanie postanowień umowy o współpracy może skutkować rozwiązaniem umowy”.

Dowód: wiadomość e-mail z 8 marca 2017 r. (16:09); Nadawca: Artur Prusinowski (Dahua); Adresat: biuro@delta.poznan.pl; Kopia: [informacje chronione] (Dahua); Temat: ODP: FW: Rabaty DAHUA, k. 837.

- (91) W dniu 1 lutego 2017 r. dystrybutor [informacje chronione] (dalej: „[informacje chronione]”) wysłał wiadomość e-mail do swojego ówczesnego opiekuna handlowego pana [informacje chronione] (Dahua) oraz do wiadomości pana Artura Prusinowskiego (Dahua) o treści: „W załączeniu przesyłam dwa zrzuty ekranu oraz fakturę zakupu. Zrzut ekranu [informacje chronione][dystrybutor [informacje chronione] – UOKiK] z dnia wczorajszego

z godziny 16:05 - ewidentnie łamie ustalenia (produkt wystawiony przez **[informacje chronione]**) jest w aktualnym cenniku Dahua i jest wystawiony przez **[informacje chronione]** zbyt tanio - **[informacje chronione]**% rabat na dzień dobry). Zadzwoniliśmy na własną rękę do **[informacje chronione]** - Pani się wystraszyła, przyznała do błędu i cena została poprawiona - już teraz Jest ok". Dodatkowo przedstawiciel **[informacje chronione]** wskazał, że klient po dokonaniu u niego w sklepie zakupu kamery w cenie 182,70 zł/sztuka, zgłosił problem z ceną, ponieważ „Twierdzi, że Eltrox [nazwa sklepu internetowego E-commerce – UOKiK] oferuje rabat instalatorski minimum **[informacje chronione]** procent na te kamerę od ceny widocznej na jego stronie (...) cena dla klienta wychodzi 124,87 netto”. Na powyższe pan Artur Prusinowski (Dahua) odpowiedział „Panie Radosławie, Przepraszam za zaistniałą sytuację. (...) Ponieważ są to produkty słabo rotujące i Eltrox ma duże problemy z ich sprzedażą zgodziliśmy się na wyprzedaż. Naszą winą jest brak odpowiedniego komunikowania tego działania z Państwem. Lojalnie informuję, iż Eltrox posiada kilka modeli z HOCVI 1 i ceny mogą odbiegać od MSRP”.

Dowód: pismo Dahua z 24 maja 2022 r., zał. 21 – wiadomość e-mail z 2 lutego 2017 r. (16:28); Nadawca: Artur Prusinowski (Dahua); Adresat: **[informacje chronione]**; Kopia: Temat: RE: sprawa kamer, k. 3929-3931.

(92) Również Alkam informował Dahua o nieprzestrzeganiu wysokości maksymalnych rabatów przez dystrybutora **[informacje chronione]** (dalej: „**[informacje chronione]**”): „W załączniku masz ofertę z **[informacje chronione]** na produkty Dahua z potwierdzonym **[informacje chronione]**% rabatem. Jak chcesz to możesz to wykorzystać, ale prosba jak najdelikatniej. Jak widać powoli robi się jak w Hiku [Hikvision, konkurencyjna względem Dahua marka – UOKiK], wolna amerykanka. Liczy się tylko sprzedaż za wszelką cenę, a polityka pilnowania rabatów schodzi na dalszy plan. Szkoda !!!”.

Dowód: wiadomość e-mail z 7 grudnia 2020 r. (14:34); Nadawca: **[informacje chronione]** (Alkam); Adresat: **[informacje chronione]** (Dahua), Kopia: **[informacje chronione]** (Dahua) Temat: Fwd: no i dał 55 wraz z załącznikiem, k. 42.

(93) Na nieprzestrzeganie przez dystrybutorów polityki rabatowej wskazywał Dahua również dystrybutor **[informacje chronione]** (dalej: „**[informacje chronione]**”). Mianowicie w wiadomości e-mail wysłanej do pana Artura Prusinowskiego (Dahua) wskazał „Dzisiaj odwiedził nas następny klient i poinformował, że nie kupuje u nas, ponieważ w ALKAMIE dostał **[informacje chronione]**% rabatu... Jeżeli dalej tak pójdzie, to klienci przejdą do konkurencji, albo będziemy musieli też rozdawać rabaty a to wszystko wiąże się z niszczeniem rynku i erozją marży”. Powyższa wiadomość została przekazana przez pana Artura Prusinowskiego (Dahua) do pana **[informacje chronione]** (Dahua) opiekuna handlowego

Alkam z poleceniem: „*Karol, Możesz to ogarnąć?*”. W odpowiedzi na powyższą wiadomość pan **[informacje chronione]** (Dahua) odpowiedział: „*Już ogarniam*”.

Dowód: wiadomość e-mail z 5 lutego 2021 r. (15:07); Nadawca: **[informacje chronione]** (Dahua); Adresat: Artur Prusinowski (Dahua); Kopia: **[informacje chronione]** (Dahua); Temat: RE: ALKAM i **[informacje chronione]**% rabatu, k. 837.

- (94) Na okoliczność, że dystrybutorzy zwracali się do Dahua z prośbą o interwencję w sytuacji nieprzestrzegania rabatów wskazuje wiadomość e-mail od pana Pawła Zemły (Alpol) do Dahua, w której przekazał wiadomość e-mail rozsyłaną przez dystrybutora Alkam, z której wynika, że Alkam oferował rabaty na produkty Dahua w wysokości **[informacje chronione]**% od ceny cennikowej. W treści wiadomości pan Paweł Zemła (Alpol) zwrócił się do swojego opiekuna handlowego pana **[informacje chronione]** (Dahua) i pana Artura Prusinowskiego (Dahua) z pytaniem: „*Co Wy na to (w ALKAM z marszu **[informacje chronione]**% dla naszego stałego Klienta). TAK TRACIMY KLIENTÓW lub marżę (...). Proszę o pilną reakcję. Spowodowanie aby pisemnie ALKAM odwołał tę ofertę. Proszę o info zwrotne. Ps.: w ciągu kilku dni przesłaliśmy Ci już dowody z E-commerce, **[informacje chronione]**, Alkam, (w **[informacje chronione]** [adres sklepu internetowego dystrybutora **[informacje chronione]** – UOKiK] **[informacje chronione]**% nie jest problemem). Co możecie zrobić abyśmy nie tracili w ten sposób Klientów lub marży???*”. W odpowiedzi pan Artur Prusinowski (Dahua) poinformował „*w temacie Alkam-u już działałam. Pozostałe firmy najpóźniej na spotkaniu Partnerów dowiedzą się o konsekwencjach swoich działań*”. Jednocześnie pan Artur Prusinowski (Dahua) przekazał powyższą wiadomość Alpolu do pozostałych opiekunów handlowych dystrybutorów Dahua z komentarzem: „*Fyi Wszystkich **[informacje chronione]** nagrodzimy! Proszę abyście zaczęli rozmawiać z nimi o konsekwencjach*”.

Dowód:

- wiadomość e-mail z 15 marca 2019 r. (13:25); Nadawca: Paweł Zemła (Alpol); Adresat: Artur Prusinowski (Dahua), **[informacje chronione]** (Dahua); Kopia: Piotr Bąchorek (Alpol), **[informacje chronione]** (Alpol); Temat: Re: ALKAM-SECUIRTY_warunki_handlowe –konkurencji, k. 837;
- wiadomość e-mail z 15 marca 2019 r. (13:08); Nadawca: Artur Prusinowski (Dahua); Adresat: **[informacje chronione]** (Dahua), **[informacje chronione]** (Dahua), **[informacje chronione]** (Dahua), **[informacje chronione]** (Dahua); Temat: FW: ALKAM-SECUIRTY_warunki_handlowe -konkurencji, k. 837.

- (95) Również dystrybutor **[informacje chronione]** (dalej: „**[informacje chronione]**”) zwracał się do Dahua z prośbą o interwencję w sprawie nieprzestrzegania przez dystrybutora Alkam

ustalonego poziomu maksymalnych rabatów: „(...) firma Alkam o której pisze obdzwaniania swoich oraz moich klientów proponując rabat w grupie D na Q4 w wysokości [informacje chronione]% od cen detalicznych ale tylko na ostatni kwartał. Czy to nie zbieg okoliczności? Bardzo proszę o zmniejszenie temperamentu swojego partnera. Proszę aby zrobili to Panowie w sposób dyskretny abym nie znalazł się na ich czarnej liście”.

Dowód: wiadomość e-mail z 19 października 2020 r. (15:53); Nadawca: [informacje chronione]; Adresat: [informacje chronione] (Dahua); Kopia: Artur Prusinowski (Dahua); Temat: rabat podstawowy Q4, k. 837.

- (96) Dodatkowo z materiału dowodowego wynika, że dystrybutorzy Dahua zdając sobie sprawę z konieczności przestrzegania polityki rabatowej, aby sprzedać produkty Dahua z wyższym rabatem fakt ten ukrywali. Na okoliczność tę wskazuje wewnętrzna korespondencja pracowników [informacje chronione] (dalej: „[informacje chronione]”) dotycząca nieprzestrzegania maksymalnej wysokości rabatów przez E-commerce „Czy masz możliwość rozmowy, wysłania korespondencji do [informacje chronione; opiekun handlowy [informacje chronione] – UOKiK] maila odnośnie poniższej sytuacji. E-commerce sprzedaje na [informacje chronione]% wszystkie towary z cennika bieżącego! pierwsza faktura jest wystawiana na [informacje chronione]% natomiast na koniec miesiąca jest korekta do poziomu [informacje chronione]%. Widziałem razem z Adamem - klient nam pokazał na portalu on-line”.

Dowód: wiadomość e-mail z 25 czerwca 2018 (12:55); Nadawca: [informacje chronione]; Adresat: [informacje chronione]; Kopia: [informacje chronione]; Temat: Dahua CCTV – ELTROX, k. 3137.

- (97) Powyższa praktyka E-commerce znajduje również potwierdzenie w wewnętrznej korespondencji pracowników E-commerce z 14 grudnia 2020 r., w której jeden z pracowników wskazał „Dahuję możemy rabatować po przez korektę zbiorczą do faktury gdzie nie widać wprost jak tanio sprzedaliśmy produkty Dahua. Odslanianie [informacje chronione]% rabatu na fakturze, wprost, nie jest poprawne”. W odpowiedzi na powyższe pan Mateusz Kurowski (E-commerce) zauważył „Ryzyko utraty jednego punktu procentowego w rabacie Dahua wedle mojej wiedzy, jest niewspółmierne z uzyskaną marżą w redystrybucji. Jestem po rozmowie z [informacje chronione] podczas której zasygnalizowałem temat wprowadzenia umów partnerskich które mogłyby w części rozwiązać problem widoczności rabatu na dokumentach sprzedaży. (...) Jak najszybciej powinniśmy likwidować zagrożenia”.

Dowód: wiadomość e-mail z 14 grudnia 2020 r. (17:27); Nadawca: Mateusz Kurowski (E-commerce Partners); Adresat: E-commerce Bielsko-Biała, [informacje chronione] (E-commerce Partners); Temat: Re: Rabaty dziwne do weryfikacji, k. 3074.

- (98) Temat wystawiania korekt do faktury jako sposobu na ukrycie zastosowanego rabatu przy sprzedaży produktów Dahua pojawił się również w wewnętrznej korespondencji pracowników E-commerce z 29 stycznia 2021 r. „Dzisiaj jeden z instalatorów, zapytał mnie jak to jest dlaczego w [informacje chronione] na starcie dostaje oficjalnie [informacje chronione]% na Dahua u nas oficjalnie [informacje chronione]% na rozliczeniu zbiorczym [informacje chronione] % Poprosiłem go o ofertę, dostałem logowanie do platformy, nie mogę udostępnić dalej ani podawać danych klienta na jego prośbę. W załączniku przesyłam screen z platformy nadmieniam, że instalator jest lojalny i nie robi zakupów w [informacje chronione], boję się pomyśleć co mają osoby robiące tam stałe zakupy. Sytuację mamy trochę patową, stajemy się coraz mniej konkurencyjni. (...) Mam takie wrażenie że ustalenia co do trzymania się polityki rabatowej Dahuy dotyczą tylko E-commerce, pozostali dystrybutorzy nic z tego nie robią. Czy były jakieś rewizje ustaleń z partnerem?”. W reakcji na powyższe pan [informacje chronione] (E-commerce) odpowiedział „w poniedziałek omówimy wewnętrznie i damy znać”.

Dowód: wiadomość e-mail z 29 stycznia 2021 r. (13:58); Nadawca: [informacje chronione] (E-commerce); Adresat: Mateusz Kurowski (E-commerce), [informacje chronione] (E-commerce), [informacje chronione] (E-commerce), [informacje chronione] (E-commerce); Temat: Re: Rabaty Dahua na [informacje chronione] - [informacje chronione]%, k. 3074.

5.3. Kampanie promocyjne Dahua

- (99) Dahua w ramach współpracy z dystrybutorami organizowała krótkotrwałe promocje na sprzedawane przez dystrybutorów produkty marki Dahua. Promocje organizowane były zwykle na okres jednego lub dwóch miesięcy, średnio w roku Dahua publikowała 8-9 promocji. W założeniu Dahua promocje te miały być kierowane przez dystrybutorów wyłącznie do instalatorów.
- (100) Dahua o promocji informowała dystrybutorów w wiadomości e-mail adresowanej do wszystkich dystrybutorów (z adresami dystrybutorów umieszczonymi w ukrytej kopii), przesyłając: (i) gotową ulotkę z nazwami objętych promocją produktów Dahua oraz ich promocyjną ceną, (ii) tabelę z nazwami produktów, ich ceną cennikową, ceną zakupu netto dla dystrybutora i ceną zakupu netto przez instalatora od dystrybutora; (iii) bannery reklamowe, (iv) informacje o adresatach promocji (tj. instalatorzy); (v) informacje o terminie, od kiedy promocja ma obowiązywać; (vi) informacje o terminie publikacji promocji dla instalatorów.

Dowód: – pismo Dahua z 24 maja 2022 r., k. 3228, 3229;

- pismo Dahua z 25 lipca 2022 r., k. 4302, 4303;
 - pismo Dahua z 25 lipca 2022 r., zał. 5 – wiadomości e-mail wysłane przez Dahua do dystrybutorów z informacjami o promocjach dla instalatorów wraz z załącznikami, k. 4404-4623.
- (101) Najwcześniejszą zidentyfikowaną w materiale dowodowym promocją zorganizowaną przez Dahua jest promocja, która obowiązywała w okresie od 8 marca do 14 kwietnia 2017 roku.
- Dowód:**
- pismo Dahua z 24 maja 2022 r., k. 3240;
 - pismo Dahua z 24 maja 2022 r., zał. 41 – Ulotka promocyjna Dahua „Wiosenne wietrzenie magazynu”, k. 4049-4054.
- (102) Publikowanie promocji było obowiązkiem dystrybutorów Dahua, a pracownicy Dahua kontrolowali wywiązywanie się przez nich z tego obowiązku. Świadczy o tym wiadomość e-mail pana Artura Prusinowskiego (Dahua) do opiekunów handlowych Dahua współpracujących z dystrybutorami o treści *„Proszę aby każdy z Was odwiedził strony www oraz FB [Facebook – przyp. UOKiK] swoich Parterów. Nikt nie publikuje naszych promocji w necie !!! To skandal, albo są naszymi partnerami albo udają!!!”*.
- Dowód:** wiadomość e-mail z 22 marca 2018 r. (14:20); Nadawca: Artur Prusinowski (Dahua); Adresat: Andrzej Jarzyna (Dahua); Temat: FW: promocje !!!! WAZNE, k. 837.
- (103) Powyższy wniosek wynika również z wiadomości e-mail skierowanej przez pana Andrzeja Jarzynę (Dahua) do pana [informacje chronione] (Dahua), w której rozważano współpracę z podmiotem [informacje chronione]. Andrzej Jarzyna (Dahua) wskazał, że jednym z warunków współpracy z tym podmiotem jest *„przestrzeganie polityki cenowej - patrz promocja znika”*.
- Dowód:** wiadomość e-mail z 24 sierpnia 2018 r. (15:53); Nadawca: Andrzej Jarzyna (Dahua); Adresat: [informacje chronione] (Dahua); Kopia: Artur Prusinowski (Dahua); Temat: [informacje chronione], k. 837.
- (104) Kampanie promocyjne obowiązywały dystrybutorów we wskazanym przez Dahua okresie. Po ich zakończeniu pracownicy Dahua, weryfikowali na stronach dystrybutorów czy ceny promocyjne zostały z nich usunięte. Świadczy o tym wiadomość e-mail pana Artura Prusinowskiego (Dahua) do opiekunów handlowych dystrybutorów, w której wskazał *„@Koledzy, proszę poinformować klientów, że aktualnie nie ma promocji autoryzowanych przez Dahua, ponadto sprawdzić ich strony www. Od jutra mamy tylko specjalną ofertę na zakup serii 2320 ale bez promowania na stronach www.facebook.com/dahuatechnologypoland. Tak czy inaczej nie ma promocji od Dahua !!!”*.

Dowód: wiadomość e-mail z 28 grudnia 2017 r. (15:21); Nadawca: Artur Prusinowski (Dahua); Adresat: [informacje chronione] (Dahua), [informacje chronione] (Dahua), [informacje chronione] (Dahua), [informacje chronione] (Dahua); Kopia: zamowienia.pl@global.dahuatech.com; Temat: promocje - koniec !!!, k. 837.

(105) W dniu 25 sierpnia 2020 r. pan [informacje chronione] (Dahua) zwrócił się do Delta-Opti z prośbą o zmianę ceny produktu Dahua „(...) *popraw proszę cenę tego modelu PFS3125-24ET-190 bo już promocja lipcowa się zakończyła*”.

Dowód: pismo Dahua z 24 maja 2022 r., zał. 40 – wiadomość e-mail z 25 sierpnia 2020 r. (10:18); Nadawca: [informacje chronione] (Dahua); Adresat: biuro@delta.poznan.pl (Delta-Opti); Temat: :, k. 4048.

(106) Dahua interweniowała u dystrybutorów również, gdy za wcześnie opublikowali promocje. Na okoliczność tę wskazuje wiadomość e-mail z 2 października 2018 r., w której przedstawiciel Alpol zwrócił się do swojego opiekuna handlowego pana [informacje chronione] (Dahua) z informacją „*W ubiegłym tygodniu przygotowałem ofertę na 2 szt rejestratora (...). Rabat [informacje chronione]% - top nowy model i nie widziałem nigdzie indziej informacji, że jest już na wyprzedaży... Dziś klient zadzwonił i chciał zamówić, potwierdzam mu funkcjonalność i cenę, a ten mi mówi, że na Delcie-Opti ma niższą cenę...Różnica na tyle duża, że tym razem kupi u konkurencji*”. W odpowiedzi [informacje chronione] (Dahua) wskazał „*Delta pośpieszyła się ze zmianą cen z promocji HDCVI, która wejdzie w życie 5.10 – załącznik (wczoraj rozsyłaliśmy mailingi), Adrian – opiekun Delty już to prostuje*”.

Dowód: pismo Dahua z 24 maja 2022 r., zał. 39 – wiadomość e-mail z 2 października 2018 r. (14:43); Nadawca: [informacje chronione] (Dahua); Adresat: [informacje chronione] (Alpol); Kopia: [informacje chronione] (Alpol); Temat: RE: Jakies szczególne podejście rabatowe do Klientów, k. 4045, 4046.

(107) W przypadku niezakończenia promocji o czasie, opiekunowie handlowi zwracali się do dystrybutorów o poprawienie cen. Taka sytuacja miała miejsce w przypadku dystrybutora [informacje chronione] (dalej: „[informacje chronione]”), do którego zwrócił się jego opiekun handlowy pan [informacje chronione] (Dahua) z informacją „*dostałem zgłoszenie, że na Waszym B2B nadal uruchomiona jest promocja październikowa, możesz to zweryfikować?*” oraz załączając zrzuty ekranu potwierdzające trwającą promocję. Następnego dnia przedstawiciel [informacje chronione] poinformował „*ceny poprawione, czekam jedynie na aktualizację w systemie*”.

Dowód: wiadomość e-mail z 10 listopada 2020 r. (9:29); Adresat: [informacje chronione]; Adresat: [informacje chronione] (Dahua); Temat: Re: Promocja październikowa, k. 42.

(108) Opiekunowie handlowi interweniowali również w sytuacji, gdy dystrybutorzy promocją objęli inne produkty niż wskazane przez Dahua. Mianowicie w sytuacji, gdy przedstawiciel [informacje chronione] zasygnalizował swojemu opiekunowi handlowemu panu [informacje chronione] (Dahua) „Rafał, dlaczego Alkam sprzedaje monitory po 349zł netto i to 27’’ (...) promocja dotyczy 20,7’’... ta którą Artur wysyłał do wszystkich dystrybutorów. Jak konkurować? Proszę zadziałaj w tej sprawie, bo my próbujemy sprzedać 20,7’’ w promocji i mówimy ze świetna cena, a klient wyskakuje z tym”, pan [informacje chronione] (Dahua) odpowiedział „Cześć, Już działamy. Powinni niedługo usunąć tę aukcję”. Okoliczność, że pomiędzy zgłoszeniem skargi przez dystrybutora, a interwencją Dahua upłynęło zaledwie 21 minut, wskazuje, że przeprowadzanie interwencji w tego typu sprawach było dla pracowników Dahua priorytetem.

Dowód: wiadomość e-mail z 20 listopada 2018 r. (9:09); Nadawca: [informacje chronione] (Dahua) Adresat: [informacje chronione]; Kopia: [informacje chronione], [informacje chronione]; Temat: RE: ALKAM!!!, k. 46.

(109) Dystrybutorzy Dahua w ramach promocji organizowanych przez Dahua musieli również przestrzegać wskazań Dahua, odnośnie do podmiotów, do których promocje te były kierowane. Świadczy o tym wiadomość e-mail pana [informacje chronione] (Dahua) skierowana do pana Artura Prusinowskiego (Dahua) i przekazana do wiadomości pozostałych opiekunów handlowych dystrybutorów „Artur puść jutro maila do wszystkich by poskromili swoich klientów bo się robi straszny syf z naszą promocją. HFW2220RP-ZS Cena MSRP 880pln netto Cena Instalator: 399 pln netto Cena Dystrybutor: 316,80 (...)”. Jednocześnie we wspomnianej wiadomości e-mail zostały załączone linki to stron internetowych podmiotów niebędących dystrybutorami oferujących kamerę HFW2220RP-ZS z ceną poniżej ceny cennikowej. W kolejnej wiadomości e-mail wysłanej tego samego dnia pan [informacje chronione] (Dahua) dodał „(...) ceny daliśmy dystrybutorom i instalatorom i w tym kręgu powinny pozostać. Żaden z tej listy nie jest dystrybutorem ani instalatorem. Zapis w promocji <Oferta promocyjna skierowana jest do instalatorów, którzy w dniach 8 marca do 14 kwietnia (lub do wyczerpania zapasów) mogą nabyć u Autoryzowanych Partnerów Dahua promocyjne produkty>”. W dniu 31 marca 2017 r. pan [informacje chronione] (Dahua) odpowiedział na wiadomość pana [informacje chronione] (Dahua), wskazując „Jakiś koszmar. Wydaje mi się, że powinno się w tej chwili kupić z każdego wymienionego sklepu i od razu zabrać rabaty na Q2 każdemu, komu wyszedł ten zakup. Jak to odwlecemy o kilka tygodni, to znowu nie będzie efektu. Delta pierwsza powinna mieć zabrane nie tylko te [informacje chronione]% dodatkowe, ale na tych samych zasadach, co [informacje chronione]. Choćby przez to, co robi [informacje chronione], który na stronie wciąż ma info, że jest naszym dystrybutorem”.

- Dowód:**
- wiadomość e-mail z 30 marca 2017 r. (23:36); Nadawca: [informacje chronione] (Dahua); Adresat: [informacje chronione] (Dahua), Artur Prusinowski (Dahua); Kopia: [informacje chronione] (Dahua), [informacje chronione] (Dahua); Temat: RE: Zniżanie cen z promocji itp., k. 837;
 - wiadomość e-mail z 31 marca 2017 r. (09:12); Nadawca: [informacje chronione] (Dahua); Adresat: [informacje chronione] (Dahua), Artur Prusinowski (Dahua); Kopia: [informacje chronione] (Dahua), [informacje chronione] (Dahua); Temat: RE: Zniżanie cen z promocji itp., k. 837.

(110) W informacjach przekazywanych przez Dahua do dystrybutorów na temat wysokości cen, jakie powinny być oferowane instalatorom w ramach kampanii promocyjnych, wskazane ceny określano jako „cena promocyjna instalator” lub „cena dla instalatora” ewentualnie wskazywano „sugerowany rabat” lub „rekomendowany rabat” dla instalatorów.

- Dowód:**
- pismo Dahua z 24 maja 2022 r., zał. 17 – wiadomość e-mail z 20 października 2017 r. (14:34); Nadawca: Artur Prusinowski (Dahua); Adresat: [informacje chronione] (Dahua), [informacje chronione] (Dahua), [informacje chronione] (Dahua), [informacje chronione] (Dahua); Kopia: zamowienia.pl@global.dahuatech.com, [informacje chronione] (Dahua), [informacje chronione] (Dahua), [informacje chronione] (Dahua), [informacje chronione] (Dahua); Temat: Jesienna Promocja HDCVI Dahua - 24.10.2017, wraz z załącznikami, k. 3900-3908;
 - pismo Dahua z 24 maja 2022 r., zał. 16 – wiadomość e-mail z 25 czerwca 2018 r. (11:01); Nadawca: Artur Prusinowski (Dahua); Adresat: [informacje chronione] (Dahua), [informacje chronione] (Dahua), [informacje chronione] (Dahua); Temat: RE: Promocja HDCVI, k. 3891-3898;
 - wiadomość e-mail z 27 lipca 2017 r. (12:53); Nadawca: [informacje chronione] (Dahua); Adresat: [informacje chronione]; Temat: Mega Promocja od dziś do końca sierpnia - tylko dla wybranych, wraz z załącznikiem, k. 3137;
 - wiadomość e-mail z 6 kwietnia 2020 r. (09:58); Nadawca: Artur Prusinowski (Dahua); Adresat: [informacje chronione] (Dahua), [informacje chronione] (Dahua), [informacje chronione] (Dahua), [informacje chronione] (Dahua); Kopia: zamowienia.pl@dahuatech.com, [informacje chronione] (Dahua); Temat: Kwietniowa wyprzedaż magazynu Dahua Poland - rabat [informacje chronione]%, k. 3137;

- wiadomość e-mail z 1 czerwca 2020 r. (12:30); Nadawca: [informacje chronione] (E-commerce); Adresat: [informacje chronione] (E-commerce); [informacje chronione]@eltrox.pl; Temat: Fwd: Wyprzedaż czerwcową, wraz z załącznikiem, k. 3074.

(111) W praktyce jednak, jak wynika z materiału dowodowego, ceny promocyjne przekazywane dystrybutorom przez Dahua w materiałach promocyjnych miały być ostatecznymi cenami stosowanymi przy sprzedaży produktów Dahua do instalatorów. Świadczy o tym wiadomość e-mail pana [informacje chronione] (Dahua), który poinformował Delta-Opti o błędnej wysokości ceny na kamerę Dahua zawartą na ich stronie internetowej: „Cena MSRP: 343,00. Cena dla Instalatora w Jesiennej Promocji: [informacje chronione]. Cena u Ciebie na stronie: [informacje chronione] czyli rabat [informacje chronione]%”. W odpowiedzi dystrybutor poinformował o poprawieniu ceny: „nasz błąd, dotyczył on niewielkiej ilości klientów, został poprawiony”.

Dowód: wiadomość e-mail z 30 listopada 2017 r. (12:22); Nadawca: biuro@delta.poznan.pl; Adresat: [informacje chronione] (Dahua); Temat: Re: MSRP D, k. 837.

(112) Powyższy wniosek wynika również z wiadomości e-mail pana Artura Prusinowskiego (Dahua), który dyscyplinował dystrybutorów nieprzestrzegających ustalonej w ramach promocji Dahua wysokości cen. W dniu 17 listopada 2020 r. pan Artur Prusinowski (Dahua) zwrócił się do dystrybutora [informacje chronione] z wiadomością e-mail, w której zawarł zrzuty ekranu ze strony internetowej tego dystrybutora, na której produkty marki Dahua widniały z rabatami w wysokości [informacje chronione]% lub [informacje chronione]%, a także treść skargi jaką Dahua otrzymała od innego dystrybutora „*Jak to możliwe, że [informacje chronione] sprzedaje Wasze produkty poniżej ceny promocyjnej ustalonej dla instalatora?*”. Tak przedstawione informacje, pan Artur Prusinowski (Dahua) skomentował „*Nie tak się umawialiśmy. Dziś już kolejne zgłoszenie! Jeżeli takie zachowania będą się powtarzać to wstrzymam współpracę natychmiast*”.

Dowód: wiadomość e-mail z 17 listopada 2020 r. (15:12); Nadawca: Artur Prusinowski (Dahua); Adresat: [informacje chronione]; Kopia: [informacje chronione] (Dahua); Temat: FW: [informacje chronione] - dystrybutor?, k. 837.

(113) Ponadto na okoliczność konieczności stosowania się przez dystrybutorów do cen wskazanych w promocji Dahua wskazuje wiadomość e-mail od dystrybutora [informacje chronione], który przekazał do Dahua ofertę promocyjną E-commerce z pytaniem „*Prośba o info czy takie działania są za Waszą zgodą. Z tego co pamiętam Wszyscy mają się trzymać oficjalnej promocji która wychodzi od Was*”.

Dowód: wiadomość e-mail z 5 marca 2021 r. (11:03); Nadawca: Robert Nowak [informacje chronione]; Adresat: [informacje chronione] (Dahua), Artur Prusinowski (Dahua); Temat: FW: Nowa promocja Dahua IP do [informacje chronione]% rabatu, k. 42.

5.4. Promocje inicjowane przez dystrybutorów na produkty Dahua

(114) Umowy o współpracy handlowej zawierane przez Dahua z dystrybutorami w latach 2016-2021 w oparciu o wzorce umowne przewidywały obowiązek informowania Dahua o wszelkich planowanych przez dystrybutorów promocjach „Autoryzowany Partner zobowiązany jest do (...) zawiadomienia DAHUA POLAND z wyprzedzeniem o wszelkich planowanych akcjach promocyjnych z wykorzystaniem Produktów”.

Dowód:

- pismo Dahua z 24 maja 2022 r., k. 3240;
- pismo Dahua z 8 sierpnia 2022 r., zał. 1 – wzorce umowne stosowane przez Dahua w relacjach z dystrybutorami na lata 2016/2017, na rok 2018, na rok 2019, na rok 2020, na rok 2021, k. 851-1007;
- pismo Dahua z 8 sierpnia 2022 r., zał. 2 – umowa o współpracy handlowej nr 17/2016 z 28 października 2016 r. zawarta pomiędzy Dahua i Delta-Opti, k. 1009-1027;
- pismo Dahua z 8 sierpnia 2022 r., zał. 2 – umowa o współpracy handlowej nr 10/2018 z 2 stycznia 2018 r. zawarta pomiędzy Dahua i Delta-Opti, k. 1028-1046;
- umowa o współpracy handlowej nr 1/2019 z 2 stycznia 2019 r. zawarta pomiędzy Dahua i E-commerce, k. 3075-3096;
- umowa o współpracy handlowej nr 8/2019 z 2 stycznia 2019 r. zawarta pomiędzy Dahua i [informacje chronione], k. 3188-3151;
- umowa o współpracy handlowej nr 14/2018 z 2 stycznia 2018 r. zawarta pomiędzy Dahua i [informacje chronione], k. 3152-3161;
- umowa o współpracy handlowej z 1 stycznia 2021 r. zawarta pomiędzy Dahua i [informacje chronione], k. 3162-3185;
- pismo Dahua z 8 sierpnia 2022 r., zał. 2 – umowa o współpracy handlowej z 1 stycznia 2020 r. zawarta pomiędzy Dahua i Delta-Opti, k. 1088-1114;
- umowa o współpracy handlowej nr 15/2021 z dnia 1 stycznia 2021 r. zawarta pomiędzy Dahua i E-commerce, k. 3103-3129.

(115) W pierwszych latach działalności Dahua w Polsce dystrybutorzy nie zgłaszali się z prośbami o autoryzację promocji zbyt często, co wynikało z dobrej rotacji produktów. Organizowanie promocji w celu wyprzedzaży stanów magazynowych nie było więc konieczne. Wraz z upływem czasu dystrybutorzy mieli jednak coraz więcej urządzeń zalegających w magazynach, co generowało zapytania o promocje indywidualne Dahua.

Dowód: pismo Dahua z 24 maja 2022 r., k. 3230.

- (116) Pomimo zawarcia w umowach z dystrybutorami postanowienia wskazującego wyłącznie na konieczność „zawiadomienia” Dahua o planowanej promocji, w praktyce działania Dahua w przypadku zgłoszenia przez dystrybutorów promocji polegały na ich akceptacji, ewentualnie na ustaleniu z dystrybutorami poszczególnych warunków promocji. Powyższe potwierdza wiadomość e-mail pana Artura Prusinowskiego (Dahua) do dystrybutora Alpol, w której zawarł linki do jego strony internetowej i wskazał *„Proszę o informację, czy autoryzował Pan poniższą promocję u [informacje chronione] [pana [informacje chronione] lub pana [informacje chronione] z Dahua – UOKiK]. Pozwolę sobie przypomnieć ogólną regułę dotyczącą promocji. Każda promocja przed publikacją powinna być uzgodniona z Dahua Poland”*. W odpowiedzi przedstawiciel Alpol wyjaśnił *„Nie autoryzowałem. W ramach tej promocji nie oferujemy klientom niższych cen na produkty Dahua, umożliwiamy im tylko nabycie dysku za 1zł, co oczywiście per saldo jest dla nich korzyścią. Rozumiem, że mam autoryzować każdą akcję marketingową/promocyjną, w której występują produkty Dahua? Jeśli tak to proszę o autoryzację tej promocji, w przyszłości przed uruchomieniem jakiegokolwiek akcji związanej z produktami Dahua będę występował o taką autoryzację”*. Ostatecznie pan Artur Prusinowski (Dahua) zaakceptował promocję Alpol *„Oczywiście wyrażamy zgodę na promocję ale na przyszłość proszę o informowanie nas o takich działaniach”*.

Dowód: wiadomość e-mail z 11 stycznia 2017 r. (12:44); Nadawca: Artur Prusinowski (Dahua); Adresat: [informacje chronione] (Alpol); Kopia: [informacje chronione] (Dahua), [informacje chronione] (Dahua), [informacje chronione] (Dahua), [informacje chronione] (Dahua); Temat: RE: promocja Alpol, k. 837.

- (117) Na powyższą okoliczność wskazuje również korespondencja e-mail między dystrybutorem [informacje chronione] (dalej: „[informacje chronione]”) a Dahua, w której [informacje chronione] poinformował Dahua o planowanej na Black Friday promocji na produkty Dahua. W odpowiedzi pan Artur Prusinowski (Dahua) wskazał *„Proszę o szczegóły. Każda promocja powinna mieć naszą autoryzację”*, na co przedstawiciel [informacje chronione] odpowiedział *„Pamiętam. We wtorek podeśle komplet informacji”*.

Dowód: wiadomość e-mail z 17 listopada 2017 r. (8:49); Nadawca: [informacje chronione]; Adresat: Artur Prusinowski (Dahua); Kopia: [informacje chronione] (Dahua); [informacje chronione] (Dahua); Temat: Re: Black Friday w [informacje chronione] oraz u Naszych Partnerów, k. 837.

- (118) Niezgłoszenie indywidualnej promocji spotykało się z nakazem jej usunięcia. Taka sytuacja miała miejsce przy promocji zorganizowanej przez dystrybutora Alkam, do którego pan Artur

Prusinowski (Dahua) zwrócił się z wiadomością e-mail o treści „*Pana promocja wywołała olbrzymie zamieszanie. Wczoraj rozmawialiśmy z klientami, którzy są z nami w Chinach ze takie działania są szkodliwe. Zgodziliśmy się ze nie będziemy prowadzić takich indywidualnych działań szczególnie w momencie kiedy Dahua opublikowała oficjalna promocje. Bede wdzięczny za zakończenie promocji. Po powrocie z Chin pozwolę sobie wyjaśnić Panu dokładnie jak będziemy działać w przyszłości w aspekcie promocji*”. Na powyższy e-mail przedstawiciel Alkam odpowiedział, że „*To Pan autoryzował naszą promocję (...). Wielokrotnie zwracaliśmy Panu uwagę na cichą akceptację zaniżania cen przez dystrybutorów Dahua (przez Dahua Polska). Przykłady, dodawanie do faktur różnych gratisów, talonów na paliwo bądź innych kreatywnych pomysłów na zniżanie cen. Ostatnio bardzo modne są faktury zwrotne. <Kreatywni dystrybutorzy> w ten sposób wynagradzają klientów ale o tym porozmawiamy na spotkaniu. W momencie kiedy Alkam dołączył do grona <kreatywnych> to wywołało oburzenie i zamieszanie? Mówilem Panu, że nie jest to kierunek na budowanie dystrybucji... I zgadzam się, że takie działania są szkodliwe*”.

Dowód: wiadomość e-mail 7 marca 2017 r. (7:57); Nadawca: [informacje chronione] (Alkam); Adresat: Artur Prusinowski (Dahua); Kopia: Andrzej Jarzyna (Dahua), [informacje chronione] (Alkam); Temat: Re: Promocja, k. 837.

- (119) Kilka dni później pan Artur Prusinowski (Dahua) ponownie zwrócił się do Alkam z zapytaniem „co zostało postanowione przez Państwa w kwestii promocyjnych zestawów Dahua. (...) Jeżeli ten stan nadal będzie się utrzymywał będziemy zmuszeni do podjęcia bardziej radykalnych działań”. Przedstawiciel Alkam poinformował go wówczas, że promocja zostanie na dniach zamknięta. W reakcji na powyższe Artur Prusinowski (Dahua) wskazał „gdybyśmy wiedzieli o niej wcześniej uniknęlibyśmy problemów teraz. Przypomnę, iż każda promocja powinna być zgłoszona przynajmniej tydzień przed publikacją do [informacje chronione] celem uzyskania akceptacji”.

Dowód: wiadomość e-mail z 13 marca 2017 r. (19:11); Nadawca: Artur Prusinowski (Dahua); Adresat: [informacje chronione] (Alkam), [informacje chronione] (Alkam); Kopia: Andrzej Jarzyna (Dahua), [informacje chronione] (Dahua); Temat: RE: re współpraca, k. 837.

- (120) Dystrybutor Alpol również został wezwany do zakończenia niezgłoszonej promocji. W wiadomości e-mail skierowanej do Alpol pan Artur Prusinowski (Dahua) poinformował „*Wszelkie promocje Partnerów uzgadniane są z [informacje chronione] i to dobrze wiecie bo do tej pory wszystko działało bez problemu. Nie akceptuję takich standardów i dowolnego interpretowania zapisów umowy o współpracy, w której jasno jest opisane, że Partner musi uzyskać akceptację DTPL [Dahua Technology Poland – UOKiK] na indywidualną promocję. (...) W związku z tym, że promocja nie była oficjalnie zgłoszona do akceptacji przez dział*

marketingu w DTPL, proszę o natychmiastowe zakończenie tej akcji. Nie wyrażamy zgody na taką formę komunikacji z rynkiem przy użyciu marki Dahua”. W kolejnej wiadomości wskazał „Proszę o natychmiastowe usunięcie banera promocji z Państwa strony www. Brak reakcji uznamy za ciężkie naruszenie postanowień umowy”. W reakcji na powyższe tego samego dnia pan Paweł Zemła (Alpol) poinformował Dahua, że banner informujący o promocji został zdjęty z ich strony internetowej, a regulamin akcji promocyjnej zostanie zmieniony.

Dowód: wiadomość e-mail z 25 października 2017 (14:48); Nadawca: Paweł Zemła (Alpol); Adresat: Artur Prusinowski (Dahua), [informacje chronione]@e-alpol.com.pl, Piotr Bąchorek (Alpol); Kopia: [informacje chronione] (Dahua), Andrzej Jarzyna (Dahua), [informacje chronione] (Dahua); Temat: RE: Brak autoryzacji na promocje – Alpol, k. 42.

- (121) Również wobec dystrybutora Techglobal pan Artur Prusinowski (Dahua) zwrócił się z wiadomością e-mail zatytułowaną „promocja – złamanie zasad współpracy” i pytaniem „*кто z Dahua Polska autoryzował załączoną promocję*”. Techglobal wyjaśnił, że „*Jest to głównie sprzęt spoza aktualnego cennika dystrybucyjnego zakupionego na wyprzedży (ostatnie sztuki) w sierpniu 2020 r. Kwestie konkretnych cen promocyjnych dla instalatora nie zostały przedstawione opiekunowi handlowemu. Krótkoterminowa akcja promocyjna została skierowana wyłącznie tylko do wybranej małej grupy klientów i nie miała absolutnie charakteru akcji ogólnopolskiej bądź zaniżania cenowej oficjalnej aktualnej promocji na produkty cctv Dahua*”. Powyższe wyjaśnienie nie spotkało się z akceptacją pana Artura Prusinowskiego (Dahua), który odpowiedział „*W związku z brakiem autoryzacji ze strony Dahua Polska proszę o wycofanie promocji*”.

Dowód: wiadomość e-mail 20 listopada 2020 r. (16:36); Nadawca: Artur Prusinowski (Dahua); Adresat: Michał Gałęzowski (Techglobal); Kopia: [informacje chronione] (Dahua), Marcin Gradzewicz (Techglobal); Temat: RE: promocja - złamanie zasad współpracy, k. 42.

- (122) Ponadto w sytuacji niezgłoszenia promocji Dahua wystosowywała „warning letter” do podmiotu ją organizującego, świadczy o tym wiadomość e-mail z 26 maja 2017 r., w której pan Artur Prusinowski (Dahua) przekazał do pana [informacje chronione] (Dahua) i do wiadomości pana Andrzeja Jarzyny (Dahua) link do sklepu internetowego redystrybutora [informacje chronione] z komentarzem „*Kilka miesięcy temu wysłaliśmy pismo ostrzegawcze do tej firmy. Nadal używają logo Dahua. Co gorsza, organizują bez naszej zgody promocje. Psują nasz rynek*”.

- Dowód:**
- pismo Dahua z 24 maja 2022 r., zał. 22 – wiadomość e-mail z 26 maja 2017 r. (11:44); Nadawca: Artur Prusinowski (Dahua); Adresat: [informacje chronione] (Dahua); Temat: [informacje chronione], k. 3933, 3934;
 - pismo Dahua z 23 czerwca 2023 r., zał. 4 - stanowiący tłumaczenie wiadomość e-mail (11:44); Nadawca: Artur Prusinowski (Dahua); Adresat: [informacje chronione] (Dahua); Temat: [informacje chronione], k. 4839, 4840.

(123) Poza akceptacją promocji inicjowanych przez dystrybutorów, Dahua akceptowała również jej warunki, tj. produkty jakie mogły być nią objęte, wysokość cen lub rabatów jakie mogły być oferowane, a także gratisy jakie w ramach promocji mogły być rozdawane klientom. Na powyższą okoliczność wskazuje wiadomość e-mail z 2 października 2020 r., w której pracownik [informacje chronione] zwrócił się do swojego opiekuna handlowego pana [informacje chronione] (Dahua) z pytaniem „*W nawiązaniu do naszej rozmowy prosba o ustalenie ceny specjalnej dla nas oraz sugerowanej dla naszych klientów na otwarcie platformy B2B. Akcja promocyjna ma na celu zachęcić naszych klientów do rejestracji oraz zakupów Waszych urządzeń 😊. Wybraliśmy dwa urządzenia i chcemy mieć na nie specjalne ceny w formie bonusu za rejestrację 😊*”. W odpowiedzi na powyższe przedstawiciel Dahua odpowiedział: „*Niestety nie dostałem zgody na preferencyjną cenę HFW2431T-ZS-27135-S2. Mogę jedynie zaproponować, abyście wybrali jakiś produkt z grupy ED i dali go na [informacje chronione]% dla klienta. Co do PFM – dla Was cena 1222 PLN netto*”.

- Dowód:** wiadomość e-mail z 5 października 2020 r. (14:52); Nadawca: [informacje chronione] (Dahua); Adresat: [informacje chronione]; Kopia: [informacje chronione]; Temat: RE: B2B [informacje chronione] CENA SPECJALNA, k. 3137.

(124) Podobny wniosek wynika z wiadomości e-mail z 8 grudnia 2020 r., w której Michał Gałęzowski (Techglobal) zwrócił się do swojego opiekuna handlowego pana [informacje chronione] (Dahua) z prośbą o zgodę na proponowaną przez siebie promocję na produkty marki Dahua „*Zgodnie z rozmową w załączeniu przekazuje listę starych modeli, które zalegają w naszym magazynie. Większość z nich kupione na Waszych wyprzedażach pół roku temu a nawet dalej ... Chce ustalić na tyle niskie ceny dla instalatora aby to spieniężyć*”. Wspomnianą wiadomość pan [informacje chronione] (Dahua) przekazał do pana Artura Prusinowskiego (Dahua) z pytaniem „*Jakie warunki im damy aby sprzedali do instalatorów (oczywiście towar w określonej ilości)*”, na co otrzymał odpowiedź „*Zgodnie z ustaleniami maks to [informacje chronione]%*”. Następnie zgodnie z otrzymanymi wytycznymi pan [informacje chronione] (Dahua) przekazał do Techglobal informację „*Na całość [informacje chronione]% dla instalatorów*”.

- Dowód:**
- wiadomość e-mail z 8 grudnia 2020 r. (14:28); Nadawca: Artur Prusinowski (Dahua); Adresat: [informacje chronione] (Dahua); Temat: RE: Wyprzedaż - starych zalegających modeli, k. 837;
 - wiadomość e-mail z 8 grudnia 2020 r. (14:56); Nadawca: [informacje chronione] (Dahua); Adresat: Michał Gałęzowski (Techglobal); Kopia: Marcin Gradzewicz (Techglobal); Temat: RE: Wyprzedaż - starych zalegających modeli, k. 837.

(125) Ponownie Michał Gałęzowski (Techglobal) zwrócił się do Dahua z prośbą o akceptację promocji na produkt Dahua, który nosił ślady użytkowania oraz produkt, który miał uszkodzenie. W odpowiedzi [informacje chronione] wskazał „Oficjalnie max na wyprzedaż to [informacje chronione]%. I szczegółowy opis, że jest to oferta ograniczona”. W odpowiedzi przedstawiciel Techglobal zgodził się na przedstawione warunki.

- Dowód:** wiadomość e-mail z 22 marca 2021 r. (10:18); Nadawca: [informacje chronione] (Dahua); Adresat: Michał Gałęzowski (Techglobal); Temat: RE: Termowizja – wyprzedaż, k. 837.

(126) Taki wniosek wynika również z wiadomości e-mail od dystrybutora Alkam skierowanej do swojego opiekuna handlowego z Dahua pana [informacje chronione] z rozpiską produktów oraz wysokością cen, którą to wiadomość pan [informacje chronione] następnie przekazał do pana Artura Prusinowskiego (Dahua) z prośbą o akceptację „Proszę o zgodę na wyprzedaż pojedynczych modeli (uszkodzone pudełka, porysowane etc)”. Artur Prusinowski wyraził zgodę na promocję, zastrzegając jednocześnie warunki promocji „Tylko platforma b2b z wyraźnym oznaczeniem wyprzedaż, ilość ograniczona. Dodatkowo info że to produkty z sampli i wypożyczeń, nie są to pełnowartościowe produkty”. Następnie tego samego dnia pan [informacje chronione] (Dahua) przekazał zgodę do dystrybutora wraz z warunkami wskazanymi przez pana Artura Prusinowskiego (Dahua).

- Dowód:** wiadomość e-mail z 6 listopada 2020 r. (11:42); Nadawca: [informacje chronione] (Dahua); Adresat: Artur Prusinowski (Dahua); Temat: FW: Black Friday Outlet SALE w Alkam Security - 27 listopada 2020, k. 42.

(127) Na okoliczność ustalania wysokości rabatów, jakie mogły być oferowane przez dystrybutorów w ramach własnych akcji promocyjnych, wskazuje również korespondencja pracowników Dahua, w której pan [informacje chronione] (Dahua) informuje pana Artura Prusinowskiego (Dahua) oraz opiekuna handlowego E-commerce pana [informacje chronione] (Dahua) o nieprzestrzeganiu poczynionych ustaleń w tym zakresie: „Panowie Hurton [sklep internetowy E-commerce dla klientów biznesowych – UOKiK] sprzedaje produkty wyprzedażowe z grupy ED na [informacje chronione]% a ustaliliśmy że jest [informacje chronione]%”.

Dowód: wiadomość e-mail z 11 stycznia 2018 r. (15:14); Nadawca: [informacje chronione] (Dahua); Adresat: Artur Prusinowski (Dahua); Kopia: [informacje chronione] (Dahua); Temat: Eltrox, k. 42.

- (128) Dahua wymagała również od swoich dystrybutorów przestrzegania warunków dotyczących gratisów, jakie chcieli przyznawać swoim klientom w ramach promocji. Mianowicie pan Artur Prusinowski (Dahua) w wiadomości e-mail do opiekunów handlowych przekazał instrukcję w tym zakresie „Wraz z Andrzejem [Andrzej Jarzyna z Dahua – UOKiK] podjęliśmy decyzję, że od teraz promocje organizowane przez klientów [dystrybutorów Dahua – UOKiK] będą musiały spełniać następujące kryteria; 1. Gratis może być przekazany do klienta wyłącznie jeżeli klient nabeździe produkty Dahua za minimum [informacje chronione] pln, 2. Wartość gratisu nie może być większa niż [informacje chronione]% wartości zakupu. Niższe wartości i gratisy jak w Alkamie po [informacje chronione]% doprowadzą do wojny cenowej. Proszę o skomunikowanie nowego stanowiska Dahua z klientami”.

Dowód: wiadomość e-mail z 13 marca 2017 r. (13:48); Nadawca: Artur Prusinowski (Dahua); Adresat: [informacje chronione] (Dahua); [informacje chronione] (Dahua), [informacje chronione] (Dahua), [informacje chronione] (Dahua); Temat: promocje indywidualne, k. 42.

- (129) O tym, że dystrybutorzy Dahua przestrzegali obowiązku akceptacji promocji w zakresie dodawania do zakupów gratisów dla klientów świadczy wiadomość e-mail dystrybutora [informacje chronione] (dalej: „[informacje chroniona]”) do swojego opiekuna handlowego pana [informacje chronione] (Dahua) z 19 czerwca 2018 r. W wiadomości tej przedstawiciel [informacje chroniona] zaproponował akcję promocyjną na produkty Dahua, polegającą na dodawaniu do zakupów za ponad 1000 zł termosu Dahua, zastrzegając jednocześnie, że nie będzie przy tym „żadnego zaniżania cen”. Pan [informacje chronione] (Dahua) przekazał powyższą wiadomość do pana [informacje chronione] (Dahua) i pana Artura Prusinowskiego (Dahua) z prośbą o ustosunkowanie się i akceptację. W dniu 20 czerwca 2018 r. pan [informacje chronione] (Dahua) udzielił zgody na organizację akcji promocyjnej.

Dowód: pismo Dahua z 24 maja 2022 r., zał. 23 – wiadomość e-mail z 20 czerwca 2018 r. (9:59); Nadawca: [informacje chronione] (Dahua); Adresat: [informacje chronione] (Dahua), Artur Prusinowski (Dahua); Temat: RE: plan na akcję promocyjną w wakacje, k. 3936-3939.

- (130) Podobnie w dniu 2 kwietnia 2020 r. przedstawiciel [informacje chroniona] zwrócił się do Dahua z pytaniem o zgodę na akcję promocyjną w postaci rozdawania klientom nagród. Ponownie zwracając się z prośbą o akceptację przedstawiciel [informacje chroniona]

podkreślił, że „nie zaniżamy rynkowych cen produktów lecz zachęcamy do zwiększenia aktywności”. W dniu 6 kwietnia 2020 r. przedstawiciel Dahua udzielił zgody na organizację promocji.

Dowód: pismo Dahua z 24 maja 2022 r., zał. 24 – wiadomość e-mail z 6 kwietnia 2020 r. (08:43), Nadawca: [informacje chronione] (Dahua); Adresat: [informacje chronione], [informacje chronione] (Dahua); Temat: RE: promocja dla instalatorów, k. 3941, 3942.

- (131) Jak wynika z materiału dowodowego Dahua nie zawsze akceptowała zgłoszone przez dystrybutorów propozycje promocji. Świadczy o tym wiadomość e-mail pracownika E-commerce, w której zawarto zestawienie „kluczowych spraw do zrealizowania”. W lit. C zestawienia wskazano: „Przygotowanie zestawów promocyjnych. Kup towaru Dahua za XX XXX zł, otrzymasz gratis (zakupy gadżetów z budżetu marketingowego Dahua) Mateusz Kurowski / [informacje chronione] - brak zgody Dahua”.

Dowód: wiadomość e-mail z 16 października 2018 r. (13:06); Nadawca: [informacje chronione] (E-commerce); Adresat: [informacje chronione] (E-commerce); [informacje chronione] (E-commerce); [informacje chronione] (E-commerce); [informacje chronione] (E-commerce); [informacje chronione] (E-commerce); [informacje chronione] (E-commerce); Temat: Re: Targety Dahua - spotkanie 17.07, k. 3074.

- (132) Przedstawiciele Dahua w razie zastrzeżeń co do warunków trwających promocji na produkty Dahua, zgłaszali się do dystrybutorów z prośbą o wyjaśnienie. Mianowicie pan [informacje chronione] (Dahua) zwrócił się w wiadomości e-mail do [informacje chronione] w sprawie promocji organizowanych przez [informacje chronione] na jego stronie internetowej „*Jak pamiętam na spotkaniu była mowa że wszystko będzie po bożemu. Czyżby już stracili wiarę?*”. W odpowiedzi przedstawiciel [informacje chronione] napisał „*Weryfikuję. O <akcji> nic nie wiedziałem*”. W kolejnej wiadomości przedstawiciel [informacje chronione] dodał „*Z automatu <zalegacze> wylistowane i w marketingu przecenione na <taniej niż ceneo>, zgłosiłem teraz także powinno się udać zaraz to wyrzucić z tej listy. Promocja bez widoczności na ceneo*”.

Dowód: Wiadomość e-mail z 28 września 2020 r. (13:21); Nadawca: [informacje chronione]; Adresat: [informacje chronione] (Dahua); Temat: Re: [informacje chronione], k. 837.

- (133) W dniu 29 maja 2020 r. pan [informacje chronione] (Dahua) wysłał do pana Artura Prusinowskiego (Dahua) link do strony internetowej dystrybutora [informacje chronione] z pytaniem „*ta promocja była autoryzowana? Za zakup po rabacie 12000,- dają bon o wartości*

2500,- czyli ze standardowego rabatu [informacje chronione]% robi się prawie [informacje chronione]% nie jest to trochę przesada?”. Powyższą wiadomość pan Artur Prusinowski (Dahua) przekazał do pana [informacje chronione] (Dahua) opiekuna handlowego odpowiedzialnego za współpracę z tym dystrybutorem z prośbą o wyjaśnienie „Lukasz, Co to za jazdy?”.

Dowód: wiadomość e-mail z 29 maja 2020 r. (12:53); Nadawca: Artur Prusinowski (Dahua); Adresat: [informacje chronione] (Dahua); Kopia: [informacje chronione] (Dahua); Temat: FW: Promo [informacje chronione], k. 837.

- (134) W innej wiadomości przedstawiciel Alkam zwrócił się do swojego opiekuna handlowego pana [informacje chronione] (Dahua) z pytaniem „Czy akcja [informacje chronione] [dystrybutor Dahua – UOKiK] ma wasze błogosławieństwo? To ekstra [informacje chronione]% od zrobionych zakupów. Zakładając że ktoś kupi i tak na [informacje chronione]% to daje to o wiele większy rabat niż dozwolony... I to akcja na cały kwartał...”. Powyższa wiadomość została przekazana do pana [informacje chronione] (Dahua), opiekuna handlowego Promitela z prośbą „Możesz zobaczyć czy to się zgadza, bo [informacje chronione]% to to nie jest”. Tego samego dnia [informacje chronione] wyjaśnił „Jest [informacje chronione]%. Zakup podany jest netto, a bon brutto, wyliczamy od brutto”.

Dowód: wiadomość e-mail z 1 marca 2021 r. (16:42); Nadawca: [informacje chronione] (Dahua); Adresat: [informacje chronione] (Dahua); Temat: Re: Promocja [informacje chronione], k. 837.

- (135) Dodatkowo Dahua zezwalała indywidualnie dystrybutorom na sprzedawanie produktów Dahua w promocyjnych cenach na portalu Allegro. Powyższy wniosek wynika z wiadomości e-mail, w której dystrybutor [informacje chronione] (dalej: „[informacje chronione]”) zwrócił się do Dahua z listą produktów marki Dahua i pytaniem „Prośba o sprawdzenie tych danych (poniżej). Głównie chodzi o mi o politykę cenową. Proszę o informację, na które pozycje mam uważać (inni gracze na rynku), a które mogę decydować sam”. Na powyższe odpowiedzi udzielił pan Artur Prusinowski (Dahua) o treści „Układ jest prosty to co jest poza cennikiem sprzedajemy skutecznie, poziom rabatu do ustalenia indywidualnie pod produkt. Produkty z cennika, jeżeli takowe są to musimy rozważyć inny kanał sprzedaży. Co do cen to ustalone z Andrzejem [Andrzej Jarzyna z Dahua – UOKiK], więc czekam na jego opinię”. Ostatecznie [informacje chronione] zwrócił się z propozycją cen sprzedaży tych produktów na Allegro oraz prośbą „o zgodę na wystawienie na allegro”. W odpowiedzi Artur Prusinowski wskazał „Ustaliłem z Andrzejem [pan Andrzej Jarzyna z Dahua – UOKiK], że możesz wyprzedawać na allegro produkty, które nie występują w naszych cennikach. Pozostałe produkty można próbować sprzedawać do instalatorów oraz Partnerów, których wymienileś.”

- Dowód:**
- wiadomość e-mail z 7 czerwca 2017 r. (12:44); Nadawca: Andrzej Jarzyna (Dahua); Adresat: Artur Prusinowski (Dahua), [informacje chronione], [informacje chronione] (Dahua); Temat: RE: Wyprzedaż stoku DAHUA, k. 837;
 - wiadomość e-mail z 21 lipca 2017 r. (16:26); Nadawca: Artur Prusinowski (Dahua), Adresat: [informacje chronione], [informacje chronione] (Dahua); Kopia: Andrzej Jarzyna (Dahua), [informacje chronione]; Temat: RE: Wyprzedaż stoku DAHUA, k. 837.

(136) Jak wynika z materiału dowodowego wystawianie ofert z produktami Dahua w zaniżonych cenach na platformie Allegro miało na celu walkę z konkurencją sprzedającą na tej platformie produkty Dahua w zbyt niskich cenach. W wiadomości e-mail z 24 stycznia 2020 r. przedstawiciel E-commerce zwrócił się do Dahua z prośbą o akceptację wystawienia 30 produktów marki Dahua na Allegro „w cenach pod konkurencję”.

- Dowód:** wiadomość e-mail z 29 stycznia 2020 r. (15:06); Nadawca: [informacje chronione] (Dahua); Adresat: [informacje chronione] (E-commerce); Kopia: Mateusz Kurowski (E-commerce), [informacje chronione] (E-commerce), [informacje chronione] (E-commerce); Temat: Produkty do walki na allegro pod omawianą konkurencję, k. 3074.

(137) Powyższą okoliczność potwierdza korespondencja wymieniana między pracownikami E-commerce na komunikatorze Gadu-Gadu „słuchajcie, mamy odpowiedź z Dahua możemy powalczyć cenowo tylko prośba, aby to było maksymalnie około 20 aukcji w tygodniu i po tygodniu raport, jak wygląda sytuacja”. Na pytanie drugiego pracownika „no to co wybieramy coś?”, jedno z pracowników E-commerce wskazał „top 20 z konkurencji :D” oraz „same kamery oczywiście”.

- Dowód:** wiadomość z 4 sierpnia 2020 r. (14:22) pochodząca z komunikatora Gadu-Gadu [informacje chronione], k. 3074.

(138) W kolejnej wiadomości e-mail wymienianej wewnętrznie między pracownikami E-commerce, przedstawiono założenia, jakie przyświecały wystawianiu przez tego dystrybutora produktów Dahua na Allegro w promocyjnych cenach „*Celem projektu jest punktowe uderzenie w nowo pojawiającą się konkurencję celem utworzenia bariery wejścia w sektor detaliczny oraz próba eliminowania konkurencji już istniejącej. Produktem powstałym w wyniku projektu jest wypracowana metoda pozwalająca na realizację w/w celów oraz zwiększony udział w kategorii cctv. Jeśli chodzi o Produkty / efekty, które powstaną w najbliższych miesiącach, to mamy wreszcie zgodę zarówno od Dahuy jak i Hikvision na prowadzenie działań mających na celu wyniszczenie konkurencji zaniżającej ceny, więc można spodziewać się uzyskania statusu lidera sprzedaży detalicznej na platformie Allegro w kategorii telewizji przemysłowej.*”

Dowód: wiadomość e-mail z 15 września 2020 r. (8:55); Nadawca: [informacje chronione] (E-commerce); Adresat: [informacje chronione] (E-commerce); Temat: Eltro, k. 3074.

- (139) Zgoda na opisane wyżej działania E-commerce wkrótce została przez Dahua cofnięta na co wskazuje korespondencja pracowników E-commerce na komunikatorze Gadu-Gadu, gdzie jeden z pracowników przekazał panu Mateuszowi Kurowskiemu (E-commerce) informację „właśnie dostałem info z Dahua chcę abyśmy wyłączyli te dwie aukcje”. Na pytanie o powód, pracownik wskazał „obecne działania nie przyniosły zamierzonych celów, dwa robią porządki z [informacje chronione] i delta [dystrybutor Delta-Opti – UOKiK] przypiep**** się do tych aukcji [słowo niecenzuralne wykropkowane – UOKiK]”.

Dowód: wiadomość z 14 października 2020 r. (9:58) pochodząca z komunikatora Gadu-Gadu [informacje chronione], k. 45.

5.5. Stosowanie polityki cenowej przez redystrybutorów wobec własnych odbiorców

- (140) Dodatkowo Dahua dążyła do tego, aby ustalona przez nią polityka cenowa była stosowana przez redystrybutorów, tj. podmioty nabywające produkty Dahua od dystrybutorów w celu ich dalszej odsprzedaży. W szczególności Dahua dążyła do tego, aby redystrybutorzy oferowali na własnych stronach internetowych oraz na portalu Allegro ceny sprzedaży zgodne z cennikiem Dahua.
- (141) Na konieczność stosowania przez redystrybutorów przy sprzedaży produktów Dahua cen cennikowych wskazuje treść wiadomości e-mail z 16 stycznia 2018 r. pana Mateusza Kurowskiego (E-commerce): „jest całkowity zakaz schodzenia z cen MSRP na produkty dahua w całej sieci oraz przez klientów którym sprzedajemy sprzęt (w tym temacie nic się nie zmieniło od spotkania w Wiśle). (...) Proszę o poinstruowanie oddziału w Piotrkowie aby dostosowali ceny do strony E-commerce”.

Dowód: wiadomość e-mail z 16 stycznia 2018 r. (15:59); Nadawca: Mateusz Kurowski (E-commerce); Adresat: [informacje chronione] (E-commerce); Kopia: [informacje chronione] (E-commerce); Temat: Re: Zaniżanie cen Piotrków, k. 45.

- (142) Podobny wniosek wynika również z wewnętrznej korespondencji pracowników Dahua, w której pan [informacje chronione] (Dahua) przekazał do pana Artura Prusinowskiego (Dahua) link do sklepu internetowego jednego z redystrybutorów pod adresem [informacje chronione] z informacją o zaniżaniu cen „Kolejny przypał (...) prawidłowa cena MSRP to 400pln u nich cena na stronie to 283,74”. Powyższą wiadomość pan Artur Prusinowski (Dahua) przekazał do pana Andrzeja Jarzyny (Dahua) informując go „Kolejna firma do ścigania. Zaniża ceny”.

Dowód: pismo Dahua z 24 maja 2022 r., zał. 32 – wiadomość e-mail z 24 listopada 2016 r. (14:26); Nadawca: Andrzej Jarzyna (Dahua); Adresat: [informacje chronione] (Dahua); Kopia: [informacje chronione] (Dahua), Artur Prusinowski (Dahua); Temat: FW: [informacje chronione] – kolejny niereformowalny, k. 3966, 3967.

- (143) Na konieczność stosowania przez redystrybutorów cen cennikowych Dahua wskazują również wiadomości e-mail dystrybutorów, w których informowali Dahua o nieprzestrzeganiu cen cennikowych przez redystrybutorów. Przykładowo w wiadomości e-mail z 27 maja 2019 r. dystrybutor [informacje chronione] zgłosił do Dahua fakt nieprzestrzegania cen cennikowych przez redystrybutora nabywającego produkty Dahua od dystrybutora [informacje chronione]: „*Prosimy o interwencję w temacie cen (...) Generalnie najgorszy jest z listy Senetic - nie trzymają w ogóle cen MSPR na całość Waszych produktów*”. Powyższa wiadomość została przekazana przez pana Artura Prusinowskiego (Dahua) do opiekunów handlowych Dahua z informacją: „[informacje chronione] [pan [informacje chronione]; opiekun handlowy [informacje chronione] – UOKiK], *Prośba o interwencję w [informacje chronione]. Jak [informacje chronione] ma tak pogrywać to dziękujemy*”.

Dowód: wiadomość e-mail z 27 maja 2019 r. (10:50); Nadawca: Artur Prusinowski (Dahua); Adresat: [informacje chronione] (Dahua), [informacje chronione] (Dahua), [informacje chronione] (Dahua), [informacje chronione] (Dahua), [informacje chronione] (Dahua); Temat: FW: ceny - internet - prośba o interwencję - [informacje chronione], k. 837.

- (144) Podobnie w dniu 21 listopada 2017 r. pan [informacje chronione] przekazał do pana Artura Prusinowskiego (Dahua) informacje o ofercie, jaką redystrybutor E-commerce – firma [informacje chronione] przedstawiła klientowi na rejestrator Dahua, wskazując jednocześnie, że „*detal [cena detaliczna – UOKiK] rejestratora wyraźnie zaniżony (4171 zł netto – w cenniku oficjalnym jest 4717 zł netto). (...) Proszę o interwencję*”. Tego samego dnia pan Artur Prusinowski (Dahua) przekazał powyższą wiadomość do pana Andrzeja Jarzyna (Dahua), a kolejnego dnia poinformował go „*Eltrox [nazwa sklepu internetowego E-commerce – UOKiK] posypał głowę popiołem i obiecał, że więcej nie będzie problemu z [informacje chronione]*”.

Dowód: pismo Dahua z 24 maja 2022 r., zał. 27 – wiadomość e-mail z 22 listopada 2016 r. (15:14); Nadawca: Artur Prusinowski (Dahua); Adresat: Andrzej Jarzyna (Dahua); Temat: RE: Oferta DAHUA [informacje chronione], k. 3950-3953.

- (145) Natomiast okoliczność, że ceny cennikowe Dahua miały obowiązywać na produkty Dahua oferowane przez redystrybutorów na portalu Allegro, potwierdza wiadomość e-mail z 7 lipca 2020 r., w której pan Artur Prusinowski (Dahua) przekazał dystrybutorowi Alkam linki do 26

aukcji z informacją „Poniżej zestawienie aukcji z produktami Dahua. Proszę o opis i wyjaśnienie kiedy zostaną wygaszone lub edytowane do ustaleń jakie poczyniliśmy”. W odpowiedzi pan Dariusz Kondraciuk (Alkam) wyjaśnił „spora część to **[informacje chronione]** [redystrybutor Alkam – UOKiK]. Część kazałem już skasować (...) Rozumiem, że produkty w cenie detalicznej nie stanowią problemu, proszę o potw. [potwierdzenie – UOKiK]”. W odpowiedzi pan Artur Prusinowski (Dahua) wskazał „tak jak rozmawialiśmy ceny sugerowane Msrp zgodnie z cennikiem na aukcjach. Jutro zadzwonię, aby omówić temat dokładnie”.

Dowód: wiadomość e-mail z 7 lipca 2020 r. (16:24); Nadawca: Artur Prusinowski (Dahua); Adresat: Dariusz Kondraciuk (Alkam), **[informacje chronione]** (Dahua); Temat: RE: aukcje allegro, k. 837.

- (146) Podobny wniosek wynika z wiadomości e-mail z 15 czerwca 2021 r., w której przedstawiciel Alkam przekazał do swojego opiekuna handlowego pana **[informacje chronione]** (Dahua) link z ofertą sprzedaży kamery Dahua na Allegro przez sprzedawcę **[informacje chronione]** i komentarzem „**[informacje chronione]** prowadzi sprzedaż profesjonalnej kamery znacznie poniżej MSRP”.

Dowód: wiadomość e-mail z 15 czerwca 2021 r. (10:00); Nadawca: **[informacje chronione]** (Alkam Security); Adresat: **[informacje chronione]** (Dahua), Dariusz Kondraciuk (Alkam Security); Temat: **[informacje chronione]**, k. 837.

- (147) Dodatkowo jak wynika z powyższych wiadomości e-mail, przedstawiciele Dahua zwracali się do dystrybutorów, którzy prowadzili sprzedaż do danych redystrybutorów, aby za ich pośrednictwem wpłynąć na ceny oferowane przez redystrybutorów [akapit (144) i (145) decyzji]. Takie działania wynikały z uznania, że to dystrybutorzy odpowiadają za działania redystrybutorów, z którymi współpracują. W związku z tym, Dahua oczekiwała od dystrybutorów podejmowania działań, mających na celu zapewnienie przestrzegania polityki cenowej przez redystrybutorów. Na powyższą okoliczność wskazuje wiadomość e-mail wysłana przez pana **[informacje chronione]** (Dahua) do pana Artura Prusinowskiego (Dahua) i pozostałych opiekunów handlowych o treści „Jeśli jakiś dystrybutor tworzy sobie sub-dystrybucje to bierze na siebie odpowiedzialność za działania swojego partnera i powinien liczyć się z konsekwencjami takiego działania. Każdy z naszych partnerów dobrze wie jak ma wyglądać kanał sprzedaży. Sami możemy jedynie stawiać do pionu dystrybutorów lub walczyć w taki sposób jak program lojalnościowy i ograniczenie gwarancji dla kanału innego jak nasz autoryzowany. Nie wyobrażam sobie dzwonić do morele czy innego syfiarza i prosić o zmianę cen bo jak nie to co?”.

Dowód: wiadomość e-mail z 30 marca 2017 r. (23:36); Nadawca: [informacje chronione]; Adresat: [informacje chronione] (Dahua), Artur Prusinowski (Dahua); Kopia: [informacje chronione] (Dahua), [informacje chronione] (Dahua); Temat: RE: Zaniżanie cen z promocji itp., k. 837.

- (148) Podobny wniosek wynika również z pisma stanowiącego załącznik do wiadomości e-mail, jakie dystrybutor Alkam przygotował dla swoich pracowników z informacją o warunkach współpracy z Dahua, w tym w szczególności współpracy z redystrybutorami: *„Ani Dahua, ani Alkam nie są zainteresowani budowaniem sieci dalszych redystrybutorów. Chcemy uniknąć sytuacji, która jest na Hik [Hikvision konkurencyjna względem Dahua marka – UOKiK] (wojna na rabaty pomiędzy liczną grupą sprzedawców), (...) Jeśli ewentualnie jest firma (dystrybutor), do której chcecie Państwo sprzedawać, musicie uzyskać moją zgodę na taką sprzedaż. Z góry informuję, że będą to przypadki sporadyczne. Kryterium jest gotowość do przestrzegania regul. W takim przypadku to my ponosimy odpowiedzialność za zachowanie firmy na rynku i jej dyscyplinowanie, łącznie ze wstrzymaniem sprzedaży. (...) Wszystkie powyższe informacje mają charakter poufny, informacji wewnętrznej. Proszę o przesłanie potwierdzenia <przeczytałam-em, zrozumiałam-em, akceptuję>”.*

Dowód: pismo Dahua z 24 maja 2022 r., zał. 10 – wiadomość e-mail z 28 listopada 2016 r. (13:50); Nadawca: [informacje chronione] (Alkam); Adresat: Artur Prusinowski (Dahua); Temat: Re: Kilka spraw, załącznik o nazwie „Informacja poufna”, k. 3833-3838.

- (149) W konsekwencji powyższego, w sytuacji nieprzestrzegania przez redystrybutorów cen wynikających z cennika Dahua, przedstawiciele Dahua zwracali się do dystrybutorów, z prośbą o podjęcie interwencji. Na taką okoliczność wskazuje wiadomość e-mail, w której pan Artur Prusinowski (Dahua) zwrócił się do dystrybutora Delta-Opti *„Panie Arkadiuszu [pan [informacje chronione] z Delta-Opti – UOKiK], Proszę o informację czy prowadzi Pan sprzedaż do firmy oferującej produkty Dahua na allegro. Z góry dziękuję za poinformowanie klienta o cenniku MSRP”.* W odpowiedzi pracownik Delta-Opti wskazał, *„Tak to jest nasz klient skontaktujemy się z nim”.*

Dowód: wiadomość e-mail z 13 września 2016 r. (13:11); Nadawca: Artur Prusinowski (Dahua); Adresat: biuro@delta.poznan.pl; Kopia: [informacje chronione] (Dahua); Temat: RE: problem z allegro, k. 837.

- (150) Podobna sytuacja miała miejsce w dniu 9 marca 2017 r. pan Artur Prusinowski (Dahua) przekazał do opiekunów handlowych Dahua 2 linki do ofert na platformie Allegro z pytaniem kto dostarcza sprzęt Dahua do tego sprzedawcy oraz wskazaniem *„Proszę o przekazanie klientowi najnowszego cennika urzędzań Dahua”.* Powyższa wiadomość e-mail została

następnie przekazana do dystrybutorów: [informacje chronione], Delta-Opti, [informacje chronione] i E-commerce. W odpowiedzi na powyższe, przedstawiciel [informacje chronione] wskazał „*nigdy podany klient nie dokonał zakupów, nie znalazłem go w systemie. Postaram się mimo wszystko skontaktować z firmą i z nią porozmawiać*”. Natomiast przedstawiciel Delta-Opti przyznał, że klient ten dokonywał u niego zakupów i poinformował „*podejmiemy kontakt telefoniczny w celu naprawy sytuacji*”.

- Dowód:**
- wiadomość e-mail z 9 marca 2017 r. (08:47); Nadawca: [informacje chronione]; Adresat: [informacje chronione]; Kopia: Temat: RE: re dystrybucja, k. 837;
 - wiadomość e-mail z 9 marca 2017 r. (15:01); Nadawca: Artur Prusinowski (Dahua); Adresat: biuro@delta.poznan.pl, [informacje chronione] (Dahua), [informacje chronione] (Dahua), [informacje chronione] (Dahua), [informacje chronione] (Dahua); Temat: RE: re dystrybucja, k. 837;
 - wiadomość e-mail z 9 marca 2017 r. (12:50); Nadawca: [informacje chronione]; Adresat: Artur Prusinowski (Dahua); Kopia: [informacje chronione] (Dahua), [informacje chronione] (Dahua), [informacje chronione] (Dahua), [informacje chronione] (Dahua); Temat: Re: re dystrybucja, k. 837;
 - wiadomość e-mail z 9 marca 2017 r. (9:14); Nadawca: Mateusz Kurowski (E-commerce); Adresat: Artur Prusinowski (Dahua), [informacje chronione] (Dahua), [informacje chronione] (Dahua), [informacje chronione] (Dahua), [informacje chronione] (Dahua); Temat: Re: re dystrybucja, k. 837.

- (151) Na powyższą okoliczność wskazuje również wiadomość e-mail, w której pan Artur Prusinowski (Dahua) zwrócił się do pana [informacje chronione] (Dahua) o sprawdzenie dystrybutorów, z którymi bezpośrednio współpracuje jako opiekun handlowy, ponieważ ich redystrybutorzy oferowali na własnych stronach internetowych produkty Dahua w zaniżonych cenach: „*Adrian. Możesz to wyjaśnić. [informacje chronione] [redystrybutor Delta-Opti – UOKiK] to Delta [Delta-Opti – UOKiK], Tomcio też twój. Czekamy na info*”. Następnego dnia w wiadomości e-mail z 18 maja 2017 r. pan [informacje chronione] (Dahua) opiekun handlowy Delta-Opti zwrócił się do tego dystrybutora z pytaniem „*czy udało się ustalić coś z [informacje chronione] odnośnie cen jakie pokazują na stronie*”. W odpowiedzi na powyższy dystrybutor Delta-Opti wyjaśnił „*Odnośnie [informacje chronione] kontaktowaliśmy się z nim i potwierdził celowość prowadzenia poprawnej polityki cenowej. Jednakże mówił że każdy się może pomylić i jak by co prosi o zgłaszanie problemów wtedy natychmiast poprawi*”. Na powyższe pan [informacje chronione] (Dahua) odpowiedział „*Panie Arkadiuszu*

[informacje chronione; pracownik Delta-Opti – UOKiK] *jednak [informacje chronione] zbyt długo nie trzymał się polityki cenowej, a trudno uznać to za pomyłkę*” i przekazał link do trwającej promocji na stronie [informacje chronione]. W odpowiedzi przedstawiciel Delta-Opti wskazał *„Dziękuję za informacje, zaraz do niego dzwoniemy. To i tak nie zmienia faktu że w tym momencie stracił u nas rabat. Po dwóch ostrzeżeniach teraz działamy”*.

- Dowód:**
- wiadomość e-mail z 17 maja 2017 r. (19:46); Nadawca: Artur Prusinowski (Dahua); Adresat: [informacje chronione] (Dahua), [informacje chronione] (Dahua); Temat: Fwd: NVR4232-4KS2, k. 837;
 - wiadomość e-mail z 26 maja 2017 r. (12:00); Nadawca: [informacje chronione] (Dahua); Adresat: biuro@delta.poznan.pl; Temat: Re: Fwd: Rabaty, k. 837.

- (152) Ponownie w dniu 29 czerwca 2018 r. pan [informacje chronione] (Dahua) zwrócił się do dystrybutora Delta-Opti, którego jest opiekunem handlowym ze wskazaniem *„Arku kolejna firma do weryfikacji”*, przekazując link sklepu internetowego [informacje chronione] z ofertą na produkty Dahua. Następnego dnia przedstawiciel Delta-Opti odpowiedział *„Ceny poprawione”*. W dniu 22 listopada 2018 r. pan [informacje chronione] (Dahua) przekazał do Delta-Opti ponownie link do ww. sklepu z komentarzem *„znów [informacje chronione]”*. Kolejnego dnia przedstawiciel Delta-Opti poinformował *„Wczoraj dzwoniliśmy dwa razy. Dzisiaj pojedliśmy kolejne 3 kontakty z nimi. Za każdym razem informują nas o tym że poprawią jak tylko dojedzie do firmy...i tak dwa dni jedzie. W między czasie robią jeszcze akcje na Facebook. Mają u nas od wczoraj ceny MSRP [pisownia oryginalna – UOKiK]”*.

- Dowód:** pismo Dahua z 24 maja 2022 r., zał. 38 – wiadomość e-mail z 23 listopada 2018 r. (14:55); Nadawca: biuro@delta.poznan.pl (Delta-Opti); Adresat: [informacje chronione] (Dahua); Temat: Re: Firma do weryfikacji, k. 4037-4039.

- (153) Ponadto, jak wynika z materiału dowodowego, przedstawiciele Dahua zwracali się również do dystrybutorów o podjęcie interwencji wobec redystrybutorów, którzy nie przestrzegali polityki rabatowej. Powyższy wniosek wynika z wiadomości e-mail, jaką dystrybutor Alkam wysłał do redystrybutora [informacje chronione] z informacją *„Zgłosiła się do nas Dahua z przykrą niestety informacją o naruszeniu polityki rabatowania produktów sygnowanych ich marką. Prośba ze strony Dahuy, jak i naszej dotyczy zmian cen zgodnych z wcześniejszymi ustaleniami i nieoferowanie rabatów należnych podmiotom branżowym klientom detalicznym. Zgodnie z informacjami przekazanymi przez Dahua nie powinno być już podmiotów na allegro które naruszają politykę rabatową, jeżeli jednak w przypadku wybranych produktów ustalana przez Was cena wynikała z chęci konkurowania z innymi podmiotami proszę o przesłanie linków do kont, przekażę je przedstawicielom Dahua. Liczę na szybką reakcję, która umożliwi nam dalszą współpracę”*.

Dowód: wiadomość e-mail z 2 października 2020 r. (15:52); Nadawca: [**informacje chronione**] (Alkam Security); Adresat: [**informacje chronione**]; Temat: Sprzedaż marki DAHUA na portalu Allegro.pl, k. 42.

- (154) Jak wynika z wewnętrznej korespondencji pracowników Dahua, spółka ta nie chciała, aby redystrybutorzy pokazywali odbiorcom końcowym na własnych stronach internetowych ceny skierowane do instalatorów i integratorów systemów. Świadczy o tym wiadomość e-mail od pana Artura Prusinowskiego (Dahua) do opiekunów handlowych o treści: *„W dobrym zwyczaju jest aby publikować wartości rabatów po zalogowaniu się. Jeżeli [**informacje chronione**] ma takie ceny wyłącznie dla zalogowanych klientów to jest to jak najbardziej ok! Jeżeli nie to proszę o przekazanie naszej sugestii do rozważenia”*. W odpowiedzi pan [**informacje chronione**] (Dahua) opiekun handlowy dystrybutora Delta-Opti sprzedającego do redystrybutora [**informacje chronione**] wskazał *„Już o tym rozmawiałem z Delta. I wyjaśniłem że pokazywanie rabatów każdemu psuje rynek instalatorów i o nich najbardziej chodzi. Proszę o jeszcze chwilę czasu i będzie dobrze”*.

Dowód: wiadomość e-mail z 29 września 2020 r. (14:38); Nadawca: [**informacje chronione**]; Adresat: Artur Prusinowski (Dahua), [**informacje chronione**] (Dahua); Kopia: [**informacje chronione**] (Dahua), [**informacje chronione**] (Dahua), [**informacje chronione**] (Dahua); Temat: RE: [**informacje chronione**], k. 837.

- (155) Pracownicy Dahua zwracali się również do dystrybutorów w celu doprowadzenia do zmiany sposobu prezentowania cen oferowanych przez redystrybutorów. Mianowicie w wiadomości e-mail z 28 marca 2017 r. pan Artur Prusinowski (Dahua) przekazał do pana [**informacje chronione**] ([**informacje chronione**]⁹) dwa linki do wystawionych na portalu Allegro przez jego redystrybutora produktów Dahua z uwagą, aby *„firma [**informacje chronione**] dodała opis że jest to wyprzedaż !!! bo nasi klienci już nas mocno kopią!”*. Następnego dnia pan Artur Prusinowski (Dahua) ponownie skierował wiadomość e-mail do pana [**informacje chronione**] z pytaniem *„czy [**informacje chronione**] oznacza aukcje zgodnie z moją sugestią”*. Na powyższe pan [**informacje chronione**] ([**informacje chronione**]) udzielił odpowiedzi wskazując, że kontaktował się z [**informacje chronione**] i ten przekazał mu informacje, że *„dodał do aukcji opis WYPRZEDAŻ”*. Tego samego dnia pan Artur Prusinowski (Dahua) przekazał [**informacje chronione**] jeszcze jeden link do platformy Allegro z ofertą na produkty Dahua z prośbą o *„pilną interwencję”*. Tego samego dnia otrzymał odpowiedź, że [**informacje chronione**] ([**informacje chronione**]) rozmawiał z [**informacje chronione**] i *„podobno dopisują tam gdzie jeszcze nie było zmienione”*.

⁹ [**informacje chronione**] to partner handlowy Dahua.

Dowód: wiadomość e-mail z 29 marca 2017 r. (11:39); Nadawca: Artur Prusinowski (Dahua); Adresat: [informacje chronione]; Kopia: Andrzej Jarzyna (Dahua); Temat: RE: CENY ALLEGRO [informacje chronione], k. 837.

(156) W wyniku interwencji Dahua w sprawie nieprzestrzegania polityki cenowej przez redystrybutorów, dystrybutorzy nie tylko zwracali się do redystrybutorów w sprawie zmiany stosowanych cen (lub sposobu ich prezentacji), ale podejmowali również względem redystrybutorów działania dyscyplinujące. Jak wynika z przywołanych wyżej wiadomości e-mail, działania te polegały na odbieraniu rabatu na zakup produktów Dahua przez redystrybutorów, co w konsekwencji oznaczało konieczność nabywania tych produktów po cenach cennikowych [akapit (151) i (152) decyzji]. Potwierdza to również wiadomość e-mail z 6 lipca 2017 r., w której dystrybutor [informacje chronione] przekazał do pana Artura Prusinowskiego (Dahua), treść oferty oraz cennik rozsyłany przez redystrybutora [informacje chronione]. W treści oferty redystrybutora zawarto informacje „*Jako partner marki DAHUA przygotowaliśmy dla Państwa cennik dystrybucyjny dla instalatorów i ludzi z branży oraz firm które zatrudniają swoich fachowców z branży elektro-instalacyjnej. Rabaty od cen detalicznych są do oferty podstawowej -[informacje chronione]% oraz oferty wyprzedazowej -[informacje chronione]%*!”. Powyższą wiadomość pan Artur Prusinowski (Dahua) przekazał do pana [informacje chronione] (Dahua) opiekuna handlowego Delta-Opti, który następnego dnia zwrócił się w wiadomości e-mail do Delta-Opti „*Panie Arkadiuszu ponoć to wasz klient. Może się Pan nimi zająć?*”. W dniu 10 lipca 2017 r. przedstawiciel Delta-Opti poinformował „*Zabraliśmy mu czasowo rabat. Będzie teraz regularnie doglądany*”. Powyższą wiadomość pan [informacje chronione] (Dahua) przekazał do pana Artura Prusinowskiego (Dahua).

Dowód:

- wiadomość e-mail z 6 lipca 2017 r. (10:08); Nadawca: Artur Prusinowski (Dahua); Adresat: [informacje chronione] (Dahua); Temat: FW: Cennik hurt b2b DAHUA, k. 837;
- wiadomość e-mail z 17 lipca 2017 r. (11:06); Nadawca: [informacje chronione] (Dahua); Adresat: Artur Prusinowski (Dahua); Temat: FW: FW: Cennik hurt b2b DAHUA, k. 837.

(157) Dodatkowo, jak wynika z materiału dowodowego, dystrybutorzy wstrzymywali również sprzedaż do redystrybutorów nieprzestrzegających polityki cenowej. Na powyższą okoliczność wskazuje wiadomość e-mail, w której dystrybutor Alkam zwrócił się do swojego opiekuna handlowego pana [informacje chronione] (Dahua) z pytaniem dotyczącym polityki cenowej redystrybutora [informacje chronione]: „*jest jakaś reakcja, zmienił ceny na akceptowalne? Moglibyście to zweryfikować? Do czasu odpowiedzi faktury dla niego wstrzymane, dziś rano wypisałem ostatnią, na zaległy temat i to na razie koniec, aż do*

wyjaśnienia i wyprostowania sprawy nie przyjmuje zamówień”. W odpowiedzi na powyższe pan [informacje chronione] (Dahua) zapytał „Na Jakim rabacie klient [[informacje chronione] – UOKiK] będzie sprzedawał na allegro? Bo póki co jest za wysoko to jest ponad [informacje chronione]% (...)”. Przedstawiciel Alkam wskazał „Jak ustawi na [informacje chronione]% czyli zrobi z netto = brutto to będzie ok? Mogę mu to zaproponować jeśli z Waszej strony takim poziom jest ok, ale bardziej obstawiam po prostu zmianę dostawcy z jego strony, bo niestety z rozmowy przed weekendowej wynikało, że są inni co mają takie same ceny, albo i niższe”. Pan [informacje chronione] (Dahua) odpowiedział „To niech przedstawi mi tych innych. Są jasne zasady i musimy się ich trzymać”. Przedstawiciel Alkam zauważył „W przypadku tej kamery faktycznie, przegiął totalnie, ale inni nie lepsi” i przekazał 7 linków do ofert z produktami Dahua na portalu Allegro. Na koniec zadeklarował „Jeżeli jednak my mamy mieć problemy z tego tytułu to oczywiście sprzedaż dla niego będzie zatrzymana”.

Dowód: wiadomość e-mail z 5 października 2020 r. (14:33); Nadawca: [informacje chronione] (Alkam); Adresat: [informacje chronione] (Dahua); Kopia: [informacje chronione] (Alkam); Temat: Re: [informacje chronione], k. 837.

- (158) Ostatecznie z powodu nieprzestrzegania polityki cenowej przez [informacje chronione] doszło do zakończenia współpracy między nim a Alkam. Powyższy wniosek wynika z korespondencji e-mail, w której przedstawiciel Alkam napisał do swojego opiekuna handlowego pana [informacje chronione] (Dahua) „W związku z waszą walką z firmami sprzedającymi na allegro straciliśmy klienta [informacje chronione]. Klient cenowo równając do innych sprzedających stał się wam solą w oku. (...) Staramy się pilnować wspólnej polityki rabatowej na allegro chociaż przy obecnym wysypie innych aukcji wydaje mi się że jako jedni z niewielu.... I nie zaryzykuję tezy że nad wszystkim panujemy, ale przy informacjach o nadużyciach reagujemy natychmiast jak w przypadku firmy wyżej”.

Dowód: wiadomość e-mail z 11 marca 2021 r. (09:46); Nadawca: [informacje chronione] (Dahua); Adresat: [informacje chronione] (Dahua), [informacje chronione] (Dahua), [informacje chronione] (Dahua), [informacje chronione] (Dahua); Kopia: Artur Prusinowski (Dahua); Temat: FW: Dahua na allegro, k. 837.

- (159) Zdarzało się również, że za działania redystrybutorów, Dahua karała dystrybutorów. Na taką okoliczność wskazuje wiadomość e-mail od pana Artura Prusinowskiego (Dahua) do opiekunów handlowych dystrybutorów, w której nakazał odebrać dystrybutorowi Delta-Opti rabat dodatkowy z powodu działań jego redystrybutora „(...) I. [informacje chronione; opiekun handlowy Delta-Opti – UOKiK], Delta to pierwszy [informacje chronione] [informacje chronione] kupuje od nich a co do reszty śmiesznych stron to pewnie [informacje chronione] bo witryny typu [informacje chronione] to kanał IT. Proszę abyś spotkał się z Deltą i zakomunikował, że mogą robić co chcą tak jak my!!! Proszę o dokładny

cytat. *W dniu dzisiejszym tracę prawo do dodatkowego rabatu! 2. [informacje chronione], proszę o weryfikację [informacje chronione]! scenariusz ustalimy później (...)*”.

Dowód: wiadomość e-mail z 31 marca 2017 r. (09:34); Nadawca: Artur Prusinowski (Dahua); Adresat: [informacje chronione] (Dahua); Kopia: [informacje chronione] (Dahua), [informacje chronione] (Dahua), [informacje chronione] (Dahua); Temat: RE: Zaniżanie cen z promocji itp., k. 837.

- (160) Ponadto jak wynika z materiału dowodowego zdarzało się, że pracownicy Dahua zwracali się bezpośrednio do redystrybutorów w sprawie stosowanych przez nich cen. Na taką okoliczność wskazuje wiadomość e-mail od podmiotu [informacje chronione], który dziękując przedstawicielom Dahua za spotkanie, przekazał następujące informacje: *„w dniu dzisiejszym zgodnie z ustaleniami rozpoczęliśmy proces zmiany cen na naszych sklepach, z informacji jakie otrzymałem zakończenie ma nastąpić jutro do końca dnia. Ew. zmiany i aktualizacja plików xml na portalach typu ceneo.pl itp może trwać do 48h, także do piątku wszystko powinno już zakończone. Poinformuje Panów w oddzielnym mailu o zakończonych pracach. facebook.com/dahuatechnologypoland Ze swojej strony mogę dodać że będziemy starali się dbać zarówno o politykę cenową jak i merytoryczną na naszych serwisach”*.

Dowód:

- wiadomość e-mail z 13 grudnia 2017 r. (09:17); Nadawca: Artur Prusinowski (Dahua); Adresat: [informacje chronione], ansdrezej.jarzyna@global.dahuatech.com, [informacje chronione] (Dahua); Temat: RE: Spotkanie - podsumowanie [informacje chronione], k. 837;
- pismo Dahua z 25 lipca 2022 r., k. 4307.

6. Skargi dotyczące nieprzestrzegania polityki cenowej

- (161) Dahua monitorowała przestrzeganie ustalonej polityki cenowej, otrzymując od swoich dystrybutorów informacje o odstępstwach od ustalonych reguł. Niejednokrotnie dystrybutorzy zwracali się również do Dahua z prośbą o podjęcie interwencji w takiej sytuacji. Zgłoszenia dotyczące nieprzestrzegania polityki cenowej były przekazywane głównie drogą mailową, najczęściej z podaniem linków do stron internetowych, ale także telefonicznie i na spotkaniach z przedstawicielami handlowymi Dahua. Informacje w tym zakresie były przeważnie przekazywane przez dystrybutorów do przydzielonych im opiekunów handlowych z Dahua.

Dowód:

- pismo Dahua z 24 maja 2022 r., k. 3232;
- pismo Dahua z 25 lipca 2022 r., k. 4308, 4309.

6.1. Skargi na dystrybutorów

(162) Już na początku działalności Dahua dystrybutor Techglobal w wiadomości e-mail z 1 listopada 2016 r. zwracał uwagę Dahua na nieprzestrzeganie obowiązującej polityki cenowej przez dystrybutora **[informacje chronione]**: *„Poniżej najnowsza promocja **[informacje chronione]**. Jeszcze dobrze się wszystko nie poukładało a już idioci łamią ogólnie przyjęte zasady. Myślę że zlekceważenie tej sprawy może spowodować podobne działania u innych autoryzowanych partnerów DAHUA w Polsce (skoro inni zrobili taki ruch to czemu ja nie mogę ... - brak konsekwencji ...) Mamy ogromną nadzieję, że zadziałasz w tym temacie (...)*”. Powyższa wiadomość została przekazana przez pana Artura Prusinowskiego (Dahua) do pana Andrzeja Jarzyny (Dahua).

Dowód: wiadomość e-mail z 1 listopada 2016 r. (19:11); Nadawca: Artur Prusinowski (Dahua); Adresat: Andrzej Jarzyna (Dahua); Temat: PD: Promocje w **[informacje chronione]** - DAHUA na **[informacje chronione]**%, k. 837;

(163) Również dystrybutor **[informacje chronione]** zwrócił się do Dahua ze skargą dotyczącą warunków rabatowania produktów marki Dahua zaoferowanych przez innego dystrybutora dla klienta końcowego: *„Przy końcowym etapie inwestycji, klient zadzwonił do innego autoryzowanego dealera Dahua, celem porównania oferty Okazało się, że jeden z dystrybutorów zaoferował klientowi końcowemu (inwestorowi) rabat na poziomie **[informacje chronione]**% na zakup samych urządzeń. Sytuacja wyszła niezręczna, gdyż sam rabat dla klienta końcowego był wyższy jaki mogłem zaoferować instalatorowi, zgodnie z naszymi ustaleniami. Zatem pytanie, czy klient końcowy (inwestor) może z jakiegoś powodu otrzymać rabat wyższy niż instalator, przy kwocie opiewającej na 73 000 PLN netto w cenach cennikowych? W takiej sytuacji instalator jest całkowicie pominięty i zapewne w przyszłości będzie szukał innych producentów, a przynajmniej nie u nas w **[informacje chronione]**”*.

Dowód: wiadomość e-mail z 9 grudnia 2016 r. (21:51); Nadawca: **[informacje chronione]**; Adresat: **[informacje chronione]** (Dahua) Temat: Fwd: warunki rabatowe dla klientów końcowych, k. 837.

(164) Dystrybutor Alpol zwrócił się do swojego opiekuna handlowego pana **[informacje chronione]** (Dahua) z informacją, że instalatorzy skarżą się, że klienci końcowi mogą na Allegro nabyć od E-commerce kamerę Dahua na Allegro za 121 zł, przekazując link do oferty. Pan **[informacje chronione]** (Dahua) przekazał powyższą wiadomość do pana **[informacje chronione]** (Dahua) opiekuna handlowego E-commerce.

Dowód: wiadomość e-mail z 24 października 2017 r. (10:12); Nadawca: [informacje chronione] (Dahua); Adresat: [informacje chronione] (Dahua); Kopia: Artur Prusinowski (Dahua); Temat: FW: FW: E-commerce promocje na Allegro, k. 837.

- (165) Do Dahua docierały również sygnały od [informacje chronione], który skarżył się na politykę rabatową prowadzoną przez Alkam: „Niestety muszę się znów pożalić. Dzisiaj dzwonią do mnie rozżaleni pracownicy i mówią że następny klient przyszedł i przekazał że otrzymał meega rabat w ALKAM we Wrocławiu. [informacje chronione] (mój pracownik) 2 tygodnie temu zrobił ofertę klientowi na kamery serii 3 AI ze zmienną ogniskową i dzisiaj klient nie odebrał z zamówienia tylko tych kamer. Gdy zadzwonił do klienta dlaczego, to okazało się że we Wrocławiu w ALKAM SECURITY zrobili mu cenę poniżej 500zł na kamerę ze zmienną ogniskową co wychodzi ponad [informacje chronione]% rabatu!!! To jest już chyba 4 lub 5 klient który nam zgłasza coś podobnego... P.S. Znów tracimy na marży”. Powyższą wiadomość pan Artur Prusinowski (Dahua) przekazał opiekunom handlowym dystrybutorów z komentarzem „Jak ma tak być dalej to zabieramy rabat Alkam!”.

Dowód: wiadomość e-mail z 20 października 2020 r. (16:10); Nadawca: Artur Prusinowski (Dahua); Adresat: [informacje chronione] (Dahua), Kopia: [informacje chronione] (Dahua); Temat: FW: rabaty, rozdawnictwo -ALKAM SECURITY!!!, k. 837.

- (166) Pan Michał Gałęzowski (Techglobal) poinformował w wiadomości e-mail z 6 kwietnia 2020 r. swojego opiekuna handlowego pana [informacje chronione] (Dahua) o ofercie w sklepie internetowym E-commerce dla klientów biznesowych o nazwie Hurton, przesyłając skan faktury z komentarzem „*Na Hurton'ie instalator może kupić IPC-HDW1531S-0280B z rabatem: -[informacje chronione]%. Możecie to jakoś wyjaśnić? Obecnie instalator kupi taniej w E-commerce niż dystrybutor w Dahua*”. Następnie 22 kwietnia 2020 r. pan Michał Gałęzowski (Techglobal) ponownie zwrócił się do pana [informacje chronione] (Dahua) przekazując mu skan faktury z komentarzem „*Zgodnie z rozmową przesyłam skan FV od klienta na zakup kamer promocyjnych taniej o 134,68 zł netto za sztukę! Sprzedali na rabacie: -[informacje chronione]%. Akcję rozpoczęli z dniem uruchomienia marcowej promocji. Ośmieszeni zostaliście Wy a nas klienci zaczęli traktować nieufnie – złodziejsko bo różnica jest kolosalna. Czy jesteś w stanie mnie zapewnić ze wyciągniecie w końcu konsekwencje wobec ww firmy? Czy dla was to nie ma już znaczenia?*”. Oba powyższe e-maile pan [informacje chronione] (Dahua) przekazał do pana Artura Prusinowskiego (Dahua) z prośbą, aby się z nimi zapoznał.

Dowód: wiadomość e-mail z 22 kwietnia 2020 r. (15:30); Nadawca: [informacje chronione] (Dahua); Adresat: Artur Prusinowski (Dahua); Temat: FW: Faktura: Rabat na HURTON -[informacje chronione]%, k. 837.

(167) Również pan Dariusz Kondraciuk (Alkam) wystosował wiadomość e-mail, w której wskazywał na zbyt wysokie rabaty oferowane na stronie internetowej Hurton. Mianowicie w wiadomości e-mail skierowanej do swojego opiekuna handlowego pana **[informacje chronione]** (Dahua) wskazał „Każdy nawet początkujący użytkownik Hurton na dzień dobry dostaje **[informacje chronione]**% na grupę D. Co nie jest żadną tajemnicą. Czy są interwencje z Państwa strony w tej kwestii? (...) Nie chcę się skupiać na Hurton, gdyż nie jest tak, że tylko oni brykają z cenami. Inni również np. poprzez sms, maile gdzie oferują **[informacje chronione]**%. (...) Dodatkowo na urządzenia z grupy P, część konkurencji oferuje rabaty „standardowo” **[informacje chronione]** % na zwykłe zapytanie (bez zgłaszania projektu). Ale nie robię z tego sensacji, nie donoszę, choć mam dokumenty”.

Dowód: wiadomość e-mail z 23 października 2020 (14:19); Nadawca: Dariusz Kondraciuk (Alkam); Adresat: **[informacje chronione]** (Dahua); Temat: Fwd., k. 837.

(168) W dniu 12 marca 2021 r. dystrybutor **[informacje chronione]** przekazał do swojego przedstawiciela handlowego pana **[informacje chronione]** (Dahua) informację „**[informacje chronione]**, musimy porozmawiać o rabatach z Eltroxa [nazwa sklepu internetowego E-commerce – UOKiK]. Mam coraz więcej informacji że dają na dzień dobry **[informacje chronione]**%. (...) Druga sprawa to **[informacje chronione]**. Pamiętasz? niedawno rozmawialiśmy nt. temat. Dostałam informacje od klienta, że na pomorskim rozdają na Dahue **[informacje chronione]**% (???) i mówią, że są oficjalnym dystrybutorem”.

Dowód: pismo Dahua z 24 maja 2022 r., zał. 29 – wiadomość e-mail z 12 marca 2021 r. (15:13); Nadawca: **[informacje chronione]**, Adresat: **[informacje chronione]** (Dahua); Temat: sprawa do załatwienia po urlopie, k. 3958.

(169) Dystrybutor **[informacje chronione]** przekazał do swojego opiekuna handlowego pana **[informacje chronione]** (Dahua) informację o zawyżonych rabatach na produkty marki Dahua oferowane przez dystrybutora Alkam: „Kolejni klienci zgłaszają problem z rabatami na dahue na allegro. Alkam sprzedaje produkty z bardzo dużym rabatem na allegro, linki do części aukcji poniżej. Proszę o pilną interwencję oraz ukrócenie tego procederu”. W odpowiedzi na powyższą wiadomość pan **[informacje chronione]** odpowiedział dystrybutorowi: „Już zgłaszam sytuację”.

Dowód: wiadomość e-mail z 25 marca 2021 r. (12:48); Nadawca: **[informacje chronione]** (Dahua); Adresat: **[informacje chronione]**; Temat: RE: Dahua - allegro – rabaty, k. 837.

(170) W wiadomości e-mail dystrybutor E-commerce informował Dahua o zawyżonych rabatach na produkty marki Dahua, oferowane przez innego dystrybutora Delta-Opti. W wiadomości przekazane zostały linki do konkretnych produktów na stronie internetowej Delta-Opti, a także

link do ofert sprzedaży produktów marki Dahua na Allegro z komentarzem: „Zerknij co się dzieje na allegro”.

Dowód: wiadomość e-mail z 9 czerwca 2021 r. (14:33); Nadawca: Mateusz Kurowski (E-commerce); Adresat: [informacje chronione] (Dahua); Temat: Oferta [informacje chronione] w Delcie, k. 837.

(171) Jak wynika z materiału dowodowego Dahua, po otrzymaniu sygnału o nieprzestrzeganiu ustalonej polityki cenowej przez danego dystrybutora, weryfikowała wysokość stosowanych przez niego cen. W tym celu sygnał był przekazywany do opiekuna handlowego tego dystrybutora, który miał dopuszczać się naruszeń. Na powyższą okoliczność wskazuje korespondencja e-mail, w której dystrybutor Techglobal poinformował Dahua o zbyt wysokich rabatach oferowanych przez dystrybutora Delta-Opti „W załączeniu zrzut ekranu ze sklepu delta poznan: <https://delta.poznan.pl/> Na Dahua z automatu po zarejestrowaniu i bez dokonywania zakupów można uzyskać [informacje chronione]% od ceny detal. Dodatkowo można uzyskać rabat: - [informacje chronione]% przy przekroczeniu wartości zamówienia o 2000 zł netto - [informacje chronione]% przy przekroczeniu wartości zamówienia o 3000 zł netto czyli łącznie [informacje chronione] % Dodam, że klienci [informacje chronione] też o tym wspominają! Taka sytuacja ☹ ...”. W reakcji na powyższe pan Artur Prusinowski (Dahua) zwrócił się do pana [informacje chronione] (Dahua) opiekuna handlowego Delta-Opti z poleceniem sprawdzenia cen wyjściowych Delta-Opti: „Sprawdźcie ceny MSRP, Delta ma zawyżone ceny wyjściowe. @Adrian, proszę o weryfikację”.

Dowód:

- wiadomość e-mail z 3 kwietnia 2017 r. (17:21); Nadawca: Artur Prusinowski (Dahua); Adresat: Michał Gałęzowski (Techglobal), [informacje chronione] (Dahua); Kopia: marcin@techglobal.pl (Techglobal), [informacje chronione] (Dahua); Temat: RE: Ceny DAHUA w sklepie DELTA Poznan - wysokie rabaty!, k. 837;
- wiadomość e-mail z 3 kwietnia 2017 r. (15:20); Nadawca: Artur Prusinowski (Dahua); Adresat: Michał Gałęzowski (Techglobal), [informacje chronione] (Dahua); Kopia: marcin@techglobal.pl (Techglobal), [informacje chronione] (Dahua); Temat: RE: Ceny DAHUA w sklepie DELTA Poznan - wysokie rabaty !, k. 837.

(172) Podobna sytuacja miała miejsce przy kolejnej skardze od dystrybutora Techglobal, który poinformował Dahua, że: „Przez ostatnie 2 miesiące przegraliśmy sporo ofert. Nasze oferty na poziomie rabatowym -[informacje chronione]%, -[informacje chronione]%. ALPOL standardowo na początek współpracy instalatorom udziela rabatu -[informacje chronione]%, większe oferty na poziomie - [informacje chronione]%. Sprawa ta jest potwierdzona i nie tylko w naszym regionie – cała Polska. E-COMMERCE – wcześniej już interweniowałem w

sprawie rabatów, na poziomie od **[informacje chronione]** -> - **[informacje chronione]**% Delta Opti – lepszym klientom udzielają już według swojego cennika – **[informacje chronione]**% czyli wg oficjalnego cennika na poziomie **[informacje chronione]**%, - **[informacje chronione]**% (...). Poziom redystrybucji osiągnął szczyt możliwości. **[informacje chronione]** % autoryzowanych partnerów w ogóle nie trzyma się warunków umowy handlowej. ALPOL redystrybuuje do **[informacje chronione]** na poziomie rabatowym – **[informacje chronione]**% (Informacja potwierdzona!). **[informacje chronione]** do **[informacje chronione]** na poziomie ok **[informacje chronione]**% **[informacje chronione]** jest w stanie dać nawet **[informacje chronione]**%. **[informacje chronione]** posiada w ofercie DAHUA, kto sprzedaje? Nie wiemy?”. W reakcji na powyższe pan Artur Prusinowski (Dahua) zwrócił się do pana **[informacje chronione]** (Dahua) i pana **[informacje chronione]** (Dahua) odpowiedzialnych za współpracę z dystrybutorami wymienionymi w skardze, z prośbą o weryfikację przekazanych informacji. W odpowiedzi pan **[informacje chronione]** (Dahua) wskazał „1.To ja odnośnie Delty poproszę o FV lub chociaż print screen ze strony Delty z takim rabatem. 2. Alpol i **[informacje chronione]** to nie **[informacje chronione]**% poczułem się urażony bo moi klienci też stanowią spory kawałek tego rynku a trzymają się zasad”.

Dowód: wiadomość z 14 czerwca 2017 r. (11:26); Nadawca: Artur Prusinowski (Dahua); Adresat: **[informacje chronione]** (Dahua), **[informacje chronione]** (Dahua); Temat: RE: Problemy, k. 837.

- (173) Sytuacja powtórzyła się, gdy Techglobal informował Dahua o działaniach promocyjnych dystrybutora **[informacje chronione]**, przekazując zrzuty ekranu z ofertami produktów Dahua na stronie internetowej **[informacje chronione]**. W korespondencji skierowanej do swojego opiekuna handlowego pana **[informacje chronione]** (Dahua) dystrybutor wskazywał: „*W **[informacje chronione]** instalatorzy mogą już kupić produkty promocyjne (Listopad) taniej o **[informacje chronione]**% niż oficjalnie u autoryzowanych partnerów DAHUA ...*”. Wiadomość została przekazana dalej do pana **[informacje chronione]** (Dahua) opiekuna handlowego **[informacje chronione]** oraz do wiadomości pana Artura Prusinowskiego (Dahua) z prośbą o dokonanie weryfikacji.

Dowód: wiadomość e-mail z 17 listopada 2020 r. (13:57); Nadawca: **[informacje chronione]** (Dahua); Adresat: **[informacje chronione]** (Dahua); Kopia: Artur Prusinowski (Dahua); Temat: FW: Promocja DAHUA w **[informacje chronione]**, k. 837.

- (174) Techglobal poinformował swojego opiekuna handlowego pana **[informacje chronione]** (Dahua) o nieprzestrzeganiu ustaleń cenowych przez E-commerce „*Panowie z niniejszej firmy oferują instalatorom kamerę z grupy D: IPC-HDW2231T-AS-0280b-S2 z rabatem -*

[informacje chronione]%. (...)” i w załączeniu przekazał skan faktury wystawionej przez dystrybutora E-commerce. Pan [informacje chronione] (Dahua) przekazał powyższą wiadomość do opiekuna handlowego E-commerce pana [informacje chronione] (Dahua) z informacją „Klient już to zrealizował w E-commerce, przecież po ilościach oraz produktach można to sprawdzić. Dlatego więc niech Mateusz [pan Mateusz Kurowski z E-commerce – UOKiK] nie przeciąga sprawy tylko zrobi porządek bo takiego rabatu nie może być na rynku. Czekam na info od Ciebie”, a w następnej wiadomości dodał „sprzedaż E-commercea była we Wrocławiu”. W odpowiedzi pan [informacje chronione] (Dahua) wyjaśnił: „Cześć, Kurowski [pan Mateusz Kurowski – UOKiK] już rozmawiał z Oddziałem Wrocław – to była tylko oferta i błąd pracownika. Oferta dla [informacje chronione]. Sprzedaży nie było, ponieważ ta cena była poniżej zakupu. Nie mam podstaw, żeby nie wierzyć Kurowskiemu”.

Dowód: wiadomość z 1 marca 2021 r. (13:04); Nadawca: [informacje chronione] (Dahua);
Adresat: [informacje chronione] (Dahua); Kopia: Artur Prusinowski (Dahua);
Temat: RE: Hurton/E-commerce - super rabat, k. 837.

- (175) Skargi zgłaszane przez Alkam były przez Dahua również weryfikowane. Mianowicie przedstawiciel Alkam w wiadomości e-mail skierowanej do swojego opiekuna handlowego pana [informacje chronione] (Dahua) przesłał zrzuty ekranu 5 ofert na portalu Allegro z produktami Dahua. Jednocześnie w treści wiadomości e-mail porównał wysokość cen oferowanych na Allegro z cenami wynikającymi z cennika detalicznego Dahua wskazując, że zastosowane rabaty w ofertach na Allegro wynosiły od [informacje chronione] do [informacje chronione]%. Jednym z podmiotów, który wystawiał ofertę na Allegro był dystrybutor Dahua E-commerce, w związku z tym przedstawiciel Alkam zadał pytanie „W związku z rozpasaniem cenowym w internecie i wejściem samego E-commercea, czy jest wasza zgoda na wolną amerykankę?”. Wspomniana wiadomość została następnie przesłana przez pana [informacje chronione] (Dahua) do pozostałych opiekunów handlowych oraz do wiadomości pana Artura Prusinowskiego (Dahua) z pytaniem „Proszę o weryfikację, czy robimy coś z tymi aukcjami?”.

Dowód: wiadomość e-mail z 11 marca 2021 r. (09:46); Nadawca: [informacje chronione] (Dahua); Adresat: [informacje chronione] (Dahua), [informacje chronione] (Dahua), [informacje chronione] (Dahua), [informacje chronione] (Dahua);
Kopia: Artur Prusinowski (Dahua); Temat: FW: Dahua na allegro, k. 837.

- (176) Przedstawiciele Dahua poza weryfikacją skarg otrzymanych od dystrybutorów, podejmowali również działania dyscyplinujące wobec podmiotów nieprzestrzegających ustaleń. Jednym z takich działań było zwracanie się do dystrybutorów o usunięcie ofert na Allegro. Wskazuje na to korespondencja e-mail, w której dystrybutor Delta-Opti poinformował swojego opiekuna handlowego pana [informacje chronione] (Dahua) o ofercie na rejestrator Dahua

wystawionej przez E-commerce na platformie Allegro. Tego samego dnia pan [informacje chronione] (Dahua) odpowiedział „zaraz to będzie załatwione”, a kilka dni później poinformował zgłaszającego skargę dystrybutora, że „Aukcja E-commerce już usunięta”.

Dowód: wiadomość z 23 stycznia 2018 r. (17:36); Nadawca: [informacje chronione] (Dahua); Adresat: biuro@delta.poznan.pl; Temat: RE: weryfikacja, k. 837.

(177) Powyższe potwierdza również wiadomość e-mail pana Artura Prusinowskiego (Dahua) skierowana do dystrybutora Alkam o treści „Proszę o informację, kiedy wygasi Pan promocje na allegro. Tak jak pisałem jesteśmy na <Nie> dla takiej formy sprzedaży”.

Dowód: wiadomość e-mail z 8 czerwca 2020 r. (11:12); Nadawca: Artur Prusinowski (Dahua); Adresat: Dariusz Kondraciuk (Alkam); Kopia: [informacje chronione] (Dahua); Temat: RE: re sprzedaż na allegro, k. 837.

(178) Ponadto Dahua w ramach dyscyplinowania dystrybutorów za nieprzestrzeganie polityki cenowej, przewidywała możliwość ich „blokowania”, co oznaczało wstrzymanie dostaw produktów Dahua do dystrybutora. Dahua miała zamiar podjęcia takich działań względem dystrybutora Delta-Opti, który oferował nowe produkty Dahua w zbyt niskich cenach. W korespondencji wewnętrznej pracowników Dahua pan Artur Prusinowski (Dahua) polecił opiekunowi handlowemu Delta-Opti panu [informacje chronione] (Dahua) „Dzwoń do Arka [informacje chronione] z Delta-Opti – UOKiK] I wyjaśnij. Zgodziłem się na pewne odstęstwa jeżeli kupili coś z Chin i im zalega. Jak nie to będziemy ich blokować”.

Dowód:

- wiadomość z 13 marca 2017 r. (13:50); Nadawca: Artur Prusinowski (Dahua); Adresat: [informacje chronione] (Dahua); Temat: RE: FW: Rabaty DAHUA, k. 837;
- pismo Dahua z 25 lipca 2022 r., k. 4308.

(179) Jak wynika z korespondencji pracowników Dahua, dystrybutorzy niestosujący się do ustalonej polityki cenowej byli również dyscyplinowani na spotkaniach z przedstawicielami Dahua. Na okoliczność tę wskazuje wiadomość, w której pan [informacje chronione] (Dahua) opiekun handlowy dystrybutora [informacje chronione] przekazał do pana Artura Prusinowskiego (Dahua) i pana Andrzeja Jarzyny (Dahua) informacje na temat tego dystrybutora „(...) sytuacja jest zła. Dostajemy sygnały, że nie trzymają się polityki cenowej z innymi partnerami. (...) Mam nadzieję, że spotkanie zmieni to co jest niepokojące, a nasza współpraca będzie owocna i z korzyścią dla każdej strony”.

Dowód: wiadomość e-mail z 21 września 2017 r. (22:13); Nadawca: [informacje chronione] (Dahua); Adresat: Artur Prusinowski (Dahua); Kopia: Andrzej Jarzyna (Dahua); Temat: [informacje chronione], k. 837.

- (180) Podobny wniosek wynika z konwersacji na komunikatorze Gadu-Gadu z dnia 16 listopada 2020 r. Mianowicie pracownik E-commerce relacjonując panu Mateuszowi Kurowskiemu (E-commerce) przebieg spotkania w dniu 13 listopada 2020 r. z panem [informacje chronione] (Dahua) wskazał tematy podejmowanych rozmów „*interwencja DAHUA IMOU w przypadku zaniżania cen przez inne podmioty/ dystrybutorów*”, a także dodał, że pan [informacje chronione] (Dahua) „*da do zrozumienia Alkamowi że mają nie schodzić niżej z cenami*”.

Dowód: wiadomość z 16 listopada 2020 r. (9:39) pochodząca z komunikatora Gadu-Gadu [informacje chronione], k. 45.

- (181) Zdarzało się również, że dystrybutorzy Dahua między sobą zgłaszali przypadki niestosowania się przez innych dystrybutorów do polityki cenowej Dahua. Świadczy o tym wiadomość e-mail wysłana przez przedstawiciela [informacje chronione] po zorganizowanym przez Dahua wyjeździe integracyjnym dystrybutorów do następujących dystrybutorów: [informacje chronione], Alpol, Techglobal Marcin Gradzewicz i Techglobal Michał Gałęzowski, [informacje chronione], [informacje chronione] i [informacje chronione], w której skomentował zakończenie promocji Alkam na produkty Dahua „*Dziś dostałem maila (widoczny poniżej) o zakończeniu promocji - prawdopodobnie ktoś wymógł na tej firmie wycofanie się z tej akcji. (...) Uważam, że tylko wspólne działanie może spowodować jakiegokolwiek efekt. Wymiana informacji na czas może pomóc nam działać w taki sposób, żeby mniej więcej utrzymać ład. Wspólne raportowanie takich kwiatków do chłopaków z D. [Dahua – UOKiK] również postawi nas na silniejszej pozycji negocjacyjnej. Docierają do mnie informacje z rynku, które pozwalają mi domniemywać, że jesteśmy ostatnim jeleniem, który próbuje trzymać się zasad*”. Na powyższą wiadomość odpowiedział przedstawiciel [informacje chronione], dołączając do korespondencji [informacje chronione] „*(...) Alkam sprytnie ominął promocję. Pytanie: czy miał na to zgodę z Dahua jak koledzy z Dahua podejść do tematu? Osobiście jestem za eliminowaniem z dystrybucji firm, które nie potrafią się dostosować...*”. Przedstawiciel [informacje chronione] wskazał natomiast „*Grupa obrońców <świętego Grala> :) Alkam nie tylko promuje w necie, ale także ofertuje klientom większe rabaty niż [informacje chronione]% - wystarczy zadzwonić, porozmawiać o <większym temacie – kilka kamer + rejestrator – nawet nie muszą być dwa tylko jeden> :) Przy okazji trzeba także porozmawiać z Dahua aby coś zrobiła z [informacje chronione] – ofertują klienta [informacje chronione] % na Dahua. (...) Podobno miało się to zmienić po wizycie Artura [pana Artura Prusinowskiego – UOKiK] z Dahua w [informacje chronione] ale jak widać nic się nie zmieniło :(Cały czas to samo...*”. Przedmiotowa korespondencja została przekazana do przedstawicieli Dahua – pana Artura Prusinowskiego i pana Andrzeja Jarzyny.

Dowód: wiadomość e-mail z 17 marca 2017 r. (06:21); Nadawca: Artur Prusinowski (Dahua); Adresat: Andrzej Jarzyna (Dahua); Temat: PD: FW: Re[2]: problemy, problemiki :), k. 837.

6.2. Skargi na redystrybutorów

(182) Dystrybutorzy zgłaszali również Dahua przypadki nieprzestrzegania ustalonej polityki cenowej przez redystrybutorów nabywających produktu Dahua od dystrybutorów w celu ich dalszej odsprzedaży. Przykładowo w wiadomości e-mail z 5 grudnia 2016 r. przedstawiciel [informacje chronione] przekazał do swojego opiekuna handlowego pana [informacje chronione] (Dahua) oraz pana Artura Prusinowskiego (Dahua) link do sklepu internetowego [informacje chronione], na której oferowane były produkty Dahua z komentarzem „*ten sklep wystawia wszystko na [informacje chronione]% od detalu bez logowania*”. Pan Artur Prusinowski (Dahua) przekazał powyższą wiadomość do pana Andrzeja Jarzyny (Dahua) z informacją „*kolejna firma, która zaniża ceny*”.

Dowód: pismo Dahua z 24 maja 2022 r., zał. 26 – wiadomość e-mail z 5 grudnia 2016 r. (09:36); Nadawca: Artur Prusinowski (Dahua); Adresat: Andrzej Jarzyna (Dahua); Temat: FW: [informacje chronione], k. 3947.

(183) Natomiast dystrybutor [informacje chronione] przesłał do pana Artura Prusinowskiego (Dahua) skargę, jaką otrzymał od swojego klienta dotyczącą cen oferowanych na produkty Dahua przez redystrybutora prowadzącego sprzedaż w sklepie internetowym pod adresem [informacje chronione], o treści „*Jak można tak psuć rynek? Przecież to wbijanie sobie noża w plecy. Dahua ma jakiś pomysł/plany na ludzi zabijających ceny w necie?*”. [informacje chronione] przekazując powyższą wiadomość dodał „*Klient ma dużo racji. I wy to wszystko przecież wiecie, bo gadałem o tym za każdym razem, aż do znudzenia. Oczekuję zdecydowanych działań*”.

Dowód: wiadomość e-mail z 18 maja 2017 r. (20:16); Nadawca: Artur Prusinowski (Dahua); Adresat: [informacje chronione]; Kopia: [informacje chronione] (Dahua), Andrzej Jarzyna (Dahua), [informacje chronione]; Temat: Re: Re: Dahua, k. 837.

(184) Dystrybutor Techglobal przekazał w wiadomości e-mail skierowanej do Dahua 2 linki do oferowanych przez redystrybutorów produktów marki Dahua na portalu Allegro z informacją „*kamery projektowe [kamery z grupy „P” – UOKiK] na Allegro z rabatem powyżej [informacje chronione]%*”. Powyższa wiadomość została przekazana przez pana Artura Prusinowskiego (Dahua) do opiekunów handlowych dystrybutorów z komentarzem: „*Proszę o zakupy; [informacje chronione] – kiedyś Delta, [informacje chronione] – [informacje chronione] lub [informacje chronione]?*”. Prośba o zakup miała na celu umożliwienie Dahua

ustalenia po numerze seryjnym oferowanych produktów, który z dystrybutorów Dahua dokonał sprzedaży do danego redystrybutora [temat tzw. zakupu kontrolowanego został rozwinięty w akapicie (207) i następujących decyzji].

Dowód: wiadomość e-mail z 21 grudnia 2017 r. (13:59); Nadawca: Artur Prusinowski (Dahua); Adresat: [informacje chronione] (Dahua), [informacje chronione] (Dahua), [informacje chronione] (Dahua), [informacje chronione] (Dahua); Temat: FW: Kamery projektowe na Allegro, k. 837.

- (185) Również dystrybutor E-commerce przekazywał Dahua informacje o zaniżonych cenach produktów marki Dahua na portalu Allegro. Mianowicie pan Mateusz Kurowski (E-Commerce) w wiadomości e-mail z 4 kwietnia 2018 r. skierowanej do pana Artura Prusinowskiego (Dahua) oraz swojego opiekuna handlowego pana [informacje chronione] (Dahua) przekazał linki do 6 aukcji na portalu Allegro. W kolejnej wiadomości skierowanej do tych samych adresatów, przekazał kolejne linki do dwóch aukcji z produktami Dahua, z informacją: „nowość, kamera za [informacje chronione] zł netto (cena MSRP 230zł) za pierwszą sztukę, drugą klient może nabyć z rabatem [informacje chronione]% za [informacje chronione] zł rejestrator za [informacje chronione] zł netto (cena MSRP 535zł) za pierwszą sztukę a drugą klient może nabyć z rabatem [informacje chronione]% za [informacje chronione] zł”. Powyższą wiadomość pan [informacje chronione] (Dahua) przekazał do pana Artura Prusinowskiego (Dahua) wskazując, że jest to już kolejne zgłoszenie dotyczące tego konkretnego sprzedawcy na Allegro oraz, że żaden z dystrybutorów Dahua nie przyznaje się do dostarczania mu produktów Dahua „Ten sam koleś. I nikt się nie przyznaje. Jakaś porażka kompletna”.

Dowód: wiadomość e-mail z 9 kwietnia 2018 r. (14:20); Nadawca: [informacje chronione] (Dahua); Adresat: Artur Prusinowski (Dahua); Temat: FW: Allegro, k. 837.

- (186) Wiadomością e-mail z 13 września 2019 r. Alpol przekazał Dahua informację od swojego kontrahenta o treści: „Właśnie dostałem od klienta ([informacje chronione]), którego urabiamy od miesiąca, żeby kupił rejestratory, maila ze on ma takie ceny na allegro. Można to przesłać jakoś do chłopaków z Dahua, żeby zrobili z nim porządek? Na ceneo wszystkie sklepy się ładnie zachowują (...)”. W wiadomości przedstawiciel Alpol zapytał Dahua: „W ubiegłym tygodniu podsyłałem Ci info w temacie cen kamer sprzedawanych na allegro przez badylarzy (1000 szt na [informacje chronione]% rabatu), a teraz mam zgłoszenie dotyczące rejka [rejestratora – UOKiK] od [informacje chronione]. Czy Dahua, próbuje coś z tym robić, czy mamy sobie darować takie zgłoszenia? :)”.

Dowód: wiadomość e-mail z 13 września 2019 r. (10:47); Nadawca: [informacje chronione] (Alpol); Adresat: [informacje chronione] (Dahua); Temat: Fwd: gość psuje rynek, k. 837.

- (187) Skargi do Dahua na redystrybutorów przekazywał również dystrybutor [informacje chronione]. Mianowicie w wiadomości e-mail z 16 września 2019 r. dystrybutor ten przekazał do Dahua informację, którą otrzymał od współpracującego z nim instalatora [informacje chronione]: „*Cześć Kamilu [informacje chronione]; pracownik [informacje chronione] – UOKiK] przez to ogłoszenie na allegro, klient podniósł mi ciśnienie i co mam zrobić? Jeszcze trochę to wszystko spali na panewce 699,99, brutto za kamerę to 569,09 netto, za taką cenę robić nie będę*”. Przedstawiciel [informacje chronione] dodał „*pozwoliłem sobie przesłać link od instalatora, gdyż jest bardzo zaniepokojony pojawieniem się kamer na około [informacje chronione]% na allegro*”. W odpowiedzi pan [informacje chronione] (Dahua) odpisał „*Kamil, Nie oczekuj ode mnie komentarza. Zapytajcie klienta detalicznego, jakie dostanie wsparcie, jeśli coś nie zadziała.*”

Dowód: wiadomość e-mail z 16 września 2019 r. (9:47); Nadawca: [informacje chronione]; Adresat: [informacje chronione]; Temat: FW: allegro, k. 3137.

- (188) W wiadomości e-mail z dnia 19 września 2019 r. dystrybutor [informacje chronione] przekazał do Dahua informację, którą otrzymał od współpracującego z nim integratora systemów „*Powinieneś to wysłać do Dahua i zapytać o co chodzi? Ktoś daje ponad [informacje chronione]% upustu od cennika dystrybucyjnego klientowi końcowemu jakim jest [informacje chronione]. (...) Czyli reasumując klient końcowy jakim jest [informacje chronione] (która jak się orientuję nie kupiła jeszcze ani jednej sztuki Dahua) dostaje od Pana x z Radomia lepszą cenę niż ja który kupił kilka tysięcy kamer i około 100 rejestratorów. To Jest Kpina w biały dzień*”. Powyższą wiadomość pan Artur Prusinowski (Dahua) przekazał do pracowników z pytaniem “*Co to za syf? Skąd oni mają takie informacje?*”.

Dowód: wiadomość e-mail z 20 września 2019 r. (12:13); Nadawca: Artur Prusinowski; Adresat: [informacje chronione] (Dahua), [informacje chronione] (Dahua); Temat: RE: Zapytanie o cenę dostawa do [informacje chronione], k. 837.

- (189) Również [informacje chronione] przekazał do Dahua link do oferty redystrybutora [informacje chronione]. W związku z tą wiadomością pan Artur Prusinowski (Dahua) poprosił o wyjaśnienia pana [informacje chronione] (Dahua) opiekuna handlowego [informacje chronione], który sprzedawał produkty Dahua do [informacje chronione]. W odpowiedzi pan [informacje chronione] (Dahua) wyjaśnił „*[informacje chronione] ma ich w portfolio ale mają ustawiony rabat [informacje chronione]% od MSRP. Wiec patrząc na to z jakim rabatem napier*** [słowo niecenzuralne wykropkowane – UOKiK] to musieliby*

dokładać do interesu kupując w [informacje chronione]. Jutro będę w [informacje chronione] osobiście to przejrzę ich faktury do [informacje chronione]. Patrząc dalej czyli cena 315 zł to rabat powyżej [informacje chronione]% dla końcowego a [informacje chronione] też musiałby zarobić czyli pewnie mają z [informacje chronione]%. [informacje chronione] jest partnerem Basic więc rabat na zakup ma niski. Dlatego to nie możliwe by była to sprawa [informacje chronione]. Oczywiście jak wspomniałem sprawdzę jutro w ich systemie i prześwietlę innych czy nie dostarczają do [informacje chronione]”.

Dowód: wiadomość e-mail z 25 września 2019 r. (11:01); Nadawca: [informacje chronione] (Dahua), Adresat: Artur Prusinowski (Dahua), [informacje chronione] (Dahua); Temat: RE: ciekawe co ??, k. 837.

- (190) W dniu 12 listopada 2019 r. pan Michał Gałęzowski (Techglobal) przekazał do swojego opiekuna handlowego pana [informacje chronione] (Dahua) oraz do wiadomości pana Artura Prusinowskiego (Dahua) link do sklepu internetowego [informacje chronione] z informacją „Mam kolejne zgłoszenie od naszego bardzo dobrego klienta odnośnie zaniżania cen przez firmę [informacje chronione]. (...) Proszę o interwencję i dajcie mi znać”.

Dowód: wiadomość e-mail z 12 listopada 2019 r., (09:18); Nadawca: Artur Prusinowski (Dahua); Adresat: [informacje chronione] (Dahua), [informacje chronione] (Dahua), [informacje chronione] (Dahua), [informacje chronione] (Dahua); Temat: FW: ZANIŻONE CENY DAHUA W FIEMIE [informacje chronione], k. 837.

- (191) Tego samego dnia w wiadomości e-mail skierowanej do swojego opiekuna handlowego pana [informacje chronione] (Dahua), przedstawiciel Alpol przekazał link do oferty na Allegro z informacją „Mój klient skarży się, że sprzedawcy Dahua psują rynek instalatorom. (...) Niby rabat poniżej [informacje chronione]% ale tu mówimy o sprzedaży do detalistów. Jak taki instalator, który zabiega o klienta, jeździ na spotkania, proponuje odpowiedni sprzęt, ma w takich warunkach zarobić, skoro inni, którzy mają to w d...e sprzedając ten sprzęt w tak niskich cenach. Od dłuższego czasu widać zły kierunek w handlu. (...) Uporządkujmy handel”.

Dowód: wiadomość e-mail z 12 listopada 2019 r. (15:53); Nadawca: [informacje chronione] (Alpol); Adresat: [informacje chronione] (Dahua); Kopia: [informacje chronione] (Alpol), Paweł Zemła (Alpol); Temat: Sprzedaż na Allegro, k. 837.

- (192) W listopadzie 2019 r. również pan Michał Gałęzowski (Techglobal) poinformował Dahua o sprzedaży produktów Dahua na platformie Allegro w cenach z rabatami [informacje chronione]% i [informacje chronione]% przez redystrybutora [informacje chronione], z pytaniem „Daj mi pilnie znać czy coś jesteście w stanie z tym zrobić?”. Kilka dni później pan Michał Gałęzowski (Techglobal) poinformował Dahua, że zdobył nr seryjny kamery

obrotowej wystawionej przez tego redystrybutora na portalu Allegro i podał jej numer. Jednocześnie zaznaczył, że *„Ze względu na to że poniosłem spory koszty aby uzyskać te dane proszę o wyciągnięcie konsekwencji wobec dystrybutora, który to sprzedaje w takich cenach”*. W reakcji na powyższe pan Artur Prusinowski (Dahua) przekazał do wszystkich opiekunów handlowych dystrybutorów Dahua wiadomość *„Fyi. Trzeba to ujeb**! [słowo niecenzuralne wykropkowane – UOKiK]”*.

Dowód: wiadomość e-mail z 15 listopada 2019 r. (12:44); Nadawca: Artur Prusinowski (Dahua); Adresat: [informacje chronione] (Dahua), [informacje chronione] (Dahua), Łukasz Gryglas (Dahua), [informacje chronione] (Dahua), [informacje chronione] (Dahua); Temat: RE: Numery seryjne: DAHUA na allegro z rabatem - [informacje chronione]%, k. 837.

- (193) Wiadomością e-mail z 30 listopada 2019 r. firma [informacje chronione] przekazała do dystrybutora Dahua – spółki [informacje chronione] oraz jej opiekuna handlowego pana [informacje chronione] (Dahua) link do Allegro z produktem marki Dahua, oferowanym przez sklep Zabezpieczenia Poznań, wskazując jednocześnie, że *„Zabezpieczenia znów sprzedają ze sporym rabatem. Da się z tym coś zrobić?”*.

Dowód: wiadomość e-mail z 30 listopada 2019 r. (17:12); Nadawca: [informacje chronione]; Adresat: [informacje chronione]; Kopia: [informacje chronione] (Dahua); Temat: Dumping cenowy, k. 837.

- (194) Przedstawiciel Alkam wystąpił ze skargą do Dahua na wysokość rabatów stosowanych na produkty Dahua oferowane na portalu Allegro, przesyłając linki do 5 ofert, z komentarzem *„Jeden z moich ulubionych modeli (detal 1153 zł netto) oferowany przez 5 sprzedawców z rabatem [informacje chronione]%, proszę o interwencję. Tylko jedna z naszych spółek sprzedała ich ok. 300 szt w 2020 roku”*. W odpowiedzi pan [informacje chronione] (Dahua) wskazał *„Daj mi godzinkę i zabieram się za to”*.

Dowód: wiadomość e-mail z 7 stycznia 2021 (14:49); Nadawca: [informacje chronione] (Dahua); Dariusz Kondraciuk (Alkam); Adresat: [informacje chronione] (Alkam); Kopia: Dariusz Kondraciuk (Alkam); Temat: Re: IPC-HFW2431T-ZS-27135-S2 - allegro - rabat [informacje chronione]%, k. 837.

- (195) W dniu 9 stycznia 2020 r. przedstawiciel [informacje chronione] przekazał do swojego opiekuna handlowego pana [informacje chronione] (Dahua) wiadomość e-mail pracownika [informacje chronione] z 5 linkami do oferowanych na portalu Allegro produktów Dahua o treści *„Nie od dziś wiadomo, że inwestorzy wrzucają element w Google czy allegro, żeby zobaczyć orientacyjnie cenę czy instalator go zbyt dużo nie tnie. Sprzedałem PTZ, a instalator ma teraz problem z wystawieniem faktury inwestorowi ze względu na cenę bo na allegro*

wyskoczyło to: Jak widzimy [informacje chronione] ma się nadal całkiem dobrze (...) ale są i inni specjaliści od Dahuy (...). W takich przypadkach coraz ciężiej instalatorom się sprzedaje Dahuę. Czy naprawdę niema narzędzi na posprzątanie tego, Ja wiem że każdy chce sprzedać ale nie ze szkodą dla wszystkich. Dla przypomnienia wartość kamery cennikowo to 4178,31 zł brutto, a więc swobodnie na allegro krąży już rabat [informacje chronione]%%”.

Dowód: wiadomość e-mail z 9 stycznia 2020 r. (13:43); Nadawca: [informacje chronione]; Adresat: [informacje chronione]; Kopia: [informacje chronione]; Temat: Re: interwencja na allegro, k. 837.

(196) Dystrybutor [informacje chronione] przekazał do Dahua linki do Allegro z informacją o zaniżaniu cen na produkty marki Dahua: „Klient przesłał mi linka z allegro z zabójczymi cenami kamer, które od Nas również kupuje. Proszę o interwencję”. W odpowiedzi na zgłoszenie opiekun handlowy [informacje chronione] pan [informacje chronione] (Dahua) odpowiedział „Już sprawdzam”.

Dowód: wiadomość z 22 marca 2021 r. (12:03); Nadawca: [informacje chronione] (Dahua); Adresat: [informacje chronione]; Kopia: [informacje chronione]; Temat: RE: link, k. 837.

(197) Przedstawiciel Techglobal przekazał do swojego opiekuna handlowego pana [informacje chronione] (Dahua) wiadomość e-mail zatytułowaną „zaniżone ceny na Allegro”, a w jej treści zawarł link do oferty na portalu Allegro z kamerą Dahua. Podobna sytuacja miała miejsce kilkanaście dni później, Techglobal ponownie przekazał panu [informacje chronione] (Dahua) wiadomość e-mail z 3 linkami do stron internetowych, na których oferowana była sprzedaż rejestratora IP Dahua z pytaniem „Czy możecie zadziałać z zaniżonymi cenami w necie NVR5216-4ks2”.

Dowód:

- wiadomość e-mail z 27 lipca 2021 r. (12:03); Nadawca: [informacje chronione] (Techglobal); Adresat: [informacje chronione] (Dahua); Temat: zaniżone ceny na allegro, k. 837;
- wiadomość e-mail z 10 sierpnia 2021 r. (14:54); Nadawca: [informacje chronione] (Techglobal); Adresat: [informacje chronione] (Dahua); Kopia: [informacje chronione] (Dahua); Temat: zaniżone ceny w necie NVR5216-4ks2, k. 837.

(198) Informacje o zaniżaniu cen przez dystrybutorów Dahua docierały do importera również od podmiotów innych niż autoryzowani dystrybutorzy Dahua. Przykładowo pan [informacje chronione] prowadzący sklep internetowy pod adresem [informacje chronione] przekazał importerowi wiadomość e-mail następującej treści: „Czy Dahua pilnuje jakkolwiek cen w sieci? bo takie zapewnienia słyszałem jakiś czas temu na spotkaniu w Gdańsku, to co widzę od

jakiegoś czasu na pewno nie zwiększa Wam sprzedaży - a nam psuje biznes... Jest promocja na kamerę DH-IPC-HFW8232EP-ZH - cennikowo 1880zł netto, kamera z rodziny "projektowej" - nie dość że powinien być to produkt niedostępny online, to w regularnej cenie sprzedaży dla instalatora ta kamera jest droższa niż obecnie można kupić ją na Allegro, bo rabat na grupę P z cennika jest w teorii niższy niż na produkty "dystrybucyjne". Za przykład niech posłuży sprzedawca "[informacje chronione]" z Allegro, <http://allegro.pl/kamera-ip-dh-ipc-hfw8232ep-zh-1080p-4-1-16-4m-i7057791734.html> sprzedaje kamerę która powinna kosztować 2312zł brutto za cenę 1541,39 brutto z wysyłką za 0zł... Ma też w ofercie chyba całą gamę produktów Dahua i HikVision w cenie grubo poniżej cennika... Rozumiem, że teraz taki jest model dystrybucji? i wszyscy mają wziąć cenę zakupu +5% i wystawiać stragan na Allegro?"

Dowód: wiadomość e-mail z 28 grudnia 2017 r. (09:41); Nadawca: wsparcie.pl@global.dahuatech.com (Dahua); Adresat: [informacje chronione] (Dahua); Temat: FW: Ceny produktów promocyjnych w sieci, k. 837.

- (199) Również firma [informacje chronione] informowała Dahua o cenach jej produktów na rynku. W wiadomości e-mail z 1 lipca 2020 r. [informacje chronione] przekazał Dahua link do oferty na Allegro z kamerą Dahua z informacją: „Chciałem klientowi sprzedać 34 kamery zastrzeżił mnie cenę z Allegro. Wnoszę do pana o ukrócenie procedury zniżania cen kamer”. Wiadomość ta została przekazana następnie wewnątrz Dahua do pana [informacje chronione] (Dahua) ze wskazaniem „Jakaś firma z Poznania zaniża ceny. Będę Ci bardzo wdzięczny za sprawdzenie”.

Dowód: wiadomość e-mail z 2 lipca 2020 r. (10:06); Nadawca: [informacje chronione] (Dahua); Adresat: [informacje chronione] (Dahua); Kopia: Artur Prusinowski (Dahua); Temat: FW: Niekonkurencyjne obniżanie cen, k. 837.

- (200) Po raz kolejny przedstawiciel [informacje chronione] w wiadomości e-mail z 18 września 2020 r. przekazał do pana [informacje chronione] (Dahua) link do strony internetowej redystrybutora [informacje chronione] zawierającej ofertę sprzedaży kamery marki Dahua z informacją: „Proszę zadziałać co to ma być?”.

Dowód: wiadomość e-mail z 18 września 2020 r. (10:32); Nadawca: [informacje chronione]; Adresat: [informacje chronione] (Dahua); Temat: Dumping cen, k. 837.

- (201) W konsekwencji otrzymywanych od dystrybutorów skarg, jeden z opiekunów handlowych pan [informacje chronione] (Dahua) przygotował listę redystrybutorów, którzy przy sprzedaży produktów marki Dahua we własnych sklepach internetowych lub na portalu Allegro nie stosowali się do ustalonej polityki cenowej, zniżając ceny na produkty Dahua. Lista ta została przez pracowników Dahua nazwana „listą [informacje chronione]”. W dniu

27 stycznia 2020 r. „lista [informacje chronione]” została przez pana [informacje chronione] (Dahua) przesłana do pana Artura Prusinowskiego (Dahua) oraz pozostałych opiekunów handlowych z prośbą o jej uzupełnienie o własne propozycje. Jednocześnie pan [informacje chronione] (Dahua) wskazał, że lista zostanie następnie dostarczona dystrybutorom Dahua. Na „liście [informacje chronione]” znalazły się ostatecznie nazwy 35 redystrybutorów. Przy każdym redystrybutorze wskazany został jego adres siedziby oraz numer NIP, a także adresy sklepów internetowych, w których prowadzi sprzedaż oraz informacja o tym, czy prowadzi sprzedaż na Allegro. Ostateczną listę podmiotów obrazuje poniższa tabela.

	Nazwy redystrybutorów	Kanały sprzedaży
1.	[informacje chronione]	[informacje chronione]
2.	[informacje chronione]	[informacje chronione]
3.	[informacje chronione]	[informacje chronione]
4.	[informacje chronione]	[informacje chronione]
5.	[informacje chronione]	[informacje chronione]
6.	[informacje chronione]	[informacje chronione]
7.	[informacje chronione]	[informacje chronione]
8.	[informacje chronione]	[informacje chronione]
9.	[informacje chronione]	[informacje chronione]
10.	[informacje chronione]	[informacje chronione]
11.	[informacje chronione]	[informacje chronione]
12.	[informacje chronione]	[informacje chronione]
13.	[informacje chronione]	[informacje chronione]
14.	[informacje chronione]	[informacje chronione]
15.	[informacje chronione]	[informacje chronione]
16.	[informacje chronione]	[informacje chronione]
17.	[informacje chronione]	[informacje chronione]
18.	[informacje chronione]	[informacje chronione]
19.	[informacje chronione]	[informacje chronione]
20.	[informacje chronione]	[informacje chronione]
21.	[informacje chronione]	[informacje chronione]
22.	[informacje chronione]	[informacje chronione]
23.	[informacje chronione]	[informacje chronione]
24.	[informacje chronione]	[informacje chronione]
25.	[informacje chronione]	[informacje chronione]
26.	[informacje chronione]	-
27.	[informacje chronione]	[informacje chronione]
28.	[informacje chronione]	[informacje chronione]
29.	[informacje chronione]	[informacje chronione]
30.	[informacje chronione]	[informacje chronione]
31.	[informacje chronione]	[informacje chronione]
32.	[informacje chronione]	[informacje chronione]
33.	[informacje chronione]	[informacje chronione]

34.	[informacje chronione]	[informacje chronione]
35.	[informacje chronione]	[informacje chronione]

- Dowód:**
- wiadomość e-mail z 27 stycznia 2020 r. (21:09); Nadawca: [informacje chronione] (Dahua); Adresat: Artur Prusinowski (Dahua), [informacje chronione] (Dahua), [informacje chronione] (Dahua), [informacje chronione] (Dahua), [informacje chronione] (Dahua); Temat: RE: po spotkaniu, wraz z załącznikiem, k. 837;
 - wiadomość e-mail z 27 stycznia 2020 r. (22:59); Nadawca: [informacje chronione] (Dahua); Adresat: [informacje chronione] (Dahua), Artur Prusinowski (Dahua), [informacje chronione] (Dahua), [informacje chronione] (Dahua), [informacje chronione] (Dahua); Temat: RE: po spotkaniu, wraz z załącznikiem, k. 837.

(202) W reakcji na przekazywane skargi, Dahua zwracała się do swoich dystrybutorów z pytaniem o to kto sprzedaje produkty do danego redystrybutora, aby w następnej kolejności zwrócić się do właściwego dystrybutora o podjęcie interwencji u nieprzestrzegającego ustaleń redystrybutora. Powyższe wynikało z braku możliwości użycia przez Dahua środków dyscyplinujących względem redystrybutorów i z uznania, że to dystrybutorzy są odpowiedzialni za działania swoich redystrybutorów, na co wskazywali przedstawiciele Dahua w wewnętrznej korespondencji [akapit (147) decyzji].

(203) Na okoliczność, że Dahua ustalała kto dostarcza produkty Dahua redystrybutorom, zaniżającym ceny wskazuje wiadomość e-mail z 13 marca 2017 r., w której pan [informacje chronione] (Dahua) zwrócił się w wiadomości e-mail do pana Artura Prusinowskiego (Dahua) z prośbą „*Artur jak możesz puść maila do wszystkich partnerów by ogarnęli kolesia. Firma [informacje chronione] zaniża ceny detaliczne na Allegro i swojej stronie*”, jednocześnie przesyłając link do oferty tego użytkownika w portalu internetowym Allegro. Tego samego dnia pan Artur Prusinowski (Dahua) rozesłał e-maila do opiekunów handlowych dystrybutorów z informacją „*Proszę o informację kto z Państwa dostarcza urządzenia Dahua do firmy: [informacje chronione]. [informacje chronione]*”.

- Dowód:**
- wiadomość e-mail z 13 marca 2017 r. (10:07); Nadawca: [informacje chronione] (Dahua), Adresat: [informacje chronione] (Dahua); Temat: RE: [informacje chronione] - zaniża ceny na allegro i swojej stronie, k. 837;
 - wiadomość e-mail z 13 marca 2017 r. (12:53); Nadawca: [informacje chronione] (E-commerce); Adresat: Artur Prusinowski (Dahua), [informacje chronione] (Dahua), [informacje chronione] (Dahua),

[informacje chronione] (Dahua), [informacje chronione] (Dahua);
Temat: Re: [informacje chronione], k. 837.

- (204) Powyższe potwierdza również wewnętrzna korespondencja pracowników Dahua, w której pan [informacje chronione] (Dahua) wysłał do pozostałych opiekunów handlowych linki z ofertami produktów Dahua na platformie Allegro ze wskazaniem cen oraz nazw podmiotów oferujących te produkty oraz link do strony mamtanio.pl z prośbą o wskazanie, którzy dystrybutorzy Dahua prowadzą sprzedaż do tych podmiotów. Tego samego dnia pan [informacje chronione] (Dahua) przekazał powyższą wiadomość do dystrybutora E-commerce z pytaniem, czy wskazane podmioty są z nim powiązane. Kolejnego dnia pan [informacje chronione] (Dahua) odpowiedział na wiadomość pana [informacje chronione] (Dahua) „[informacje chronione] czysty (właśnie wróciłem). [informacje chronione] się nie przyznaje, będę tam next week [w następnym tygodniu – UOKiK]. E-commerce next week [następny tydzień – UOKiK]”. Następnie pan [informacje chronione] wskazał (Dahua) „Dwie ostatnie pozycje to Delta. [informacje chronione] Aukcje już zamknięte. [informacje chronione] jak nie zrobi porządku do poniedziałku będzie zablokowany”.

- Dowód:**
- wiadomość e-mail z 6 sierpnia 2018 r. (14:24); Nadawca: Mateusz Kurowski (E-commerce); Adresat: [informacje chronione] (Dahua); Temat: Re: promocje Allegro, k. 837;
 - wiadomość e-mail z 7 sierpnia 2018 r. (9:10); Nadawca: Artur Prusinowski (Dahua); Adresat: [informacje chronione] (Dahua), [informacje chronione] (Dahua); Kopia: [informacje chronione] (Dahua), [informacje chronione] (Dahua), [informacje chronione] (Dahua); Temat: RE: Promocje Allegro, k. 837.

- (205) Podobnie w wiadomości e-mail z 18 stycznia 2018 r. przedstawiciel Dahua przekazał do dystrybutorów linki z ofertami sprzedaży produktów Dahua na portalu Allegro oraz stronie internetowej [informacje chronione] z prośbą o informację czy dystrybutorzy z nimi współpracują. W odpowiedzi dystrybutor [informacje chronione] wskazał „Nie mieliśmy <przyjemności>”. Natomiast przedstawiciel [informacje chronione] wskazał „Nic im nie sprzedaliśmy. Kleczewski z tego co się dowiedziałem, kiedyś się z nami kontaktował dostał standardową ofertę i nie był zainteresowany”. W odpowiedzi pan [informacje chronione] (Dahua) wskazał: „Dla jasności odpytuje wszystkich i jakby co to proszę zadziałajcie u tych firm skutecznie”.

- Dowód:**
- wiadomość e-mail z 18 stycznia 2018 r. (10:44); Nadawca: [informacje chronione]; Adresat: [informacje chronione] (Dahua), [informacje chronione], [informacje chronione]; Temat: RE: Prośba o weryfikację, k. 837;

- wiadomość e-mail z 18 stycznia 2018 r. (11:09); Nadawca: [informacje chronione]; Adresat: [informacje chronione] (Dahua); Kopia: [informacje chronione]; Temat: RE: Prośba o weryfikację, k. 837.

(206) Również w reakcji na wiadomość e-mail przedstawiciela E-commerce, który przekazał do Dahua link do 2 aukcji na Allegro z produktami marki Dahua i pytaniem „*proszę o informację co to jest za twór?*”, pan Artur Prusinowski (Dahua) poinformował dystrybutora „*weryfikujemy*”.

Dowód: wiadomość e-mail z 3 października 2017 r. (10:52); Nadawca: Artur Prusinowski (Dahua); Adresat: Mateusz Kurowski (E-commerce Partners); Kopia: [informacje chronione] (Dahua), [informacje chronione] (Dahua), [informacje chronione] (Dahua), [informacje chronione] (Dahua); Temat: RE: Allegro HDW4431C, k. 837.

(207) Zdarzało się, że przedstawiciele Dahua nie byli w stanie ustalić, który z dystrybutorów sprzedał produkty Dahua zaniżającemu ceny redystrybutorów, ponieważ żaden dystrybutor się do takiej sprzedaży nie przyznawał [patrz dowód w akapicie (185) decyzji]. Wówczas Dahua podejmowała dalsze kroki w celu zidentyfikowania takiego dystrybutora w postaci przeprowadzenia samodzielnie lub przez innych dystrybutorów tzw. zakupu kontrolowanego. Zakup kontrolowany polegał na zakupieniu produktów Dahua od redystrybutorów, którzy zaniżali ich ceny w celu pozyskania numerów seryjnych produktów. Następnie w oparciu o numery seryjne Dahua ustalała, który z jej dystrybutorów posiadał pierwotnie te produkty i dokonał ich sprzedaży do danych redystrybutorów [patrz dowód w akapicie (82) decyzji].

Dowód: pismo Dahua z 25 lipca 2022 r., k. 4308, 4309.

(208) Na powyższą okoliczność wskazuje wewnętrzna korespondencja pracowników Dahua, w której pan [informacje chronione] (Dahua) zwrócił się do pana Artura Prusinowskiego (Dahua) z prośbą o uregulowanie kwestii dokonywania zakupu kontrolowanego przez dystrybutorów: „*Artur musimy jednoznacznie ustalić jak mają wyglądać zakupy kontrolowane. Potrzebna jest informacja w jaki sposób będziemy rozliczać takie zakupy, kiedy można skorzystać z takiej opcji by nikt się nie wahał wykorzystać tej możliwości. Ogłosiłbym to oficjalnie wszystkim dystrybutorom. Już sama możliwość takiego zakupu na jasnych zasadach powinno spowodować to że zaczną bardziej pilnować swoich <klientów>*”. Następnego dnia pan Artur Prusinowski (Dahua) odpowiedział „*(...) 3. Zakupy kontrolowane – już jakiś czas temu ustaliliśmy prostą zasadę, Partner kupuje produkt a my oddajemy 3-krotność w rabacie przy zamówieniu, 4. Robimy zakupy kontrolowane a źródła dostaw otrzymają laurkę tak jak [informacje chronione] (...)*”. Wspomniana w ww. wiadomości „*laurka*” dotyczyła odebrania dystrybutorowi [informacje chronione] m.in. dodatkowego

rabatu na zakup od Dahua produktów Dahua, na co wskazuje wewnętrzna korespondencja pracowników Dahua z 31 marca 2017 r. [akapit (109) decyzji].

- Dowód:**
- wiadomość e-mail z 30 marca 2017 r. (23:36); Nadawca: [informacje chronione] (Dahua); Adresat: [informacje chronione] (Dahua), Artur Prusinowski (Dahua); Kopia: [informacje chronione] (Dahua), [informacje chronione] (Dahua); Temat: RE: Zaniżanie cen z promocji itp, k. 837;
 - wiadomość e-mail z 31 marca 2017 r. (09:34); Nadawca: Artur Prusinowski (Dahua); Adresat: [informacje chronione] (Dahua); Kopia: [informacje chronione] (Dahua), [informacje chronione] (Dahua), [informacje chronione] (Dahua); Temat: RE: Zaniżanie cen z promocji itp, k. 837.

(209) Na okoliczność, że Dahua zwracała się do dystrybutorów z prośbą o dokonanie zakupu kontrolowanego wskazuje korespondencja e-mail między dystrybutorem [informacje chronione] a Dahua. Mianowicie [informacje chronione] poinformował o oferowaniu przez redystrybutora na własnej stronie internetowej cen w nieprawidłowej wysokości, gdyż nie były to ceny detaliczne „(...) Jednak gościu ([informacje chronione] – znany też pod swoją firmą instalatorską [informacje chronione] oraz nazwą [informacje chronione] bo o nim mowa), pokazuje ceny na stronie WWW nie detaliczne. Rabaty wychwytyją, że pokazuje różne (nie jednolite) może rzadko aktualizuje ceny lub ma na stanie i cena jego zakupu wpływa też na cenę. Pół roku temu wiedziałem od kogo kupuje Dahua – teraz informacji aktualnej nie posiadam a asortyment jaki jeszcze posiada może wskazywać na kilku dystrybutorów”. W związku z zaistniałą sytuacją dystrybutor zwrócił się z prośbą: „Czy można by coś z nim zrobić z tego powodu. Wyrósł sobie w Toruniu pośrednik pomiędzy mną i E-commerce który tylko psuje rynek by wyrwać z rynku jakąś sprzedaż”. Powyższa wiadomość została przekazana do pana Artura Prusinowskiego (Dahua) przez pana [informacje chronione] (Dahua) z komentarzem: „Artur w takim przypadku to tylko zakup kontrolowany jak się domyślam?”. Na co pan Artur Prusinowski (Dahua) odpowiedział twierdząco. W związku z powyższym pan [informacje chronione] (Dahua) zwrócił się do dystrybutora z prośbą „Marcin bym mógł coś zrobić muszę wiedzieć kto dostarcza temu Panu kamery. Poproszę o numer seryjny jakiejś kamery zakupionej w tej firmie”. Dystrybutor odpowiedział „Inaczej się nie da? Nie robicie wy zakupów albo kontrolowanych odpytań jak np. to robi [informacje chronione]? Sądząc po dwóch markach rejestratorów jakie posiada w sklepie i nimi handluje to wskazania są na kontakty z Delta [Delta-Opti – UOKiK] i Alkamem”.

- Dowód:**
- wiadomość e-mail z 6 listopada 2017 r. (11:53); Nadawca: Artur Prusinowski (Dahua); Adresat: [informacje chronione] (Dahua); Temat: RE: lamane zasady, k. 837;

- wiadomość e-mail z 13 listopada 2017 r. (21:44); Nadawca: **[informacje chronione]**; Adresat: **[informacje chronione]** (Dahua); Temat: RE: lamane zasady, k. 837.

(210) Podobna sytuacja miała miejsce, gdy przedstawiciel Alpol przekazał do Dahua skargę od swojego kontrahenta dotyczącą zaniżania cen produktów marki Dahua o treści „*czy Dahua nie ma jakiejś polityki cenowej ustalonej z dystrybutorami? Czy nie można takiego Pana wyeliminować???! Niech ktoś wykona jakiś telefon do takiego gościa, bo przez niego tracą klientów!!!*”. Przekazując powyższą wiadomość przedstawiciel Alpol dodał „*przesyłam uwagę jaką otrzymałem od naszego klienta. Całkowicie się z tym co napisał zgadzam, możecie coś z tym zrobić Poproszę o informacje zwrotną czy podejmiecie jakieś kroki. Proponuję kupić tą kamerę i już będziesz wiedział kto rozwala rynek :)*”. W odpowiedzi opiekun handlowy Alpol pan **[informacje chronione]** (Dahua) wskazał „*ja nie mogę, ale może Ty lub Twój klient jesteście w stanie dokonać zakupu na allegro i dostarczyć do mnie nr seryjny? Trzykrotność wartości zakupionego sprzętu oddam w rabacie przy kolejnych zamówieniach*”.

Dowód: wiadomość e-mail z 26 października 2022 r. (09:05); Nadawca: **[informacje chronione]** (Dahua); Adresat: **[informacje chronione]** (Alpol); Kopia: **[informacje chronione]** (Alpol), Paweł Zemła (Alpol); Temat: RE: Alpol prośba o wyjaśnienie - ch... na allegro, k. 837;

(211) Natomiast na okoliczność, że również Dahua dokonywała zakupów kontrolowanych wskazuje korespondencja e-mail między dystrybutorem Delta-Opti a jego opiekunem handlowym panem **[informacje chronione]** (Dahua). Mianowicie w wiadomości e-mail z 21 listopada 2017 r. przedstawiciel Delta-Opti zwrócił się do swojego opiekuna handlowego z prośbą o „*interwencję w sprawie [informacje chronione], męczą mnie moi klienci*”, przesyłając linki do ofert tego podmiotu na platformie internetowej Ceneo oraz do sklepu internetowego tego podmiotu. W odpowiedzi przedstawiciel Dahua wskazał „*w sprawie [informacje chronione] czekam na kamerę która została u nich zakupiona i po sprawdzeniu numerów seryjnych będę wiedział do których drzwi zapukać*”. Kilka dni później pan **[informacje chronione]** (Dahua) przekazał informację „*[informacje chronione] – dokonaliśmy zakupu by zweryfikować i się upewnić kto dostarcza im sprzęt. Teraz już mam 100% pewność że jest to E-commerce. W piątek jest spotkanie z nimi. Temat będzie załatwiony tak jak omówiliśmy to na spotkaniu. Co do reszty sklepów internetowych muszę dokonać zakupu by potwierdzić kto*”.

Dowód: – wiadomość e-mail z 22 listopada 2017 r. (12:46); Nadawca: **[informacje chronione]** (Dahua); Adresat: biuro@delta.poznan.pl; Temat: RE: Fwd: ceny dahua w internecie, k. 837;

- wiadomość e-mail z 30 listopada 2017 r. (12:22); Nadawca: biuro@delta.poznan.pl; Adresat: [informacje chronione] (Dahua); Temat: Re: MSRP D, k. 837.

(212) Ponadto na okoliczność dokonywania weryfikacji po numerach seryjnych, który z dystrybutorów dokonał sprzedaży produktów Dahua wskazuje również wewnętrzna korespondencja e-mail pracowników Dahua. Mianowicie w reakcji na informację od dystrybutora [informacje chronione] o zaniżaniu cen przez hurtownię [informacje chronione], pan [informacje chronione] (Dahua) przesłał do opiekunów handlowych zapytanie „*Ktoś wie kto im sprzedaje? Przesadzili?*”. W odpowiedzi na powyższe pan Artur Prusinowski (Dahua) wskazał „*Nie wiem trzeba kupić coś*”. Informacja o poziomie rabatów stosowanych przez [informacje chronione] została przekazana do Dahua również przez [informacje chronione] integratora systemów, który wskazał „*Troche duże te rabaty na dahua :)*”, na co kilka dni później pan [informacje chronione] (Dahua) odpowiedział „*[informacje chronione] jak mówilem kupuje gdzieś za granicą. Właśnie weryfikujemy w Centrali nr seryjne i utniemy im dostawcę*”.

- Dowód:**
- wiadomość e-mail z 25 maja 2017 r. (11:26); Nadawca: Artur Prusinowski (Dahua); Adresat: [informacje chronione] (Dahua), [informacje chronione] (Dahua), [informacje chronione] (Dahua), [informacje chronione] (Dahua); Temat: Re: NOWE RABATY HURTOWNIA Zapraszamy do współpracy, k. 837;
 - wiadomość z 4 czerwca 2017 r. (23:55); Nadawca: [informacje chronione]; Adresat: [informacje chronione]; Temat: RE: NOWE RABATY HURTOWNIA Zapraszamy do współpracy, k. 837.

(213) Do weryfikacji numerów seryjnych doszło również po przekazaniu przez [informacje chronione] informacji o zaniżaniu cen przez redystrybutora. W wiadomości e-mail skierowanej do swojego opiekuna handlowego pana [informacje chronione] (Dahua) przedstawiciel [informacje chronione] przekazał link do aukcji sklepu [informacje chronione] ze sprzętem marki Dahua. Powyższa wiadomość została następnie przekazana przez pana [informacje chronione] (Dahua) do pana [informacje chronione] (Dahua) z komentarzem: „*Hej, daj mi ten nr seryjny z [informacje chronione], bo właśnie z [informacje chronione] [nazwa sklepu internetowego dystrybutora [informacje chronione] – UOKiK] mi wysłali linka do aukcji z allegro, będzie wesóło jak towar pochodzi od nich :D*”.

- Dowód:** wiadomość e-mail z 16 października 2019 r. (10:05); Nadawca: [informacje chronione] (Dahua); Adresat: [informacje chronione] (Dahua); Temat: FW cena, k. 837.

(214) W korespondencji e-mail z 23 sierpnia 2018 r., pan [informacje chronione] (Dahua) przekazał do pana Artura Prusinowskiego (Dahua) oraz pozostałych opiekunów handlowych dystrybutorów 10 linków do ofert na produkty Dahua wystawionych na portalu Allegro z komentarzem „*Wciąż szaleństwo na allegro. W linkach poniżej tylko [informacje chronione] zdiagnozowaliśmy. [informacje chronione] również, lecz proceder trwa*”. Dodatkowo we wspomnianej wiadomości pan [informacje chronione] (Dahua) zamieścił nazwy 7 podmiotów sprzedających na Allegro, wobec których nie ustalono, którzy dystrybutorzy Dahua ich zaopatrują, tj. [informacje chronione], [informacje chronione], [informacje chronione], – [informacje chronione], [informacje chronione] oraz [informacje chronione]. Po kilku dniach pan Artur Prusinowski (Dahua) zwrócił się do opiekunów handlowych dystrybutorów, czy udało się coś ustalić. W odpowiedzi pan [informacje chronione] (Dahua) opiekun handlowy dystrybutora Delta-Opti wskazał „[informacje chronione] – *Kupował z Delty. Delta twierdzi że jest już posprzątane*” oraz wskazał, że 2 podmioty z listy [informacje chronione], [informacje chronione] odwiedzi osobiście.

Dowód: wiadomość e-mail z 31 sierpnia 2018 r. (15:39); Nadawca: Artur Prusinowski (Dahua); Adresat: [informacje chronione] (Dahua), [informacje chronione] (Dahua), [informacje chronione] (Dahua), [informacje chronione] (Dahua), [informacje chronione] (Dahua); Temat: RE: [informacje chronione], k. 837.

(215) W wiadomości e-mail z 11 września 2018 r. pan Mateusz Kurowski (E-commerce) przekazał do swojego opiekuna handlowego pana [informacje chronione] (Dahua) link do oferty produktów Dahua w sklepie internetowym [informacje chronione] z pytaniem „*Pomożesz?*”. Pan [informacje chronione] (Dahua) przekazał powyższą informację do pozostałych opiekunów handlowych dystrybutorów, a w kolejnej wiadomości dodał „*Wg wywiadu, jaki zrobiłem, to na 96,9% Delta [dystrybutor Delta-Opti – UOKiK]*”. W odpowiedzi pan [informacje chronione] (Dahua) opiekun handlowy Delta-Opti napisał „*Ja bym powiedział że nawet na 100%. Do końca dnia sprawa zostanie załatwiona*”. Gdy w odpowiedzi na powyższe pan [informacje chronione] (Dahua) zauważył, że problem „*znowu*” dotyczy Delta-Opti, pan [informacje chronione] (Dahua) podkreślił „*(...) Delta przyznaje się jak gdzieś sprzedaje i swoje tematy prostuje*”. W odpowiedzi pan [informacje chronione] (Dahua) zauważył „*No może i przyznaje się, ale wciąż robi to samo. (...) Poza tym sprzedaje do firm z czarnej listy. To gdzie tu uczciwość?*”. Do dyskusji włączył się pan Artur Prusinowski (Dahua) wskazując „*Zgadzam się z Rafałem, Arek [informacje chronione, pracownik Delta-Opti – UOKiK] musi się ogarnąć. Wiem, że naprawia szybko babole ale chodzi o to aby nie było recydywy i ciągłych wpadek*”.

Dowód: wiadomość e-mail z 14 września 2018 r. (10:00); Nadawca: [informacje chronione] (Dahua); Adresat: Artur Prusinowski (Dahua), [informacje chronione] (Dahua), [informacje chronione] (Dahua), [informacje chronione] (Dahua); Temat: RE: Dahua w [informacje chronione], k. 837.

(216) Kilka dni później w kolejnej wiadomości e-mail pan Mateusz Kurowski (E-commerce) ponownie przekazał do pana Artura Prusinowskiego (Dahua) i swojego opiekuna handlowego pana [informacje chronione] (Dahua) link do oferowanych przez redystrybutora Delta-Opti produktów Dahua na portalu Allegro z komentarzem „Panowie, Ile razy mam powracać z klientami Delty? to się robi już nudne. (...)”. W odpowiedzi na powyższe pan Artur Prusinowski (Dahua) skierował do opiekuna handlowego Delta-Opti pana [informacje chronione] (Dahua) wiadomość o treści: „Adrian, Proszę odpytaj Delte. Jeżeli to prawda to zgadzam się z Mateuszem że to jest nudne i zmienię warunki dla Delty!”.

Dowód: wiadomość e-mail z 19 września 2018 r. (09:23); Nadawca: Artur Prusinowski (Dahua); Adresat: [informacje chronione] (Dahua); Kopia: [informacje chronione] (Dahua); Temat: FW: Delta i ich kliencie, k. 837.

(217) Dodatkowo, jak wynika z materiału dowodowego w wyniku interwencji Dahua dystrybutorzy wstrzymywali dostawy produktów Dahua do redystrybutorów nieprzestrzegających polityki cenowej. Na powyższe wskazuje wiadomość e-mail wysłana przez [informacje chronione]: „Niestety bardzo utrudnili mi Państwo istnienie na rynku ponieważ po tym spotkaniu wszyscy dystrybutorzy odwrócili się ode mnie plecami. Dosłownie to ujmując wypadłem z gry jeśli chodzi Dahua... :-()”.

Dowód:

- wiadomość e-mail z 25 października 2018 r. (13:51); Nadawca: Artur Prusinowski (Dahua); Adresat: Andrzej Jarzyna (Dahua), [informacje chronione] (Dahua), [informacje chronione] (Dahua), [informacje chronione] (Dahua), [informacje chronione] (Dahua); Temat: FW: Dahua Pilne Wsparcie - prosimy o pomoc, k. 837;
- pismo Dahua z 23 czerwca 2023 r., k. 4820.

(218) W wyniku interwencji Dahua, dochodziło nie tylko do zmiany cen oferowanych przez redystrybutorów, ale również do usunięcia ich ofert z produktami Dahua z portalu Allegro. Taki wniosek wynika z korespondencji e-mail z 9 kwietnia 2019 r. między panem [informacje chronione], a jego opiekunem handlowym panem [informacje chronione] (Dahua). Dystrybutor [informacje chronione] przekazał do Dahua wiadomość, jaką otrzymał od swojego klienta „zrobiłem ofertę kolejnemu klientowi na sprzęt Dahua w cenach detal i otrzymałem odpowiedź że oferowane ceny są zawyżone. Sprawdziłem na Allegro i zobacz co się dzieje. To są oferty firm. Oferowane ceny na poziomie -[informacje chronione]%. Czy

Dahua ma jeszcze jakikolwiek wpływ na rynek dystrybucji? Na spotkaniu zarzekali się, że będą pilnować rynku, tymczasem powielią się schemat HikVision". Jednocześnie w treści wiadomości załączono link do oferty na Allegro wystawionej przez podmiot o nazwie [informacje chronione]. W odpowiedzi pan [informacje chronione] (Dahua) wskazał „Aktualnie firma ta jest na wykończeniu. Musimy uzbroić się w odrobinę cierpliwości, jego aukcje będą znikać”.

Dowód: wiadomość e-mail z 9 kwietnia 2019 r. (16:19); Nadawca: [informacje chronione] (Dahua); Adresat: [informacje chronione]; Temat: RE: Kwiatki i kwiatuszki, k. 837.

7. Świadomość niezgodności z prawem podejmowanych działań

(219) Z zebranego w sprawie materiału dowodowego wynika, że przedstawiciele Dahua mieli świadomość, że wpływanie na politykę cenową dystrybutorów jest niezgodne z prawem. Wskazuje na to wiadomość e-mail pracownika Dahua, który przesyłając do pozostałych pracowników Dahua założenia do cennika Dahua, jakim Dahua posługiwała się w relacjach ze swoimi dystrybutorami, wskazał „*cel podstawowy to utrzymanie w miarę podobnych cen detalicznych w różnych kanałach sprzedaży – formalnie nie możemy na to wpływać! (...)*”.

Dowód: wiadomość e-mail z 20 listopada 2017 r. (14:31); Nadawca: [informacje chronione] (Dahua); Adresat: Artur Prusinowski (Dahua), Andrzej Jarzyna (Dahua); Temat: consumer cennik, k. 837.

(220) Podobny wniosek wynika również z korespondencji pracowników Dahua w reakcji na przesłany im w dniu 3 września 2018 r. dokument pn. „Dahua Przewodnik biznesowy po kanałach zagranicznych”, w treści którego jako jeden z celów biznesowych wskazano: „*Regulacja cen – czuwanie nad polityką cenową*” produktów marki Dahua sprzedawanych przez dystrybutorów. Mianowicie pan [informacje chronione] (Dahua) przekazał do pozostałych opiekunów handlowych Dahua oraz pana Artura Prusinowskiego (Dahua) wiadomość e-mail o treści „*Czytaliście to? Kto to opracował? Powinno być zabronione wysyłanie takich rzeczy, zawłaszcza do Chińczyków pracujących w regionie. Zobaczcie, co jest napisane min. o regulacji cen – czuwaniu nad polityką cenową (czy oni wiedzą, że u nas są kary za regulowanie cen?)*”.

Dowód: – wiadomość e-mail z 3 września 2018 r. (14:09); Nadawca: [informacje chronione] (Dahua); Adresat: Artur Prusinowski (Dahua), Andrzej Jarzyna (Dahua); Kopia: [informacje chronione] (Dahua), [informacje chronione] (Dahua), [informacje chronione] (Dahua), [informacje chronione] (Dahua); Temat: FW: 《大华海外渠道业务指引》, k. 837, wraz z tłumaczeniem, k. 3073;

- pismo Dahua z 25 lipca 2022 r., zał. 8 – dokument pn. „Dahua Overseas Channel Business Guide”, k. 4630-4651, wraz z tłumaczeniem stanowiącym zał. 5 do pisma Dahua z 23 czerwca 2023 r., k. 4841-4864.

(221) Wprost na niezgodność z prawem konkurencji podejmowanych działań i związaną z tym koniecznością zachowania ostrożności wskazywał pan Artur Prusinowski (Dahua) w rozmowie z panem Zbigniewem Dąbrowskim (E-commerce). Wskazuje na to wysłana w dniu 25 stycznia 2017 r. przez pana Zbigniewa Dąbrowskiego (E-commerce) na własną skrzynkę e-mailową notatka, w której treści napisał *„Podczas kolacji po spotkaniu Prusinowski zauważył, że muszą być ostrożni, nie wymieniać żadnej korespondencji w sprawach cen z uwagi na urząd ochrony konkurencji”*.

Dowód: wiadomość e-mail z 25 stycznia 2017 r. (08:50); Nadawca: Zbigniew Dąbrowski (E-commerce); Adresat: Zbigniew Dąbrowski (E-commerce); Temat: Dahua kolejne kroki, k. 3074.

(222) Powyższy dowód wskazuje, że również pan Zbigniew Dąbrowski (E-commerce) miał świadomość niezgodności z prawem uzgodnień cenowych podejmowanych z Dahua. Dodatkowo na posiadanie przez pana Zbigniewa Dąbrowskiego (E-commerce), Mateusza Kurowskiego (E-commerce) oraz innych pracowników E-commerce wiedzy o niezgodności z prawem podejmowanych ustaleń cenowych z Dahua wskazuje korespondencja e-mail pracowników E-commerce z 14 października 2016 r. Mianowicie w odpowiedzi na informacje przekazane pracownikom przez pana Mateusza Kurowskiego (E-commerce) odnośnie zasad współpracy z Dahua (*„najważniejszym aspektem będzie utrzymanie spójnej i sztywnej polityki rabatowej”*) [dowód wskazany w akapit (85) decyzji], jeden z pracowników pan **[informacje chronione]** (E-commerce) zauważył *„Ja rozumiem że cała akcja ma chronić także nasze interesy ale to co się dzieje to jest śmieszne. Czy szanowna DP [Dahua Polska – UOKiK] wie w ogóle co to jest zmowa cenowa? najgorzej że my jesteśmy stroną i też mamy odpowiedzialność za to że uczestniczymy w tej zmowie”*. W odpowiedzi na to kolejny pracownik pan **[informacje chronione]** (E-commerce) wskazał *„słyszałeś kiedyś, żeby Chińczycy się przejmowali takimi rzeczami ;)”*. W reakcji na powyższe pan **[informacje chronione]** (E-commerce) doprecyzował *„Mówimy tutaj o DP, która obowiązuje prawo krajowe, to oni ustalili cennik a nie jakiś Chińczyk którego notabena jeśli sprzedaje na naszym rynku także nasze prawo dotyczy. Uważam że wiele wnosi to do dyskusji ponieważ w Polsce zmowa cenowa jest zakazana a kary dla firm uczestniczących w tym procederze mogą wynieść 10 % obrotu firmy żeby nie był głośłowny Art. 6 ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów z 16 lutego 2007 r”*.

Dowód: wiadomość e-mail z 17 października 2016 r. (12:09); Nadawca: [informacje chronione] (E-commerce); Adresat: Mateusz Kurowski (E-commerce), terenowe oddziały E-commerce oraz ich pracownicy; Kopia: [informacje chronione] (E-commerce), [informacje chronione] (E-commerce), [informacje chronione] (E-commerce), [informacje chronione] (E-commerce), [informacje chronione] (E-commerce), [informacje chronione] (E-commerce), [informacje chronione] (E-commerce), [informacje chronione] (E-commerce), [informacje chronione] (E-commerce), [informacje chronione] (E-commerce), [informacje chronione] (E-commerce), [informacje chronione] (E-commerce), Zbigniew Dąbrowski (E-commerce), [informacje chronione] (E-commerce), [informacje chronione] (E-commerce), [informacje chronione] (E-commerce), [informacje chronione] (E-commerce), [informacje chronione] (E-commerce), [informacje chronione] (E-commerce), nadzor@E-commerce.pl; Temat: Re: NOWE ZASADY DAHUA 17.10.2016, k. 3074.

8. Ceny specjalne przyznawane dystrybutorom na zarejestrowane projekty

(223) Jak zostało wyżej wskazane, poza standardowym rabatem przewidzianym w umowach o współpracy Dahua z dystrybutorami na zakup produktów Dahua, dystrybutorzy mogli również dokonać zakupu od Dahua produktów z grupy „D” i „P” w tzw. cenie specjalnej [akapit (62) decyzji], czyli z wyższym rabatem niż rabat standardowy. Dahua wprowadziła taką możliwość na początku swojej działalności. W 2019 r. przyznanie ceny specjalnej zostało wpisane do wzorców umownych w oparciu, o które Dahua zawierała umowy o współpracy z dystrybutorami: *„W niektórych przypadkach, DAHUA POLAND może przyznać Autoryzowanemu Partnerowi ceny specjalne dla Produktów na realizację projektów o wartości nie mniej niż [informacje chronione] ceny katalogowej Produktów w danym projekcie („Cena specjalna”). Autoryzowany Partner rejestruje dany projekt przy użyciu specjalnego formularza”*.

Dowód:

- pismo Dahua z 6 kwietnia 2023 r., k. 4782, 4784;
- pismo Dahua z 8 sierpnia 2022 r., zał. 1 – wzorce umowne stosowane przez Dahua w relacjach z dystrybutorami na rok 2019, na rok 2020, na rok 2021, k. 851-1007;
- umowa o współpracy handlowej nr 1/2019 z 2 stycznia 2019 r. zawarta pomiędzy Dahua i E-commerce, k. 3075-3096;
- umowa o współpracy handlowej nr 8/2019 z 2 stycznia 2019 r. zawarta pomiędzy Dahua i [informacje chronione], k. 3188-3151;
- umowa o współpracy handlowej nr 14/2018 z 2 stycznia 2018 r. zawarta pomiędzy Dahua i [informacje chronione], k. 3152-3161;
- umowa o współpracy handlowej z 1 stycznia 2021 r. zawarta pomiędzy Dahua i [informacje chronione], k. 3162-3185;

- pismo Dahua 8 sierpnia 2022 r., zał. 2 – umowa o współpracy handlowej z 1 stycznia 2020 r. zawarta pomiędzy Dahua i Delta-Opti, k. 1088-1114;
- umowa o współpracy handlowej nr 15/2021 z 1 stycznia 2021 r. zawarta pomiędzy Dahua i E-commerce, k. 3103-3129.

(224) Warunkiem przyznania ceny specjalnej było zarejestrowanie projektu [akapit (63) decyzji]. Dahua rozróżniała dwa rodzaje projektów, na realizację których dystrybutorzy mogli otrzymać cenę specjalną:

- (i) projekty, w których specyfikacja zamówienia od początku zakładała realizację w oparciu o produkty marki Dahua;
- (ii) projekty, w których specyfikacja zamówienia zakładała realizację w oparciu o produkty konkurencyjnych względem Dahua producentów lub w których przygotowywano ofertę alternatywną dla już zainstalowanych w danej inwestycji produktów konkurencyjnych. Projekty te określane były w nomenklaturze Dahua jako tzw. przekładki (dalej: „przekładki”).

W latach 2018-2022¹⁰ [informacje chronione]%, spośród [informacje chronione] wszystkich zgłoszonych przez dystrybutorów do Dahua projektów, została zrealizowana przez dystrybutorów. Projekty będące przekładkami stanowiły [informacje chronione] projektów zgłaszanych do Dahua. Wynikało to z faktu, że [informacje chronione].

- Dowód:**
- pismo Dahua z 2 września 2022 r., k. 4661;
 - pismo Dahua z 26 września 2022 r., k. 4674, 4675.

(225) Przynależność danego projektu do jednej z dwóch ww. kategorii determinowała, czy cena specjalna na zakup potrzebnych do realizacji projektu produktów Dahua, zostanie przyznana wyłącznie jednemu dystrybutorowi, czy każdemu który taki projekt zgłosi. W przypadku bowiem zgłoszenia projektu przygotowanego od początku na produktach Dahua (ww. akapit lit. i) tylko jeden dystrybutor mógł otrzymać cenę specjalną oraz dodatkowo wsparcie techniczne Dahua w postaci pomocy w projektowaniu rozwiązań. Sytuacja taka, w nomenklaturze Dahua była określana jako objęcie projektu tzw. ochroną projektową. Natomiast w przypadku projektów przekładek (ww. akapit lit. ii) każdy dystrybutor, który zgłosił taki projekt otrzymywał od Dahua cenę specjalną. Wsparcie techniczne w projektach przekładkach nie było udzielane żadnemu dystrybutorowi.

- Dowód:**
- pismo Dahua z 2 września 2022 r., k. 4661;
 - pismo Dahua z 6 kwietnia 2023 r., k. 4788.

¹⁰ [informacje chronione].

(226) Powyższe potwierdza korespondencja e-mail Dahua z dystrybutorem [informacje chronione], który zwrócił się z zapytaniem, czy ktoś zgłaszał już projekt [informacje chronione]. W odpowiedzi Dział Projektowy Dahua poinformował „*Nie mamy jeszcze zarejestrowanego projektu ale Partnerzy również pytali o to. Czy w projekcie są nasze urządzenia czy jest do podmiana konkurencji?*”. Po przekazaniu przez dystrybutora informacji o projekcie, Dział Projektowy poinformował go „*Dokonujemy weryfikacji i rejestracji projektów na podstawie wypełnionego formularza zgłoszenia projektu (w załączniku). Możliwa jest wstępna rejestracja projektu bez zestawienia lub bez formularza i zestawienia ale ostateczna decyzja czy projekt zostanie zakwalifikowany na wsparcie projektowe podejmowana jest m.in. po wartości projektu. Dodatkowo w tym przypadku mam 2 zgłoszenia w tym samym czasie, więc musimy otrzymać informacje co jest w projekcie, jeśli jest Dahua to również informacje o zaangażowaniu Partnera w projekt. Proszę bardzo wysłanie fragmentu specyfikacji bądź projektu z opisem CCTV, który pomoże nam ustalić co jest w projekcie. Taka sama prośba zostanie wysłana również do innego Partnera, który zgłosił projekt*” oraz „*Jeśli jest to podmiana urządzeń na nasze, to mamy prawo dać spota [przyznać cenę specjalną – UOKiK] również innemu Partnerowi, w przypadku gdy Partner doprowadził do sytuacji, w której w specyfikacji jest Dahua i zgłosił to nam, wtedy taki projekt jest objęty pełną ochroną [ochroną projektową w postaci przyznania ceny specjalnej i wsparcia technicznego wyłącznie jednemu dystrybutorowi – UOKiK]*”.

Dowód: wiadomość e-mail z 13 listopada 2018 r. (09:43); Nadawca: [informacje chronione]; Adresat: projekty.pl (Dahua); Kopia: Artur Prusinowski (Dahua), [informacje chronione] (Dahua), [informacje chronione]; Temat: Re: projekt, k. 837.

(227) Proces realizacji projektów, zarówno przygotowanych od początku na produktach Dahua, czy też projektów przekładek, w praktyce był tożsamy i polegał przede wszystkim na dostarczeniu produktów Dahua potrzebnych do realizacji projektu. Sytuacje, w których to dystrybutorzy samodzielnie realizowali projekty u klientów końcowych (inwestorów), Dahua były [informacje chronione] i dotyczyły urządzeń, które nie wymagały instalacji całego systemu. W praktyce dotyczyło to [informacje chronione]. W związku z powyższym odbiorcami produktów Dahua dostarczanych przez dystrybutorów Dahua w ramach realizacji projektów byli głównie instalatorzy lub integratorzy systemów, którzy zajmowali się wykonaniem projektu u klienta końcowego (inwestora).

Dowód:

- pismo Dahua z 26 września 2022 r., k. 4678;
- pismo Dahua z 6 kwietnia 2023 r., k. 4781, 4782.

(228) W założeniach Dahua, w przypadku projektów przygotowanych od początku na produktach Dahua, cena specjalna na zakup produktów Dahua miała być przyznana wyłącznie jednemu

dystrybutorowi – temu, który najbardziej zaangażował się w projekt. Zaangażowanie w projekt polegało na spotkaniach z inwestorami, prezentacjami dla inwestorów, uczestnictwie w dialogu technicznym czy spotkaniach z projektantami. W praktyce stopień zaangażowania w projekt miał być badany w sytuacji, gdy dwóch lub więcej dystrybutorów ubiegało się o ten sam projekt przygotowany od początku na produktach Dahua. Tym samym w przypadku ustalenia przez Dahua, że dystrybutor, który zgłosił taki projekt jako drugi lub kolejny dystrybutor, ale był bardziej zaangażowany w realizację projektu niż pierwszy zgłaszający, mógł co do zasady otrzymać cenę specjalną.

- Dowód:**
- pismo Dahua z 2 września 2022 r., k. 4663;
 - pismo Dahua z 26 września 2022 r., k. 4675.

(229) Jak jednak wynika z informacji przekazanych przez dystrybutorów nie podejmowali oni samodzielnie żadnych działań mających na celu pozyskanie do realizacji takich projektu. W tym w szczególności, dystrybutorzy nie negocjowali ani nie nakłaniali klientów końcowych do stworzenia specyfikacji zamówienia w oparciu o produkty Dahua. Działania dystrybutorów w tym względzie polegały na dostarczeniu produktów Dahua instalatorom lub integratorom systemów, którzy wykonywali instalacje u swoich klientów. To instalatorzy i integratorzy systemów pozyskiwali klientów i wybierali, które produkty oraz jakiej marki wykorzystają do realizacji usługi. Dystrybutorzy co najwyżej mogli udzielać instalatorom w tym zakresie wsparcia merytorycznego.

- Dowód:**
- pismo Alkam z 22 czerwca 2023 r., k. 715, 716;
 - pismo E-commerce z 26 czerwca 2023 r., k. 725;
 - pismo Alpol z 30 czerwca 2023 r., k. 758, 759;
 - pismo Techglobal z 3 lipca 2023 r., k. 818.

(230) Ponadto z materiału dowodowego wynika, że w przypadku zgłoszenia się kolejnego dystrybutora na ten sam projekt przygotowany od początku na produktach Dahua, Dahua nie weryfikowała zaangażowania dystrybutorów w projekt. Zamiast tego przedstawiciele Dahua informowali kolejnego zgłaszającego, że już ktoś inny zarejestrował projekt i jest on objęty „ochroną projektową”, tym samym Dahua nie może przyznać ceny specjalnej ani wsparcia technicznego. Na okoliczność tę wskazuje korespondencja instalatora z Dahua „Dzisiaj będę zgłaszał do Was wypracowanie projektu na [informacje chronione] gdzie investorem jest podmiot [informacje chronione] posiadający [informacje chronione]. Wiem że mocno kręcą się koło tego Chińczycy z Hik`a ale mamy info od ludzi inwestora że na razie przedstawiliśmy najlepszą koncepcję rozmieszczenia kamer i ofertę dzięki zastosowaniu rozwiązania opartego na [informacje chronione]. Dajcie proszę znać czy znacie temat i czy chcecie być na takim spotkaniu”. W odpowiedzi przedstawiciel Dahua wskazał „Leszku w tym temacie od dawna

współpracujemy z jednym z partnerów więc nie możemy udzielić Wam wsparcia ze względu na ochronę projektową. Zdaję sobie sprawę, że Wasz klient również ma szansę na realizację tego projektu ale byłoby nieuczciwe z Naszej strony gdybyśmy teraz dopuścili kolejnego SI [integratora systemów – UOKiK]”.

Dowód: wiadomość e-mail z 21 listopada 2019 r. (15:00); Nadawca: [informacje chronione] (Dahua); Adresat: [informacje chronione]; Kopia: [informacje chronione] (Dahua), [informacje chronione] (Dahua), [informacje chronione] (Dahua), [informacje chronione] (Dahua); Temat: Re: [informacje chronione], k. 837.

- (231) Podobny wniosek wynika z wewnętrznej korespondencji pracowników Dahua. Mianowicie w sytuacji zgłoszenia przez dwóch dystrybutorów [informacje chronione] i [informacje chronione] tego samego projektu przygotowanego od początku na produktach Dahua, ostatecznie o tym komu ma zostać przyznana cena specjalna zdecydowało ustalenie, który z dystrybutorów zgłosił projekt jako pierwszy. Mianowicie w wiadomości e-mail z 11 maja 2020 r. pracownik Działu Projektowego Dahua zwrócił się do opiekunów handlowych pana [informacje chronione] (Dahua) oraz pana [informacje chronione] (Dahua) oraz do wiadomości pana Artura Prusinowskiego (Dahua) z prośbą o pomoc, gdyż na jeden projekt otrzymano dwa zgłoszenia przez dystrybutorów [informacje chronione] oraz [informacje chronione]. Przy czym [informacje chronione] przekazał harmonogram swoich działań nad projektem, a [informacje chronione] wskazał wyłącznie, że są po prezentacji, a w sprawie pozostałych działań zasłonił się tajemnicą handlową. W odpowiedzi na powyższe pan [informacje chronione] (Dahua) zapytał, czyje zgłoszenie było pierwsze. Pracownik Działu Projektowego odpowiedział, że [informacje chronione], na co pan [informacje chronione] (Dahua) wskazał „*To według mnie temat zostaje w [informacje chronione]*”. W odpowiedzi na powyższe pan [informacje chronione] (Dahua) który był opiekunem handlowym [informacje chronione] wskazał „*To ustalmy raz, a dobrze czy partner musi przedstawić dowód, że działa w temacie czy też nie. Bo jeśli hasło tajemnica handlowa rozwala ten zapis to może lepiej odpuśćmy sobie te weryfikacje i pozostanmy przy tym kto pierwszy ten lepszy*”. Pan [informacje chronione] (Dahua) odpowiedział „*Jeśli od samego Prezesa słyszę, że robili prezentację, to uważam to za wiarygodne źródło. Poza tym, dlaczego [informacje chronione] robi cokolwiek, skoro wie, że temat jest zarejestrowany na kogoś innego*”. [informacje chronione] „*(...) albo trzymamy się zasad które ustaliliśmy albo zapomnijmy o nich. (...) W każdym razie przekaże [informacje chronione] że projekt pozostaje i pierwszego właściciela*”. Powyższą korespondencję pan Artur Prusinowski skwitował „*Zgadzam się z [informacje chronione], powinniśmy opierać się o dowody*”. Ponadto z przedmiotowej korespondencji wynika, że pracownicy Dahua oczekiwali od dystrybutorów powstrzymania się od ubiegania się o projekt gdy wiedzą, że „*temat jest zarejestrowany na kogoś innego*”.

Dowód: wiadomość e-mail z 12 maja 2020 r. (07:26); Nadawca: Artur Prusinowski (Dahua); Adresat: [informacje chronione] (Dahua), [informacje chronione] (Dahua); Kopia: projekty.pl@dahuatech.com; Temat: RE: [informacje chronione]- prośba o pomoc HBTM, k. 42.

- (232) Analogicznie rozstrzygnięty został spór między dwoma dystrybutorami, którzy zgłosili ten sam projekt przygotowany od początku na produktach Dahua, ale z powodu podania przez jednego z nich błędnego numeru NIP klienta końcowego (inwestora), obaj otrzymali od Dahua cenę specjalną. Ostatecznie o tym komu przyznać cenę specjalną rozstrzygnęła data rejestracji projektu, a nie zaangażowanie dystrybutorów. Co więcej z uwagi na to, że drugi w kolejności rejestracji dystrybutor już przedstawił swoją ofertę klientowi z uwzględnieniem ceny specjalnej, został on poproszony przez pracowników Dahua o korektę swojej oferty. Mianowicie w wiadomości e-mail z 24 marca 2021 r. przedstawiciel [informacje chronione] zgłosił na adres skrzynki pocztowej Dahua projekty.pl@dahuatech.com wypełniony formularz rejestracji projektu o nazwie [informacje chronione]. W odpowiedzi przedstawiciel Dahua potwierdził rejestrację i przekazał informację o przysługujących rabatach na produkty. Kilka dni później pracownik Działu Projektowego Dahua poinformował: „Niestety nie możemy przyznać poniższego rabatu do projektu [informacje chronione]. W formularzu był błędnie podany numer NIP i przez to system nie wyszukał mi tego projektu. Projekt [informacje chronione] widnieje już w naszej bazie od roku. Bardzo przepraszamy za zamieszanie”. Dodatkowo pan [informacje chronione] (Dahua) opiekun handlowy [informacje chronione] wyjaśnił: „Bardzo przepraszam za zaistniałą sytuację. Faktycznie przez różne numery NIP nie udało się wychwycić już istniejącej rejestracji. Nad projektem [informacje chronione] od maja 2019 pracuje inny Dystrybutor. Mamy wszystkie dokumenty z tym związane. Wiemy również, że integrator [informacje chronione] złożył niedawno zapytanie do dwóch innych Partnerów ([informacje chronione] jest wśród tych dwóch Dystrybutorów), którzy nie mają rejestracji tego projektu. Ponieważ musicie złożyć ofertę, to bardzo proszę o korektę oferty do warunków standardowych. Projekt musimy zatrzymać dla Dystrybutora, który wypracował ten temat”. W odpowiedzi przedstawiciel [informacje chronione] wskazał: „z tego co zrozumiałem obiekt był weryfikowany po numerze NIP – taki otrzymaliśmy od klienta i został takowy wpisany. Moim zdaniem najważniejszy jest adres inwestycji oraz nazwa zadania. Są sytuacje iż niekiedy Inwestor posiada kilka spółek i na jaką zostanie zakupiony sprzęt czasami rozgrywa się na ostatnim etapie zakupu. Oferty składaliśmy kilku Kontrahentom wraz z wydłużonym czasem ważności oferty (tak wymagał GW) mając przyznane warunki od Dahua. Nie jesteśmy w stanie cofnąć swoich ofert ponieważ zostały one dalej przedłożone do GW wraz kosztami instalacyjnymi przez Integratorów. Kolejną bardzo istotną sprawą jest iż Alpol Łódź przedstawia oferty na sprzęt do w/w zadania Integratorom na rabacie [informacje

chronione]% oraz **[informacje chronione]**% i nie posiada tego tematu jako wypracowanego (tak przekazał mi Rafał telefonicznie). Dysponuje do wglądu taką ofertą handlową. Z uwagi na powyższe proszę o utrzymanie specjalnych warunków handlowych”. Dahua nie uwzględniła jednak prośby dystrybutora i ostatecznie poprosiła **[informacje chronione]** o rezygnację z powyższego projektu wskazując: „Dziękuję za wyjaśnienia. I jeszcze raz przepraszam za ten błąd z naszej strony. Pracujemy nad tym, żeby tego typu przypadki wyeliminować, będziemy się starać jeszcze bardziej. Niemniej jednak muszę ten temat utrzymać dla Dystrybutora, który go wypracował od samego początku. Dlatego będę wdzięczny za nieponawianie ofert na warunkach projektowych oraz o zaniechanie dalszych rozmów z inwestorem w tym temacie”.

Dowód: wiadomość e-mail z 22 lipca 2020 r. (09:21); Nadawca: **[informacje chronione]** (Dahua); Adresat: **[informacje chronione]**, projekty.pl@dahuatech.com, **[informacje chronione]**; Kopia: **[informacje chronione]**, **[informacje chronione]**, Artur Prusinowski (Dahua), **[informacje chronione]**; Temat: RE: **[informacje chronione]**, k. 3137.

- (233) Podobny wniosek wynika również z informacji, jakie były przekazywane przez pracowników Działu Projektowego Dahua, w odpowiedzi na otrzymane rejestracje projektów przygotowanych od początku na produktach Dahua. Mianowicie, w sytuacji, gdy projekt był już wcześniej zarejestrowany przez innego dystrybutora, pracownicy Dahua informowali tym fakcie kolejnego dystrybutora. Tym samym, wbrew przyjętym założeniom przez Dahua, nie badali stopnia zaangażowania w projekt przez zgłaszających się dystrybutorów, aby na tej podstawie rozstrzygnąć komu przyznać cenę specjalną. Cenę specjalną ostatecznie otrzymywał wyłącznie ten dystrybutor, który jako pierwszy zarejestrował projekt. Na powyższe wskazuje przykładowo wiadomość e-mail z 1 lipca 2020 r. od dystrybutora **[informacje chronione]**, który przesłał zgłoszenie projektowe dla **[informacje chronione]**, w odpowiedzi na co pracownik Działu Projektowego Dahua poinformował „Projekt ten mamy już zarejestrowany na innego Partnera”.

Dowód: wiadomość e-mail z 7 lipca 2020 r. (16:10); Nadawca: projekty.pl@dahuatech.com (Dahua); Adresat: **[informacje chronione]**; Kopia: **[informacje chronione]**, **[informacje chronione]** (Dahua), **[informacje chronione]** (Dahua); Temat: RE: Zgłoszenie projektowe **[informacje chronione]**, k. 3137.

- (234) Potwierdza to również korespondencja wewnętrzna pracowników Dahua, w której jeden z pracowników Dahua wskazał „Dodatkowo klient zgłosił się z tematem na 25 szt. obrotówek SD6AE240V-HNI- - nie chce powiedzieć co to za temat. Masz już zgłoszenie na taką ilość?”, na co inny pracownik Dahua odpowiedział „Temat o który pytałeś to **[informacje chronione]** i jest już ochrona projektowa w tym projekcie”.

Dowód: wiadomość e-mail z 9 sierpnia 2018 r. (10:25); Nadawca: [informacje chronione] (Dahua); Adresat: [informacje chronione]; Kopia: projekty.pl@dahuatech.com; Temat: RE: [informacje chronione], k. 837.

(235) Powyższe wynika także z wiadomości e-mail pana [informacje chronione] (Dahua), który w odpowiedzi na pytanie instalatora o warunki udzielenia rabatu projektowego wskazał, że jednym z warunków jego przyznania jest „zgłoszeniu tematu (spełniającego warunki i niezarezerwowany przez innego Partnera)”. Podobnie jak w wyżej przytoczonych wiadomościach, pan [informacje chronione] (Dahua) nie wspomina o możliwości przyznania ceny specjalnej temu podmiotowi, który wykaże większe zaangażowanie się w projekt, za to wprost wskazał na to, że projekt nie może być zarejestrowany wcześniej przez innego dystrybutora.

Dowód: wiadomość e-mail z 17 lutego 2017 r. (8:50); Nadawca: [informacje chronione] (E-commerce); Adresat: [informacje chronione], [informacje chronione] (E-commerce); Kopia: [informacje chronione] (E-commerce), Zbigniew Dąbrowski (E-commerce), [informacje chronione] (E-commerce), [informacje chronione] (E-commerce); Temat: Re: Fwd: Prośba wsparcie / większy projekt / [informacje chronione] / [informacje chronione], k. 3074.

(236) Podobny wniosek wynika z korespondencji e-mail między dystrybutorem E-commerce, a Dahua, w której przedstawiciel E-commerce przed zgłoszeniem projektu zwrócił się do Dahua z pytaniem „czy poniższy projekt jest już zarejestrowany w Waszym systemie?”, w odpowiedzi przedstawiciel Dahua wskazał „Temat mamy wolny”, po otrzymaniu tej informacji E-commerce oficjalnie zgłosił projekt. Powyższa korespondencja e-mail wskazuje, że dystrybutorzy mieli świadomość tego, że wyłącznie dystrybutor, który rejestruje jako pierwszy projekt przygotowany od początku na produktach Dahua uzyska cenę specjalną. W przeciwnym wypadku, gdyby Dahua rzeczywiście zgodnie ze swoimi założeniami badała zaangażowanie dystrybutorów w projekt, powyższe pytanie byłoby bezcelowe, bowiem kwestia tego czy projekt jest już na kogoś zarejestrowany lub nie miałyby dla dystrybutora żadnego znaczenia, gdyż nadal mógłby on otrzymać cenę specjalną wykazując większe zaangażowanie w projekt.

Dowód: pismo E-commerce z 4 października 2023 r., k. 5934, 5935, wraz z zał. 1 - wiadomość e-mail z 15 września 2023 r. (10:32), Nadawca: projekty.pl; Odbiorca: [informacje chronione] (E-commerce); Kopia: [informacje chronione] (Dahua), [informacje chronione]@ecp.info.pl, Mateusz Kurowski (E-commerce); Temat: RE: Prośba o akceptację projektu, k. 5940-5943.

(237) Dodatkowo należy wskazać, że Dahua nie posiadała, żadnych opracowanych kryteriów według których miałyby weryfikować i oceniać, który z dystrybutorów był bardziej

zaangażowany w projekt. Od 2016 r. funkcjonowania rejestracji projektów, Dahua zidentyfikowała [informacje chronione], w którym z uwagi na zaangażowanie w projekt przygotowany od początku na produktach Dahua, cenę specjalną otrzymał dystrybutor, który nie zgłosił się do Dahua jako pierwszy. [informacje chronione].

Dowód: pismo Dahua z 26 września 2022 r., k. 4675.

(238) Natomiast w przypadku projektów przekładek, w których nie było pewności, że zostaną zrealizowane na produktach Dahua, kolejność zgłoszeń nie miała znaczenia dla przyznania przez Dahua ceny specjalnej. Każdy dystrybutor rejestrujący projekt, którego specyfikacja opierała się na produktach konkurencyjnych względem Dahua producentów lub w których przygotowywano ofertę alternatywną dla już zainstalowanych w danej inwestycji produktów konkurencyjnych, otrzymywał cenę specjalną w tożsamej wysokości.

Dowód:

- pismo Dahua z 2 września 2022 r., k. 4661, 4662;
- wiadomość e-mail z 1 marca 2021 r. (15:47); Nadawca: projekty.pl@dahuatech.com; Adresat: [informacje chronione] (Dahua); Temat: RE: Rejestracja projektu - [informacje chronione], k. 837;
- wiadomość e-mail z 31 sierpnia 2021 r. (16:20); Nadawca: [informacje chronione]; Adresat: projekty.pl@dahuatech.com, [informacje chronione] (Dahua); Kopia: [informacje chronione]; Temat: RE: Zgłoszenie projektu: [informacje chronione], D-PROJEKT, k. 837;
- wiadomość e-mail z 9 września 2021 r. (12:58); Nadawca: projekty.pl@dahuatech.com; Adresat: [informacje chronione] @e-alpol.com.pl (Alpol); Kopia: [informacje chronione] (Dahua), [informacje chronione] (Dahua); Temat: RE: Zgłoszenie projektowe dla obiektu [informacje chronione], k. 837.

8.1. Możliwość konkurowania w ramach projektów przygotowanych od początku na produktach Dahua

(239) Jak zostało wyżej wskazane w przypadku rejestracji projektów przygotowanych od początku na produktach Dahua, tylko jeden dystrybutor mógł otrzymać cenę specjalną, tj. nabyć produkty Dahua z wyższym rabatem niż standardowy rabat przysługujący dystrybutorom. Zasada wyłączności w zakresie otrzymania ceny specjalnej przez jednego dystrybutora była bezwzględnie przestrzegana, tj. nawet w sytuacji, gdyby klient końcowy (inwestor) zwrócił się z prośbą o przedstawienie oferty do innego dystrybutora Dahua, kolejny dystrybutor nie mógł otrzymać ceny specjalnej, jeżeli projekt był zarejestrowany wcześniej przez kogoś innego.

- Dowód:**
- pismo Dahua z 2 września 2022 r., k. 4664;
 - pismo Dahua z 19 października 2022 r., k. 4702;
 - wiadomość e-mail z 26 maja 2020 r. (13:10); Nadawca: projekty.pl@dahuatech.com; Adresat: **[informacje chronione]**; Temat: RE: **[informacje chronione]** - Zgłoszenie projektu formularz (**[informacje chronione]**) 2 lokalizacje, k. 3137.

(240) Dystrybutorzy, którzy nie zarejestrowali projektu i w związku z tym nie otrzymali ceny specjalnej na zakup potrzebnych do jego realizacji urządzeń Dahua, mogli co do zasady nadal konkurować o taki projekt, przygotowując ofertę w oparciu o standardowe (niższe od cen specjalnych) rabaty na zakup produktów Dahua [patrz akapit (62) decyzji]. Mimo braku ceny specjalnej możliwe było przygotowanie korzystniejszej cenowo oferty, poprzez dobór innych urządzeń do realizacji projektu, np. z wykorzystaniem większej liczby tańszych urządzeń z grupy „D”, zamiast droższych urządzeń z grupy „P”, które były przeznaczone do realizacji projektów.

(241) Na taką możliwość wskazuje wiadomość e-mail wysłana przez dystrybutora **[informacje chronione]** do pana Artura Prusinowskiego (Dahua), w której zgłasza problem, że ktoś inny ubiega się o zarejestrowany przez niego projekt, oferując klientowi urządzenia standardowe, czyli z grupy „D”: *„Mamy problemy z zarejestrowanym u Was projektem **[informacje chronione]**. Temat jest przez nas wypracowany – **[informacje chronione]** byli na prezentacji i przygotowali dla klienta zestawienie. Niestety ktoś nam teraz wchodzi w ten temat i proponuje klientowi rabat około **[informacje chronione]**% rabatu. Klient nie chce zdradzić skąd ta oferta, ale podobno ta firma oferuje mu również instalację. Niestety projekt jest przygotowany na urządzeniach standardowych, więc ktoś to łatwo może ukryć. Poza tym dzisiaj mamy info od klienta, że ta druga firma złożyła ofertę na innych urządzeniach Dahuy. Zdaje sobie sprawę, że może to być gra klienta, ale tutaj jest to mało prawdopodobne, bo byliśmy już prawie dogadani. Próbowaliśmy coś zadziałać z **[informacje chronione]** w piątek w tej kwestii, ale mamy mało możliwości. Wpadłem na jeszcze jeden pomysł. Może poszedłby od Was mail (od Ciebie, albo z działu projektowego) do wszystkich odbiorców Dahuy że temat **[informacje chronione]** jest objęty [objęty – UOKiK] ochroną projektową i żeby nie wciskali się tam z niższymi cenami. Tak trochę postraszyć że trzymacie rękę na pulsie. Chyba że Ty masz jeszcze inny pomysł jak to załatwić”.*

- Dowód:** wiadomość e-mail z 31 lipca 2020 r. (14:47); Nadawca: **[informacje chronione]**; Adresat: projekty.pl@dahuatech.com; Temat: RE: projekt **[informacje chronione]**, k. 837.

(242) Jak wynika z materiału dowodowego pracownicy Dahua podejmowali działania, aby takim sytuacjom zapobiegać i utrzymać projekt u tego dystrybutora, który go zarejestrował jako

pierwszy i otrzymał cenę specjalną. Działania te polegały na podejmowaniu przez pracowników Dahua bezpośredniego kontaktu z dystrybutorem, który próbował zaangażować się w już zarejestrowany projekt w celu jego zniechęcenia do realizacji projektu lub sugerowania, aby dystrybutorzy między sobą uzgodnili, który z nich będzie realizował dany projekt. W latach 2016-2021 pan [informacje chronione] (Dahua) kilka razy w miesiącu kontaktował się z dystrybutorami i zniechęcał ich do konkurowania w zarejestrowanym na innego dystrybutora projekcie informując, że „nie ma sensu” aby tracili czas. Zdarzało się również, że sugerował, aby dystrybutorzy uzgodnili między sobą kto będzie realizował dany projekt. Pan [informacje chronione] (Dahua) podejmował działania zniechęcające 2-3 razy na kwartał, sugerując dystrybutorom chcącym zaangażować się w już zarejestrowany projekt, że takie działania są „nie fair”, „wykorzystują pracę innego dystrybutora” i w związku z tym powinni „zostawić / odpuścić temat”. Powyższe działania podejmowali sporadycznie również pan [informacje chronione] (Dahua) oraz pan [informacje chronione] (Dahua).

Dowód: pismo Dahua z 19 października 2022 r., k. 4698, 4699.

- (243) Na okoliczność przekazywania przez pracowników Dahua danych do kontaktu dystrybutorów, w celu uzgodnienia, który z nich będzie realizował projekt wskazuje korespondencja e-mail, w której pracownik Działu Projektowego zwrócił się do dystrybutora Alpol z pytaniem o status zarejestrowanego przez nich projektu pn. [informacje chronione], ponieważ Dahua otrzymywała zapytania w tym temacie. Pracownik Alpol potwierdził, że pracują nad projektem i wskazał „Temat proszę trzymać dla nas”. Dwa dni później pracownik Działu Projektowego zwrócił się z pytaniem „Jeden z naszych Partnerów ([informacje chronione] [później pod nazwą [informacje chronione] – UOKiK]) prosi nas o udostępnienie kontaktu do Was, chciałby porozmawiać w temacie”. W odpowiedzi przedstawiciel Alpol wskazał, żeby przekazać kontakt do niego.

Dowód: pismo Dahua z 7 grudnia 2022 r., zał. 1 – wiadomość e-mail z 12 października 2018 r. (10:37); Nadawca: projekty.pl@dahuatech.com; Adresat: [informacje chronione] (Alpol); Temat: RE: Projekt do rejestracji, k. 4725-4732.

- (244) Na zaangażowanie pracowników Dahua, w tego rodzaju uzgodnienia między dystrybutorami wskazuje korespondencja e-mail, w której przedstawiciel E-commerce zwrócił się do opiekuna handlowego pana [informacje chronione] (Dahua) z informacją „Panie Rafale chciałem Pana prosić o zajęcie jakiegoś stanowiska w następującej sprawie. Zarejestrowałem projekt w Dahua (treść maila poniżej), złożyłem ofertę cenową do klienta a okazują się, że [informacje chronione] bez projektu, złożył ofertę na [informacje chronione]% i dostarczył już kamery do klienta. Powiem szczerze, że ja stosując się do praktyk, wymaganych procedur i zaleceń dla autoryzowanych dystrybutorów nie jestem w

stanie już konkurować na rynku w Lublinie produktami Dahua. Jakiś czas temu zgłaszałem informację o rabatach dla instalatorów na poziomie [informacje chronione]%, widziałem oferty na [informacje chronione]% do firm nie koniecznie powiązanych z branżą i teraz jeszcze nasz zgłoszony projekt, a [informacje chronione] bez projektu sprzedają na [informacje chronione]%. W odpowiedzi pan [informacje chronione] (Dahua) wskazał „Poproszę o formularz rejestracyjny, gdyż w mailu nie ma informacji, co to za projekt, więc nie mam jak sprawdzić. Temat postaram się omówić z drugą stroną, jednak nie poruszajmy takich spraw mailowo. Jak już będę miał wystarczającą ilość danych, proponuję zrobić telekonferencję”.

Dowód: pismo Dahua z 19 października 2022 r., zał. 1 – wiadomość e-mail z 27 marca 2020 (10:04); Nadawca: [informacje chronione] (Dahua); Adresat: [informacje chronione] (E-commerce); Kopia: Mateusz Kurowski (E-commerce), [informacje chronione] (E-commerce), Artur Prusinowski (Dahua); Temat: RE: Zgłoszenie projektu, k. 4711-4714.

- (245) Zdarzało się również, że przedstawiciele Dahua nie wiedzieli kim jest podmiot, ubiegający się o zarejestrowany na innego dystrybutora projekt. W takiej sytuacji przedstawiciele Dahua kontaktowali się między sobą z prośbą o powstrzymanie swoich dystrybutorów przed konkurowaniem o dany projekt, a także na wypadek realizacji projektu przez kogoś innego wskazywali na możliwość ustalenia jego danych po numerach seryjnych produktów. Na powyższą okoliczność wskazuje wiadomość e-mail z 24 lipca 2020 r., w której pan [informacje chronione] (Dahua) zwrócił się do pracowników Dahua: „Proszę was jeszcze raz byście zweryfikowali z waszymi partnerami czy nie uczestniczy/ i w zapytaniu o dostawę 3 zestawów HBTM do [informacje chronione]. Projekt jest zarejestrowany w systemie na [informacje chronione] i jest to kolejna dostawa. Niestety ktoś założył sobie że ma na to wsparcie i [informacje chronione] przegrał. Z informacji jakie uzyskałem to firma która wygrała mówi wprost że posiada wsparcie cenowe od Dahua. Proszę pogadajcie z waszymi partnerami. Ja nie odpuszczę tematu i będę tak długo drążył aż znajdę tą firmę. Jeśli ktoś inny niż [informacje chronione] dostarczy tam sprzęt to dostane numery seryjne urządzeń”.

Dowód: pismo Dahua z 23 czerwca 2023 r., zał. 6 – wiadomość e-mail z 24 lipca 2020 r. (8:33); Nadawca: [informacje chronione] (Dahua); Adresat: Artur Prusinowski (Dahua), [informacje chronione] (Dahua), [informacje chronione] (Dahua), [informacje chronione] (Dahua), [informacje chronione] (Dahua), [informacje chronione] (Dahua), [informacje chronione] (Dahua), [informacje chronione] (Dahua), [informacje chronione] (Dahua); Kopia: zamówienia.pl (Dahua); Temat: [informacje chronione] – HBTM, k. 4865 i 4866.

(246) Ponadto, gdy pojawiała się konkurencja na już zarejestrowanym projekcie, pracownicy Dahua uprzedzali o tym fakcie Dział Projektowy i prosili o informację, jeżeli ktoś złoży zamówienie na produkty Dahua potrzebne do realizacji takiego projektu oraz o wstrzymanie takiej sprzedaży. Na powyższe wskazuje korespondencja e-mail, w której dystrybutor E-commerce zwraca się do Dahua „(...) przesyłam w załączniku ofertę jaką przygotowałem dla **[informacje chronione]**. Oferta jest na **[informacje chronione]**% rabacie na produktach Dahua. Na podstawie mojej oferty, któryś z Waszych partnerów handlowych przygotował ofertę dokładnie o **[informacje chronione]**zł niższą, a tak naprawdę **[informacje chronione]** jest klientem końcowym który nie powinien otrzymać tak wysokiego rabatu”. W reakcji na powyższe pan **[informacje chronione]** (Dahua) przesłał powyższego e-maila do Działu Projektowego oraz pozostałych opiekunów handlowych dystrybutorów z informacją „Ktoś z naszych dystrybutorów wszedł w temat E-COMMERCEa z Gdańska, zaniżając ceny. W załączniku zestawienie, które będzie zamawiane dziś lub jutro. Bardzo proszę o natychmiastową informację, jeśli pojawi się takie zestawienie i nie wystawianie faktury”. Celem prośby pana **[informacje chronione]** (Dahua) o wstrzymanie się z wystawieniem faktury było zdobycie czasu na kontakt z dystrybutorem, który chciał konkurować o już zarejestrowany projekt objęty ochroną projektową i potencjalnie próbę zniechęcenia go do konkurowania.

- Dowód:**
- wiadomość e-mail z 13 grudnia 2017 r. (15:38); Nadawca: **[informacje chronione]** (Dahua); Adresat: zamowienia.pl@global.dahuatech.com; Kopia: Artur Prusinowski (Dahua), **[informacje chronione]** (Dahua), **[informacje chronione]** (Dahua), **[informacje chronione]** (Dahua); Temat: FW: Zaniżanie cen, wraz z załącznikiem, k. 45;
 - pismo Dahua z 19 października 2022 r., k. 4703.

(247) Podobna sytuacja zgłoszenia do Działu Projektowego informacji o możliwości złożenia zamówienia przez dystrybutora, który nie miał zarejestrowanego projektu, miała miejsce w wiadomości e-mail z dnia 26 lutego 2019 r. W treści tej wiadomości pan **[informacje chronione]** (Dahua) zwrócił się z prośbą „jak ktoś będzie zamawiał większą ilość kamer PTZ SD59430U-HNI (powyżej 10 szt.) proszę o informacje. Ktoś nieładnie wchodzi bokiem w ułożony, zarejestrowany projekt i zaniża ceny”.

- Dowód:**
- wiadomość e-mail z 26 lutego 2019 r. (09:53); Nadawca: **[informacje chronione]** (Dahua); Adresat: zamowienia.pl@dahuatech.com; Kopia: Artur Prusinowski (Dahua); Temat: SD59430U-HNI, k. 42.

(248) Powyższe potwierdza korespondencja e-mail, w której przedstawiciel Techglobal zwrócił się do Dahua z prośbą o zarezerwowanie projektu. W odpowiedzi na przesłaną wiadomość opiekun handlowy Techglobal – pan **[informacje chronione]** (Dahua) zwrócił się do pani

[informacje chronione] (Dahua) „Proszę o zachowanie czujności, bo doszły nas słuchy że może ktoś będzie chciał nas bokiem obejść”.

Dowód: wiadomość e-mail z 29 kwietnia 2021 r. (12:54); Nadawca: [informacje chronione] (Dahua); Adresat: [informacje chronione] (Dahua), Marcin Gradzewicz (Techglobal); Kopia: projekty.pl@dahuatech.com; Temat: „RE: Zgłoszenie projektu. [informacje chronione]”, k. 42.

(249) Dodatkowo, pomimo istniejącej teoretycznie możliwości konkurencji ze strony dystrybutorów, którzy nie zarejestrowali projektu i przygotowali ofertę na gruncie przysługujących im u Dahua rabatów standardowych, sami dystrybutorzy zakładali, że skoro projekt został zarejestrowany to inni dystrybutorzy nie będą mogli go realizować. Wskazuje na to wiadomość e-mail od przedstawiciela [informacje chronione] „Mam niestety nie miłą informację. Firma [informacje chronione] [integrator współpracujący z [informacje chronione] - UOKiK] nie realizuje zgłoszonego i zaprojektowanego przez siebie tematu [informacje chronione]. Pomimo blokady sprzętu i zgłoszenie realizuje inna firma wykonawcza z Warszawa ([informacje chronione]) [integrator współpracujący z dystrybutorem [informacje chronione] – UOKiK], która jak twierdzi otrzymała lepsze rabaty w Warszawie. Bardzo proszę o informację jaki dystrybutor pomimo blokady sprzętu dokonał tego zakupu? Dlaczego inny dystrybutor może kupić zgłoszony <temat> i otrzymać projektowy rabat? Jaką mam pewność na przyszłość, że zgłoszone do Was tematy będziemy realizować?”. W odpowiedzi na powyższe, podobnie jak w poprzednich sytuacjach, pracownicy Dahua zapowiedzieli, że będą weryfikować kto zamówił produkty potrzebne do realizacji zamówienia oraz wyciągać konsekwencję: „Musimy to zweryfikować, produkt po produkcji, kto i w jakich cenach kupił (zwłaszcza produkty z grupy P) i na jaki projekt. Na ten projekt żaden dystrybutor prócz Was nie dostał spota [ceny specjalnej – UOKiK]. Mogła to być próba wyludzenia rabatu zgłaszając inny projekt lub projekty, ale to musimy zweryfikować i wyciągnąć konsekwencję”. Kilka dni później przedstawiciel [informacje chronione] skontaktował się z Dahua w tym temacie, po raz kolejny prosząc o sprawdzenie „czy sprzęt został zamówiony przez inną firmę pomimo blokady projektu”.

Dowód:

- wiadomość e-mail z 5 grudnia 2018 r. (12:47); Nadawca: [informacje chronione] (Dahua); Adresat: [informacje chronione] (Dahua); Temat: FW: [informacje chronione], k. 42;
- pismo Dahua z 26 września 2022 r., k. 4676;
- wiadomość e-mail z 5 grudnia 2018 r. (12:54); Nadawca: [informacje chronione] (Dahua); Adresat: [informacje chronione], [informacje chronione] (Dahua), zamowienia.pl@global.dahuatech.com; Kopia:

[informacje chronione], [informacje chronione] (Dahua), Artur Prusinowski (Dahua); Temat: RE: [informacje chronione], k. 837;

- wiadomość e-mail z 8 listopada 2018 r. (10:00); Nadawca: [informacje chronione]; Adresat: zamowienia.pl@global.dahuatech.com; Kopia: [informacje chronione] (Dahua); Temat: FW: [informacje chronione], k. 837.

(250) Podobnie przedstawiciel Alkam zwrócił się z pytaniem do swojego opiekuna handlowego pana [informacje chronione] (Dahua) z pytaniem: „*Proszę o informację czy jest do Państwa zgłoszony projekt dla [informacje chronione] na system monitoringu wizyjnego w [informacje chronione]. Nie chciałbym się w niego angażować, jeśli ktoś już zarezerwował ten temat*”. W odpowiedzi pracownik Działu Projektowego Dahua wskazał: „*Proszę o przesłanie adresu [informacje chronione]*”.

Dowód: wiadomość e-mail z 7 grudnia 2020 r. (15:08); Nadawca: projekty.pl@dahuatech.com; Adresat: [informacje chronione] (Dahua), [informacje chronione] (Alkam); Temat: RE: Zapytanie dotyczące projektu, k. 837.

9. Zaprzestanie ustaleń

(251) Pierwszy cennik produktów Dahua niezawierający postanowienia dotyczącego obowiązku publikacji cen MSRP na stronach internetowych przez dystrybutorów [akapit (66) decyzji] został wysłany 5 listopada 2021 r. i obowiązywał od 1 grudnia 2021 r. W cenniku tym, w miejsce poprzedniej klauzuli wpisano: „**MSRP cena PLN netto - Cena sugerowana (Manufacturer's Suggested Retail Price). Rzeczywista cena odsprzedaży zależy wyłącznie od dystrybutora*”.

Dowód:

- pismo Dahua z 24 maja 2022 r., zał. 43 – wiadomość e-mail z 5 listopada 2021 r. (9:00); Nadawca: Artur Prusinowski (Dahua); Adresat: [informacje chronione] (Dahua), [informacje chronione] (Dahua), [informacje chronione] (Dahua), [informacje chronione] (Dahua), [informacje chronione] (Dahua), [informacje chronione] (Dahua), [informacje chronione] (Dahua), [informacje chronione] (Dahua), [informacje chronione] (Dahua), [informacje chronione] (Dahua) wraz z adresami dystrybutorów umieszczonymi w ukrytej kopii, k. 4072;
- pismo Dahua z 24 maja 2022 r., zał. 44 – Cennik Dahua ważny od 1 grudnia 2021 r., k. 4074-4118.

(252) Od 2021 roku Dahua zaprzestała rekomendacji rabatów, co potwierdza prezentacja ze spotkania partnerów Dahua, które odbyło się na początku września 2021 roku, w której nie występuje slajd podsumowujący rekomendowane rabaty.

Dowód: pismo Dahua z 24 maja 2022 r., zał. 35 – Prezentacja - Spotkanie Partnerów Dahua - Q3 2021, k. 4004-4030.

(253) Również umowy o współpracy handlowej zawierane przez Dahua z dystrybutorami na 2022 rok nie przewidywały już obowiązku informowania Dahua o planowanych promocjach.

Dowód: pismo Dahua z 24 maja 2022 r., zał. 2 - Umowa z dystrybutorem Delta-Opti z 1 stycznia 2022 r. , k. 3607-3633.

(254) Dodatkowo pracownicy Dahua przekazali dystrybutorom podczas spotkań bezpośrednich oraz rozmów telefonicznych odbywających się we wrześniu i w październiku 2021 r., informacje, że mają pełną swobodę w kreowaniu cen odsprzedaży oraz organizowaniu indywidualnych promocji bez zgody Dahua. Ponadto handlowcy zwrócili się z prośbą o nieprzesyłanie zgłoszeń o zaniżaniu cen produktów Dahua, ponieważ Dahua nie ingeruje w ceny odsprzedaży na rynku.

Dowód: pismo Dahua z 24 maja 2022 r., zał. 42 – Oświadczenia opiekunów handlowych dystrybutorów Dahua, k. 4056-4070.

(255) Powyższą okoliczność potwierdza zarówno wewnętrzna, jak i zewnętrzna korespondencja Dahua, w której konsekwentnie spółka komunikowała informacje, że Dahua „*nie reguluje cen odsprzedaży urzędów na rynku*”, „*nie zajmuje się ustalaniem lub kontrolą cen*”, a *dystrybutorzy mają pełną swobodę w ustalaniu swoich cen odsprzedaży*”.

Dowód: pismo Dahua z 24 maja 2022 r., zał. 45-54, k. 4120-4139, 4147-4152, 4157-4164.

(256) Natomiast w kwestii rejestracji projektów przygotowywanych od początku na produktach Dahua, w ramach których Dahua przyznawała wyłącznie jednemu dystrybutorowi (który zgłosił projekt jako pierwszy) cenę specjalną i podejmowała działania, aby zniechęcić pozostałych dystrybutorów do konkurencji o projekt zarejestrowany uprzednio na innego dystrybutora, Dahua wskazała, że do 31 grudnia 2021 r. pracownicy Dahua przestali kontaktować się z dystrybutorami w celu nakłonienia ich do rezygnacji z ubiegania się o zarejestrowany projekt. Natomiast, jak wynika z oświadczenia E-commerce oraz materiału dowodowego przydzielanie projektów od początku przygotowanych na produktach Dahua wyłącznie jednemu dystrybutorowi, który jako pierwszy zgłosił projekt trwało jeszcze przynajmniej 15 września 2023 r. [akapit (236) decyzji]. W tym względzie Dahua wskazała, że zaniechała takich działań od 17 października 2023 r. w ten sposób, że od tej daty każdy dystrybutor, który zgłosi taki projekt otrzymuje cenę specjalną na zakup produktów Dahua.

- Dowód:**
- pismo Dahua z 29 sierpnia 2023 r., k. 5561, oraz zał. 1, k. 5564-5569;
 - pismo Dahua z 17 października 2023 r., k. 6086, oraz zał. 1, k. 6102-6107.

10. Wniosek Dahua złożony w ramach programu łagodzenia kar

- (257) W dniu 24 maja 2022 r. Dahua złożyła wniosek w ramach programu łagodzenia kar. W ramach współpracy z Prezesem Urzędu wnioskodawca przedstawiał również dalsze wyjaśnienia pisemne.
- (258) Wnioskodawca wskazał, że między Dahua a dystrybutorami istniało porozumienie, które polegało na stosowaniu przy sprzedaży produktów Dahua cen minimalnych wynikających z cennika Dahua oraz rabatów maksymalnych obliczanych od cen z cennika Dahua. Dodatkowo Dahua wskazała, że narzucała dystrybutorom promocje dla instalatorów ze sztywnymi cenami odsprzedaży oraz zatwierdzała promocje cenowe organizowane przez dystrybutorów. Porozumienie dotyczyło wszystkich produktów Dahua wskazanych w cenniku Dahua i obejmowało terytorium całego kraju.
- (259) Ponadto pismem z 19 października 2022 r. Dahua uzupełniła opis praktyki przedstawiony we wniosku wskazując dodatkowo, że w przypadku projektów przygotowanych od początku na produktach Dahua dochodziło do sytuacji, w których pracownicy Dahua po otrzymaniu informacji, że w ramach już zarejestrowanego projektu inny (kolejny) dystrybutor próbuje zaangażować się w ten sam projekt, podejmowali próby zniechęcenia go do udziału w tym projekcie. Próby zniechęcania były podejmowane głównie telefonicznie. Jedynie w odosobnionych przypadkach do tego typu sugestii nawiązywano w wiadomościach e-mail. Dodatkowo pismem z 17 października 2023 r. Dahua oraz pan Prusinowski przyznali, że praktyka podziałowa polegała również na tym, że pracownicy Dahua wielokrotnie przyznawali cenę specjalną wyłącznie jednemu dystrybutorowi rejestrującemu projekt przygotowywany od początku na produktach Dahua, jako pierwszy. Spółka nie weryfikowała tym samym czy taki dystrybutor podjął jakiegokolwiek działania w celu pozyskania danego projektu. W konsekwencji, gdy jakiś projekt chciało zarejestrować więcej dystrybutorów, przy braku weryfikacji, a także kryteriów, według których pracownicy Dahua mogliby weryfikować takie zaangażowanie, projekt przyznawano dystrybutorowi, który zgłosił go jako pierwszy.
- (260) Celem porozumienia był zapewnienie rozsądnej marży dla dystrybutorów, co miało pozwolić im na inwestycje, szkolenia i promowanie marki Dahua. Przyjęcie takiego modelu biznesowego miało zachęcić dystrybutorów do sprzedaży produktów Dahua, a tym samym być finansowo korzystne dla wszystkich stron praktyki.

- (261) Dahua wskazała, że od początku swojej działalności w Polsce stosowała cennik MSRP, natomiast najwcześniejszy zidentyfikowany dowód w postaci przekazywania informacji dotyczących maksymalnych rabatów pochodzi z października 2016 r. Praktyka w tym zakresie została zaprzestana we wrześniu/październiku 2021 r., kiedy to pracownicy działu handlowego Dahua przekazali dystrybutorom podczas spotkań bezpośrednich oraz rozmów telefonicznych informację, że mają pełną swobodę w kreowaniu cen odsprzedaży oraz organizowaniu indywidualnych promocji bez zgody Dahua. Ponadto handlowcy Dahua zwrócili się z prośbą o nieprzesyłanie zgłoszeń o zaniżaniu cen, ponieważ Dahua nie ingeruje w ceny odsprzedaży na rynku. Natomiast w zakresie ustaleń podziałowych Dahua wskazała, że do 31 grudnia 2021 r. pracownicy Dahua przestali kontaktować się z dystrybutorami w celu nakłonienia ich do rezygnacji z ubiegania się o zarejestrowany projekt, a do 17 października 2023 r. Dahua zaniechała przydzielania projektów od początku przygotowanych na produktach Dahua wyłącznie jednemu dystrybutorowi, który jako pierwszy zgłosił taki projekt.

Ocena prawna

11. Interes publiczny

Ramy prawne

- (262) Zgodnie z art. 1 ust. 1 u.o.k.k. ustawa ta określa warunki rozwoju i ochrony konkurencji oraz zasady podejmowanej w interesie publicznym ochrony interesów przedsiębiorców i konsumentów. Prezes Urzędu 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 o ochronie konkurencji i konsumentów jest samo istnienie konkurencji jako atmosfery, w jakiej prowadzona jest działalność gospodarcza.¹¹ Ustawa o ochronie konkurencji i konsumentów chroni istnienie konkurencji jako optymalnego sposobu podziału dóbr, zatem każde działanie wymierzone w ten mechanizm, godzi w interes publiczny.¹²

Zastosowanie prawa w niniejszej sprawie

- (263) Prezes Urzędu uznał, że w niniejszej sprawie występuje interes publiczny w wydaniu decyzji stwierdzającej naruszenie reguł konkurencji. Powyższe wynika z faktu, że naruszenie to odnosi się do nieoznaczonego i szerokiego kręgu podmiotów, tj. podmiotów pozyskujących produkty sprzedawane pod marką Dahua od polskich autoryzowanych dystrybutorów tej

¹¹ Wyrok Sądu Okręgowego w Warszawie – Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów z 16 listopada 2005 r., sygn. akt XVII Ama 97/04.

¹² Wyrok Sądu Najwyższego z 5 czerwca 2008 r., sygn. akt III SK 40/07.

marki. Przedmiotowe naruszenie obejmowało ustalenia wysokości cen odsprzedaży produktów Dahua, a także podział rynku polegający na przydzielaniu projektów od początku przygotowanych na produktach Dahua, które w praktyce stanowiły transakcje sprzedaży produktów Dahua o dużej wartości, wyłącznie jednemu dystrybutorowi.

- (264) Wobec powyższego Prezes Urzędu przyjął, że istnieje interes publiczny w wydaniu decyzji stwierdzającej naruszenie prawa ochrony konkurencji.

12. Status przedsiębiorcy

Ramy prawne

- (265) Pojęcie „przedsiębiorcy” na potrzeby zastosowania ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów zdefiniowane zostało w art. 4 pkt 1 u.o.k.k. W zakres tej definicji wchodzi między innymi przedsiębiorcy w rozumieniu ustawy z dnia 6 marca 2018 r. Prawo przedsiębiorców (Dz.U. z 2023 r. poz. 221 ze zm.). Zgodnie z art. 4 ust. 1 ustawy Prawo przedsiębiorców, przedsiębiorcą jest osoba fizyczna, osoba prawna lub jednostka organizacyjna niebędąca osobą prawną, której odrębna ustawa przyznaje zdolność prawną, wykonująca działalność gospodarczą. Zgodnie zaś z art. 3 tej ustawy, działalnością gospodarczą jest zorganizowana działalność zarobkowa, wykonywana we własnym imieniu i w sposób ciągły.
- (266) Prawo unijne dla określenia podmiotów, którym może być przypisana odpowiedzialność za naruszenie zakazów praktyk ograniczających konkurencję posługuje się z kolei pojęciem „przedsiębiorstwo” (ang. *undertaking*). Zgodnie z utrwalonym orzecznictwem unijnym pojęcie „przedsiębiorstwa” obejmuje każdy podmiot zaangażowany w działalność gospodarczą niezależnie od jego formy prawnej i sposobu finansowania.¹³ Działalność polegającą na oferowaniu dóbr i usług uznaje się za działalność gospodarczą.¹⁴

Zastosowanie prawa w niniejszej sprawie

- (267) Prezes Urzędu uznał, że wszystkie strony postępowania spełniają przesłanki konieczne do uznania ich za przedsiębiorców (przedsiębiorstwa) w rozumieniu odpowiednio przepisów krajowych i unijnych. Wynika to z faktu, że Dahua, Alkam, Alpol i E-commerce są spółkami prawa handlowego zarejestrowanymi w rejestrze przedsiębiorców [pkt 2.1-2.4 decyzji], natomiast Delta-Opti, Techglobal Marcin Gradzewicz i Techglobal Michał Gałęzowski to jednoosobowe działalności gospodarcze zarejestrowane w Centralnej Ewidencji i Informacji o Działalności Gospodarczej [pkt 2.5.-2.7. decyzji]. Wszystkie strony postępowania prowadzą

¹³ Wyrok Trybunału Sprawiedliwości z 23 kwietnia 1991 r. w sprawie C-41/90, *Höfner*, EU:C:1991:161, akapit 21.

¹⁴ Wyrok Trybunału Sprawiedliwości z 12 września 2000 r. w sprawie C-180/98, *Pavlov*, EU:C:2000:428, akapit 75.

działalność gospodarczą polegającą m.in. na sprzedaży hurtowej i detalicznej urządzeń elektronicznych (dystrybutorzy) lub wprowadzaniu do obrotu na terytorium Rzeczypospolitej Polskiej produktów marki Dahua (Dahua).

13. Rynek właściwy

Ramy prawne

- (268) Koncepcja rynku właściwego stanowi narzędzie analityczne służące weryfikowaniu, czy w kontekście określonej teorii szkody może dochodzić do zapobieżenia, ograniczenia lub zakłócenia konkurencji.
- (269) W orzecznictwie unijnym przyjęto, że obowiązek określenia rynku właściwego w kontekście stosowania art. 101 TFUE 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 (dalej: „**Państwa Członkowskie**”) oraz czy ich celem lub skutkiem jest zapobieżenie, ograniczenie lub zakłócenie konkurencji wewnątrz rynku wewnętrznego.¹⁵
- (270) 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.¹⁶ Rynek właściwy geograficznie to rynek obejmujący określony obszar, na którym produkt jest sprzedawany i na którym występują wystarczająco homogeniczne warunki konkurencji.¹⁷
- (271) W prawie krajowym przez „rynek właściwy” należy rozumieć – zgodnie z art. 4 pkt 9 u.o.k.k. – 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.

¹⁵ 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; wyroku 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.

¹⁶ 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.

¹⁷ Wyrok Trybunału Sprawiedliwości z 31 marca 1998 r. w sprawie C-68/94, *Kali und Salz*, EU:C:1998:148, akapit 143.

Zastosowanie prawa w niniejszej sprawie

- (272) W odniesieniu do prawa unijnego Prezes Urzędu stwierdził, że opisane w decyzji naruszenie miało charakter naruszenia ze względu na cel i wpływało na handel między Państwami Członkowskimi. Naruszenie to dotyczyło wskazanych w decyzji produktów (sprzętów elektronicznych marki Dahua) i odnosiło się do obszaru Polski. Kwestie charakteru naruszenia i wpływu na handel omawiane są szerzej w kolejnych częściach decyzji.
- (273) Na potrzeby oceny praktyki opisanej w decyzji w kontekście prawa polskiego, Prezes Urzędu stwierdził, że do wyeliminowania, ograniczenia lub naruszenia konkurencji w inny sposób doszło na rynku produktów elektronicznych stanowiących elementy systemu monitoringu, urządzenia dostępu i akcesoria związane z systemami bezpieczeństwa. Taka definicja wynika z faktu, że porozumienie zostało zawarte pomiędzy podmiotem, który wprowadza do obrotu produkty ze wskazanej wyżej kategorii sprzętów elektronicznych a współpracującymi z tym podmiotem sprzedawcami detalicznymi i hurtowymi.
- (274) Działania opisane w pkt 5-8 decyzji dotyczyły wszystkich produktów marki Dahua wskazanych w cennikach Dahua, a zarzucane ustalanie cen odsprzedaży produktów Dahua odnosi się do wszystkich kanałów sprzedaży tych produktów zarówno w sklepach stacjonarnych, jak i w Internecie.¹⁸ Przy czym w kanale internetowym sprzedaż jest prowadzona zarówno poprzez własne sklepy internetowe dystrybutorów, jak i za pośrednictwem platform aukcyjnych¹⁹, np. Allegro. W konsekwencji, skoro praktyka dotyczyła wszystkich produktów Dahua, oferowanych we wszystkich kanałach sprzedaży dystrybutorów, nie ma potrzeby dalszej segmentacji tego rynku.
- (275) Prezes Urzędu uznał, że naruszenie dotyczyło rynku geograficznego obejmującego Polskę. Dystrybutorzy koncentrują swoją działalność na ofertowaniu produktów klientom prowadzącym działalność w Polsce. Dystrybucja urządzeń marki Dahua na głównych rynkach europejskich jest oparta na lokalnych spółkach krajowych (Dahua, Dahua Technology Hungary, Dahua Technology Slovenija, Dahua Technology Greece itd.), które pełnią rolę importera oraz odpowiadają za dystrybucję produktów na danym rynku za pośrednictwem dystrybutorów obsługujących i nawiązujących bezpośrednie kontakty z klientami. Dahua jest odpowiedzialna za kreowanie strategii docierania ze swoimi produktami do klientów w Polsce i koncentruje się na kontaktach z polskimi dystrybutorami. Tak więc sama organizacja systemu dystrybucji produktów Dahua wskazuje, że rynek geograficzny obrotu produktami marki Dahua jest rynkiem krajowym i w tym przypadku obejmuje obszar Polski. Także

¹⁸ Nie wszyscy dystrybutorzy Dahua prowadzili sprzedaż za pośrednictwem sklepów stacjonarnych i internetowych. Spośród stron przedmiotowego postępowania sprzedaż w sklepach stacjonarnych nie prowadził Alpol, natomiast sprzedaż internetowej Techglobal Marcin Gradzewicz i Techglobal Michał Gałęzowski.

¹⁹ Spośród stron przedmiotowego postępowania sprzedaż na portalach aukcyjnych prowadzili E-commerce i Alkam.

materiał dowodowy odnoszący się do kontaktów pomiędzy dystrybutorami wskazuje, że nie postrzegali oni podmiotów spoza Polski jako zagrożenia konkurencyjnego.

- (276) Mając na względzie powyższe należy uznać, że rynkiem właściwym jest krajowy rynek dystrybucji produktów elektronicznych stanowiących elementy systemu monitoringu, urządzenia dostępu i akcesoria związane z systemami bezpieczeństwa.

14. Naruszenie art. 6 u.o.k.k. i art. 101 TFUE

14.1. Porozumienia i praktyki uzgodnione

Ramy prawne

- (277) Zgodnie z art. 101 TFUE niezgodne z rynkiem wewnętrznym i zakazane są wszelkie porozumienia między przedsiębiorstwami, wszelkie decyzje związków przedsiębiorstw i wszelkie praktyki uzgodnione, które mogą mieć wpływ na handel między Państwami Członkowskimi i których celem lub skutkiem jest zapobieżenie, ograniczenie lub zakłócenie konkurencji wewnątrz rynku wewnętrznego.
- (278) Jednocześnie zgodnie z art. 6 u.o.k.k. zakazane są porozumienia, których celem lub skutkiem jest wyeliminowanie, ograniczenie lub naruszenie w inny sposób konkurencji na rynku właściwym. Przez „porozumienia” zgodnie z art. 4 pkt 5 u.o.k.k. 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.
- (279) Z kolei art. 101 TFUE wskazuje, że zakazane są porozumienia (ang. *agreements*), uzgodnione praktyki (ang. *concerted practices*) oraz decyzje związków przedsiębiorców. Dla istnienia porozumienia (prawo unijne) wystarczające jest, aby między przynajmniej dwoma przedsiębiorstwami istniała zgodność woli, przy czym sposób w jaki się ona objawia pozostaje nieistotny.²⁰ 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.²¹
- (280) W praktyce decyzyjnej Komisji przyjmuje się, że jeżeli nie istnieje wyraźne porozumienie (np. spisana umowa) wyrażające zgodną wolę przedsiębiorców, istnienia porozumienia można dowodzić na tej podstawie, że jednostronna polityka danej strony porozumienia (np.

²⁰ Wyrok Trybunału Sprawiedliwości z 6 stycznia 2004 r. w sprawach połączonych C-2/01 P oraz C-3/01 P, *Bundesverband der Arzneimittel-Importeure*, EU:C:2004:2, akapit 96.

²¹ Wyrok Trybunału Sprawiedliwości z 14 lipca 1972 r. w sprawie C-48/69, *Imperial Chemical Industries*, EU:C:1972:70, akapit 64.

producenta) uzyskuje zgodę innych jego stron (np. jego dystrybutorów). Przy braku wyraźnego porozumienia wyrażającego zgodną wolę, o istnieniu takiej zgody można wnosić z zawartego wcześniej porozumienia o charakterze ogólnym. Komisja może także dowodzić istnienia milczącej zgody dystrybutorów na określoną formę funkcjonowania sieci dystrybucji – na tej podstawie, że jedna strona wymaga wyraźnie lub domyślnie współpracy od drugiej strony w celu wdrożenia określonej polityki jednostronnej, a druga strona poddaje się temu wymaganiu, wprowadzając jednostronną politykę w życie.²²

- (281) Niemniej jednak podkreślenia wymaga, że to samo zachowanie może jednocześnie zawierać zarówno elementy porozumienia i praktyki uzgodnionej (prawo unijne). 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 (prawo unijne).²³
- (282) Chociaż prawo unijne i polskie używają różnych pojęć do nazwania form współpracy między podmiotami rynkowymi, należy stwierdzić, że przesłanki określenia, że dane zachowanie stanowiło umowę lub uzgodnienie w rozumieniu prawa polskiego są takie same, jak przesłanki dla uznania, że zachowanie to stanowiło odpowiednio porozumienie lub praktykę uzgodnioną w rozumieniu prawa unijnego. Z tych względów w dalszej części decyzji Prezes Urzędu posługuje się sformułowaniem „porozumienie” zgodnie z jego polskim rozumieniem, o ile nie zastrzeżono inaczej. W konsekwencji przez „porozumienie” należy rozumieć: umowy (prawo polskie), uzgodnienia (prawo polskie), porozumienia (prawo unijne), praktyki uzgodnione (prawo unijne).

Zastosowanie prawa w niniejszej sprawie

- (283) Prezes Urzędu uznał, że działania opisane w pkt 5-8 decyzji świadczą o istnieniu porozumienia i praktyki uzgodnionej w rozumieniu prawa unijnego i porozumienia w rozumieniu prawa polskiego. Powyższy wniosek wynika z następujących względów.
- (284) Ze zgromadzonego materiału dowodowego jednoznacznie wynika, że w latach 2016-2023 między Dahua a dystrybutorami czynione były uzgodnienia co do wspólnego sposobu działania na rynku. Ustalenia te dotyczyły zarówno wysokości cen minimalnych i cen sztywnych sprzedaży produktów Dahua, jak i podziału rynku poprzez przydzielanie projektów przygotowanych od początku na produktach Dahua (tj. transakcji sprzedaży o dużej wartości)

²² Komunikat Komisji – wytyczne w sprawie ograniczeń wertykalnych (Dz. Urz. UE z 2010 nr C 130, s. 1, akapit 25), obecnie Komunikat Komisji – wytyczne w sprawie ograniczeń wertykalnych (Dz. Urz. UE z 2022 nr C 248, s. 18, akapit 54).

²³ Wyrok Sądu Pierwszej Instancji z 20 kwietnia 1999 r. w sprawie T-305/94, *Limburgse Vinyl Maatschappij*, EU:T:1999:80, akapit 696.

do realizacji przez jednego dystrybutora i zniechęcanie pozostałych dystrybutorów do konkurowania o przydzielony projekt.

(285) W oparciu o zgromadzony materiał dowodowy, sposób funkcjonowania przedmiotowego porozumienia można zobrazować w następujących punktach:

1. między Dahua a dystrybutorami dochodziło do **uzgadniania cen minimalnych** poprzez przekazywanie przez Dahua dystrybutorom cenników wyznaczających ceny poniżej których dystrybutorzy nie powinni sprzedawać produktów Dahua wobec klientów końcowych [pkt 5.1 decyzji], a także poprzez przekazywanie przez Dahua dystrybutorom informacji o wysokościach rabatów maksymalnych, jakie powinni stosować przy sprzedaży produktów Dahua do instalatorów, integratorów systemów, redystrybutorów oraz na portalu Allegro [pkt 5.2 decyzji] oraz poprzez przekazywanie dystrybutorom informacji o wysokościach rabatów maksymalnych, jakie powinni stosować przy sprzedaży produktów Dahua w ramach organizowanych przez siebie promocji [pkt 5.4 decyzji];
2. między Dahua a dystrybutorami dochodziło do **uzgadniania cen sztywnych** poprzez przekazywanie informacji o wysokości cen promocyjnych, jakie dystrybutorzy powinni stosować przy sprzedaży produktów Dahua w ramach promocji organizowanych przez Dahua [pkt 5.3 decyzji];
3. między Dahua a dystrybutorami dochodziło do **uzgadniania cen minimalnych**, jakie powinni stosować redystrybutorzy (tj. podmioty nabywające produkty Dahua od dystrybutorów) przy odsprzedaży produktów Dahua do własnych odbiorców [pkt 5.5 decyzji];
4. między Dahua a dystrybutorami dochodziło do **uzgodnień podziałowych** poprzez przydzielanie projektów przygotowanych od początku na produktach Dahua (tj. transakcji sprzedaży o dużej wartości) do realizacji przez jednego dystrybutora i zniechęcanie pozostałych dystrybutorów do konkurowania o już przydzielony projekt [pkt 8 decyzji];
5. dystrybutorzy kierowali do Dahua **skargi na nieprzestrzeganie ustaleń cenowych** przez pozostałych dystrybutorów [pkt 6.1 decyzji] oraz ich redystrybutorów [pkt 6.2 decyzji], w tym wprost zwracali się o podjęcie przez Dahua interwencji w tym zakresie [akapit (95), (108), (144), (162), (166), (169), (183), (190), (192), (196), (197), (210) decyzji];
6. **Dahua weryfikowała skargi** zwracając się w tej sprawie do dystrybutora, którego dane zgłoszenie dotyczyło [akapit (89), (171)-(175), (203) decyzji]. W sytuacji, gdy skarga dotyczyła działań redystrybutora, a Dahua nie wiedziała kto dostarcza

danemu redystrybutorowi produkty Dahua, Dahua samodzielnie lub przez dystrybutorów dokonywała tzw. zakupu kontrolowanego, aby po numerze seryjnym produktów ustalić dane dystrybutora [akapit (159), (207)-(213) decyzji];

7. **Dahua dyscyplinowała dystrybutorów** nieprzestrzegających ustaleń cenowych, zarówno w zakresie cen przez nich stosowanych, jak i cen stosowanych przez ich redystrybutorów. Z jednej strony dyscyplinowanie to przybierało formę interwencji w celu doprowadzenia do zmiany cen oferowanych przez dystrybutorów lub ich redystrybutorów [akapit (82), (106), (107), (111), (144), (145), (149)-(153), (160) decyzji], ewentualnie pracownicy Dahua zwracali się o usunięcie oferty z portalu Allegro [akapit (108), (176), (177), (218) decyzji] lub całkowite zaniechanie sprzedaży do danego redystrybutora [akapit (217) decyzji]. Z drugiej strony w ramach dyscyplinowania pracownicy Dahua informowali dystrybutorów ogólnie o możliwych konsekwencjach [akapit (88), (94) decyzji], a także wskazywali na konsekwencje w postaci utraty dodatkowego rabatu na zakup produktów Dahua od Dahua [akapit (76), (159), (165), (208) decyzji] lub rozwiązania umowy [akapit (76), (87), (90), (112) decyzji].

- (286) Odnosząc się do podejmowanych między Dahua a dystrybutorami uzgodnień dotyczących **stosowania cen minimalnych** wskazać należy, że Dahua regularnie przekazywała dystrybutorom w wiadomościach e-mail cenniki, jakie powinni stosować przy odsprzedaży produktów Dahua do odbiorców końcowych [pkt 5.1 decyzji]. Ceny zawarte w cenniku były w rzeczywistości cenami minimalnymi, które dystrybutorzy mieli stosować przy sprzedaży produktów Dahua. Wskazuje na to klauzula zawarta na początku każdego cennika, zobowiązująca dystrybutorów do tego, aby prezentowane na ich własnych stronach internetowych ceny były zgodne z aktualnym cennikiem Dahua [akapit (66) decyzji]. Powyższy wniosek wynika również z wiadomości e-mail, w których pracownicy Dahua wskazywali dystrybutorom na konieczność stosowania przez nich cen z cennika: „*prosilbym o poprawienie cen MSRP do takich jak w oficjalnym cenniku*” [akapit (68) decyzji], „*proszę aby Wszyscy Partnerzy prezentowali na swoich stronach wyłącznie pełne zestawy w sugerowanej cenie MSRP*” [akapit (69) decyzji], a także z wewnętrznej wiadomości e-mail przedstawiciela E-commerce, który opisując zasady współpracy z Dahua wskazał „*jest całkowity zakaz schodzenia z cen MSRP na produkty dahua w całej sieci*” [akapit (70) decyzji].
- (287) Dodatkowo w ramach uzgodnień dotyczących **stosowania cen minimalnych** Dahua regularnie przekazywała dystrybutorom (początkowo indywidualnie ustnie lub w wiadomościach e-mail, a później podczas tzw. spotkań partnerów) informacje o wysokościach rabatów, jakie powinni stosować przy odsprzedaży produktów Dahua do instalatorów, integratorów systemów, redystrybutorów oraz na portalu Allegro [pkt 5.2 decyzji]. Z materiału

dowodowego wynika, że rabaty przekazywane przez Dahua były w rzeczywistości maksymalnymi rabatami, jakie dystrybutorzy mieli stosować przy sprzedaży produktów Dahua. W związku z tym po odliczeniu rabatu maksymalnego od cen wynikających z cennika Dahua, dystrybutor otrzymywał informacje o wysokości cen minimalnych, poniżej których nie powinien sprzedawać produktów Dahua. Na konieczność przestrzegania wskazanych przez Dahua rabatów maksymalnych, wskazuje wewnętrzna korespondencja e-mail pracowników Dahua, dotycząca konieczności podjęcia działań wobec nieprzestrzegających ustaleń dystrybutorów: „*muszę pogadać o przestrzeganiu zasad rabatowania*” [akapit (87) decyzji]; „*Umawialiśmy się że dla takiego profile klienta rekomendowany rabat to [informacje chronione]%*” [akapit (81) decyzji] oraz „*Ustalenia co do odsprzedaży syfiarzom z Allegro były chyba inne niż [informacje chronione]%* ?” [akapit (82) decyzji]. Podobny wniosek wynika również z notatek przedstawiciela E-commerce, w których mowa o „*narzucaniu ograniczenia cenowego do [informacje chronione]%, [informacje chronione]%*”, a także o „*zaleceniach pod groźbą konsekwencji do stosowania narzuconym nam cen sprzedaży (...)*” [akapit (88) decyzji].

(288) Dahua uzgadniała z dystrybutorami ceny minimalne również poprzez zobowiązanie dystrybutorów, aby przekazywali do Dahua informacje o warunkach planowanych przez siebie promocji w celu ich akceptacji przez Dahua [pkt 5.4 decyzji]. Zobowiązanie w tym zakresie zostało również wpisane do umów o współpracy handlowej, jakie Dahua podpisywała z dystrybutorami w latach 2016-2021 [akapit (114) decyzji]. Jak wynika z materiału dowodowego, w praktyce Dahua wskazywała dystrybutorom wysokości maksymalnych rabatów, jakie mogli zastosować przy sprzedaży określonych produktów Dahua. W ten sposób po odliczeniu rabatu od cen wynikających z cennika Dahua, dystrybutorzy otrzymywali informacje o wysokości ceny minimalnej, poniżej której nie mogli oferować produktów Dahua w ramach własnych promocji. Powyższe potwierdza treść wiadomości e-mail, w których pracownicy Dahua w odpowiedzi na przesłane im propozycje dystrybutorów odnośnie warunków promocji, wskazywali: „*Niestety nie dostałem zgody na preferencyjną cenę (...). Mogę jedynie zaproponować, abyście wybrali jakiś produkt z grupy ED i dali go na [informacje chronione]%* dla klienta” [akapit (123) decyzji]; „*zgodnie z ustaleniami max to [informacje chronione]%*” [akapit (124) decyzji]; „*Oficjalnie max na wyprzedaż to [informacje chronione]%*” [akapit (125) decyzji]. Dodatkowo, poza wysokością promocyjnych cen, Dahua wskazywała dystrybutorom jakiej wartości gratisy mogą oferować swoim odbiorcom, a także jakiej wartości transakcje sprzedaży uprawniają do ich otrzymania [akapit (128) decyzji].

(289) Natomiast w zakresie uzgodnień dotyczących **stosowania cen sztywnych**, do jakich dochodziło pomiędzy Dahua a dystrybutorami, wskazać należy, że Dahua regularnie

przekazywała również dystrybutorom w wiadomościach e-mail informacje o warunkach sprzedaży, w ramach organizowanych przez Dahua krótkookresowych kampanii promocyjnych, tj. o cenach sprzedaży, produktach Dahua objętych promocją, okresie trwania promocji oraz grupach odbiorców, do których promocja jest kierowana [pkt 5.3 decyzji]. Jak wynika z materiału dowodowego, w ten sposób wskazane przez Dahua ceny stanowiły w praktyce ceny sztywne, bowiem dystrybutorzy byli zobowiązani do oferowania cen dokładnie w wysokościach wskazanych im przez Dahua. Powyższy wniosek potwierdzają wiadomości e-mail pracowników Dahua, którzy w przypadku oferowania przez dystrybutorów w ramach promocji zbyt niskich cen, zwracali się z informacją: „Cena dla instalatora w Jesiennej Promocji: 138,00. Cena u Ciebie na stronie: 120,05” [akapit (111) decyzji] lub wskazywali „nie tak się umawialiśmy (...). Jeżeli takie zachowania będą się powtarzać to wstrzymam współpracę natychmiast” [akapit (112) decyzji].

- (290) Między dystrybutorami a Dahua dochodziło również do **uzgodnień dotyczących stosowania cen minimalnych przez redystrybutorów**, tj. podmioty nabywające produkty Dahua od dystrybutorów w celu ich dalszej odsprzedaży [pkt 5.5 decyzji]. Na powyższe wprost wskazują wiadomości e-mail przedstawicieli Dahua: „Jeśli jakiś dystrybutor tworzy sobie sub-dystrybucje to bierze na siebie odpowiedzialność za działania swojego partnera i powinien liczyć się z konsekwencjami takiego działania. Każdy z naszych partnerów dobrze wie jak ma wyglądać kanał sprzedaży” [akapit (147) decyzji]. Powyższe potwierdza wewnętrzna korespondencja e-mail pracowników Alkam: „Jeśli ewentualnie jest firma (dystrybutor), do której chcecie Państwo sprzedawać, musicie uzyskać moją zgodę na taką sprzedaż. (...) Kryterium jest gotowość do przestrzegania reguł. W takim przypadku to my ponosimy odpowiedzialność za zachowanie firmy na rynku i jej dyscyplinowanie, łącznie ze wstrzymaniem sprzedaży” [akapit (148) decyzji]. W ramach współpracy dystrybutorów z redystrybutorami, Dahua wymagała od dystrybutorów, aby redystrybutorzy oferowali na własnych stronach internetowych oraz na portalu Allegro ceny zgodne z cennikiem Dahua [akapit (141)-(146) decyzji]. W tym celu przedstawiciele Dahua zwracali się do dystrybutorów „z góry dziękuje za poinformowanie klienta o cenniku MSRP” [akapit (149) decyzji]; „Proszę o przekazanie klientowi najnowszego cennika urzędzeń Dahua” [akapit (150) decyzji]. Dahua zobowiązywała również dystrybutorów do tego, aby ich redystrybutorzy przestrzegali ustalonych wysokości maksymalnych rabatów. Powyższy wniosek wynika przykładowo z treści wiadomości e-mail Alkam do swojego redystrybutora „Zgłosiła się do nas Dahua z przykrą niestety informacją o naruszeniu polityki rabatowania produktów sygnowanych ich marką. Prośba ze strony Dahuy, jak i naszej dotyczy zmian cen zgodnych z wcześniejszymi ustaleniami i nieoferowanie rabatów należnych podmiotom branżowym klientom detalicznym.

Zgodnie z informacjami przekazanymi przez Dahua nie powinno być już podmiotów na allegro które naruszają politykę rabatową” [akapit (153) decyzji].

- (291) Dodatkowo między Dahua a dystrybutorami dochodziło również do **uzgodnień podziałowych**, polegających na przydzielaniu projektów przygotowanych od początku na produktach Dahua (tj. transakcji sprzedaży o dużej wartości) do realizacji przez jednego dystrybutora i zniechęcaniu pozostałych dystrybutorów do konkurencji o już przydzielony projekt [pkt 8 decyzji]. Z wewnętrznej korespondencji pracowników Dahua wynika, że oczekiwali oni, że pozostali dystrybutorzy nie będą ubiegać się o projekt uprzednio zarejestrowany na innego dystrybutora np. „dlaczego [informacje chronione] robi cokolwiek, skoro wie, że temat jest zarejestrowany na kogoś innego” [akapit (231) decyzji].
- (292) Rejestracja projektów oraz wiążąca się z nią możliwość przyznania dystrybutorom ceny specjalnej zostały wpisane do umów o współpracy handlowej, jakie Dahua podpisywała z dystrybutorami od 2019 r. [akapit (223) decyzji]. Przydzielanie projektu odbywało się w dwojaki sposób. Po pierwsze już samo przyznanie ceny specjalnej na zakup produktów Dahua wyłącznie jednemu dystrybutorowi [akapit (228)-(236) decyzji], który zgłosił projekt jako pierwszy stawiało go w uprzywilejowanej pozycji względem pozostałych dystrybutorów, która wynikała z możliwości nabycia produktów Dahua ze znacznie niższą ceną [akapit (62) decyzji] niż cena zakupu, jaką inni dystrybutorzy musieliby ponieść za te same produkty w oparciu o standardowe warunki współpracy z Dahua. W konsekwencji pozostali dystrybutorzy, z uwagi na wyższą cenę zakupu tych samych produktów od Dahua, mieli ograniczone możliwości konkurencji cenowej o ten sam projekt z dystrybutorem, który taką cenę specjalną otrzymał.
- (293) Po drugie, gdy mimo przyznania ceny specjalnej, w danym projekcie pojawiło się ryzyko konkurencji ze strony innych dystrybutorów, pracownicy Dahua podejmowali działania mające na celu zniechęcanie pozostałych dystrybutorów do konkurencji o przydzielony projekt, co w konsekwencji prowadziło do wyeliminowania konkurencji w ramach danego projektu. W szczególności działania te przybierały formę kontaktów telefonicznych przez pracowników Dahua z dystrybutorami w celu zniechęcenia ich do ubiegania się o zarejestrowany na innego dystrybutora projekt [akapit (242) decyzji], przekazywania dystrybutorom danych do kontaktu, aby między sobą uzgodnili kto będzie realizował projekt [akapit (242) i (243) decyzji] lub pośredniczenia pracowników Dahua w takich uzgodnieniach („temat postaram się omówić z drugą stroną”) [akapit (244) decyzji]. Natomiast, gdy zdarzały się sytuacje, że przedstawiciele Dahua nie wiedzieli, kim jest dostawca ubiegający się o projekt uprzednio zarejestrowany na innego dystrybutora, podejmowali działania w celu ustalenia jego danych, aby móc podjąć ww. działania. W tym celu monitorowano wpływające do Dahua zamówienia na sprzęt Dahua potrzebny do realizacji projektu. Świadczą o tym wiadomości e-

mail, w których przedstawiciele Dahua wskazywali: „*ja nie odpuszczę tematu i będę tak długo drążyć aż znajdę tą firmę*” [akapit (245) decyzji]; „*jak ktoś będzie zamawiał większą ilość kamer ptz sd59430u-hni (powyżej 10 szt.) proszę o informacje. ktoś nieładnie wchodzi bokiem w ułożony, zarejestrowany projekt i zaniża ceny*” [akapit (247) decyzji]; „*proszę o zachowanie czujności, bo doszły nas słuchy że może ktoś będzie chciał nas bokiem obejść*” [akapit (248) decyzji]; „*musimy to zweryfikować, produkt po produkcji, kto i w jakich cenach kupił (zwłaszcza produkty z grupy p) i na jaki projekt*” [akapit (249) decyzji]. Dodatkowo wskazać należy, że w sytuacji omyłkowego przyznania dwóm dystrybutorom ceny specjalnej na ten sam projekt, przedstawiciel Dahua zwracał się do dystrybutora, którego zgłoszenie było drugie w kolejności z prośbą, aby zmienił swoją ofertę, którą już przekazał do klienta „*bardzo proszę o korektę oferty do warunków standardowych. projekt musimy zatrzymać dla dystrybutora, który wypracował ten temat*” a także wskazywał „*będę wdzięczny za (...) zaniechanie dalszych rozmów z inwestorem w tym temacie*” [akapit (232) decyzji]. W konsekwencji powyższych działań podmiot nabywający produkty Dahua, bez swojej wiedzy, zostawał niejako przypisany do danego dystrybutora, który jako jedyny mógł sprzedać mu produkty Dahua ewentualnie sprzedać na najkorzystniejszych warunkach.

(294) Zarówno Dahua, jak i jej dystrybutorzy wyrażali zgodną wolę co do przestrzegania wyżej opisanych ustaleń cenowych i podziałowych. W szczególności w materiale dowodowym znajduje się szereg wiadomości e-mail, z których wynika wyraźna lub dorozumiana zgoda i zaangażowanie dystrybutorów w ustalenia cenowe, które przybierały następujące formy:

- (i) dostosowywania się przez dystrybutorów do cen minimalnych i sztywnych wskazanych przez Dahua [akapit (70), (78), (86), (90), (98), (113), (158), (163), (181) decyzji];
- (ii) zwracania się przez dystrybutorów do Dahua o wskazanie cen sprzedaży [akapit (73), (78), (123), (124), (125), (135) decyzji];
- (iii) zgłaszania przez dystrybutorów do Dahua przypadków nieprzestrzegania ustaleń cenowych przez innych dystrybutorów, [akapit (89), (91)-(95), (106), (113), (134), (216) decyzji], w tym wprost zwracanie się z prośbą o interwencję w tej sprawie [akapit (95), (108), (144), (162), (166), (169), (183), (190), (192), (192), (196), (197), (210) decyzji];
- (iv) dyscyplinowania przez dystrybutorów własnych redystrybutorów, aby stosowali się do ustaleń cenowych podjętych między Dahua a dystrybutorami [akapit (144), (149)-(155) decyzji].

(295) Na okoliczność **dostosowywania się przez dystrybutorów do ustalonej przez Dahua polityki cenowej** w zakresie stosowania cen wynikających z cennika przekazywanego

dystrybutorom przez Dahua wskazuje wiadomość e-mail dystrybutora [informacje chronione], który w dniu rozpoczęcia obowiązywania nowego cennika Dahua, przekazał do swoich handlowców informację o zaktualizowaniu cennika [informacje chronione] „zgodnie z nowym cennikiem” Dahua [akapit (71) decyzji]. Dodatkowo wskazać należy na korespondencję e-mail, w treści której dystrybutorzy wprost wskazywali na okoliczność przestrzegania przez siebie zasad ustalonych przez Dahua w zakresie stosowania maksymalnych rabatów: „Trzymamy się zasad ustalonych z Dystrybutorami” [akapit (86) decyzji]; „nie chciałbym stracić kolejnego klienta z powodu trzymania się zasad” [akapit (90) decyzji]; „Mam takie wrażenie że ustalenia co do trzymania się polityki rabatowej Dahuy dotyczą tylko E-commerce” [akapit (98) decyzji]; „rabat dla klienta końcowego (...) jaki mogłem zaoferować instalatorowi, zgodnie z naszymi ustaleniami” [akapit (163) decyzji]; „Staramy się pilnować wspólnej polityki rabatowej na allegro” [akapit (158) decyzji]. Natomiast w kontekście dostosowywania się przez dystrybutorów do warunków cenowych obowiązujących w ramach promocji organizowanych przez Dahua, wskazać należy na wiadomość e-mail o treści „z tego co pamiętam Wszyscy mają się trzymać oficjalnej promocji, która wychodzi od Was” [akapit (113) decyzji]. Również w korespondencji wymienianej między dystrybutorami [informacje chronione], Alpol, Techglobal, [informacje chronione], przedstawiciel [informacje chronione] w kontekście nietrzymania się przez innego dystrybutora polityki cenowej wskazywał, jakie działania powinni podjąć dystrybutorzy, żeby „utrzymać ład”, a także wskazywał, że „jesteśmy ostatnim jeleniem, który próbuje trzymać się zasad” [akapit (181) decyzji].

- (296) Zdaniem Prezesa Urzędu o zgodności woli w zakresie ustalania wysokości cen sprzedaży produktów Dahua świadczą również wiadomości e-mail, w treści których **dystrybutorzy zwracali się do Dahua z prośbą o wskazanie cen**, jakie mogą stosować przy sprzedaży produktów Dahua. Przykładowo w jednej z wiadomości e-mail przedstawiciel E-commerce zwrócił się do Dahua z pytaniem o możliwość zastosowania większego niż wskazany przez Dahua rabatu przy sprzedaży do kilku redystrybutorów. W odpowiedzi przedstawiciel Dahua wskazał „ustaliliśmy, że od 1 grudnia jest określony rabat. Na ten temat już nie dyskutujemy” [akapit (78) decyzji]. Dystrybutorzy zwracali się również o wskazanie lub zatwierdzenie oferowanych przez siebie cen w ramach planowanych promocji na produkty Dahua. Przykładowo dystrybutor [informacje chronione] zwrócił się do Dahua z wiadomością e-mail o treści „prośba o ustalenie ceny (...) sugerowanej dla naszych klientów na otwarcie platformy B2B” [akapit (123) decyzji]. Podobnie dystrybutor Techglobal zwracał się do Dahua z wiadomością o treści: „w załączeniu przekazuje listę starych modeli, które zalegają w naszym magazynie. (...) Chce ustalić na tyle niskie ceny dla instalatora aby to spieniężyć”. Wspomnianą wiadomość pan [informacje chronione] (Dahua) przekazał do pana Artura

Prusinowskiego (Dahua) z pytaniem „*Jakie warunki im damy aby sprzedali do instalatorów (oczywiście towar w określonej ilości)*”, na co otrzymał odpowiedź „*Zgodnie z ustaleniami maks to [informacje chronione]%*”. Następnie zgodnie z otrzymanymi wytycznymi pan [informacje chronione] (Dahua) przekazał do Techglobal informację „*Na całość [informacje chronione]% dla instalatorów*” [akapit (124) decyzji]. Również dystrybutor [informacje chronione] zwracał się do Dahua z listą produktów marki Dahua i wskazaniem „*Prośba o sprawdzenie tych danych (poniżej). Głównie chodzi o mi o politykę cenową. Proszę o informację, na które pozycje mam uważać (inni gracze na rynku), a które mogą decydować sam*” [akapit (135) decyzji]. Dodatkowo, jak wynika z materiału dowodowego dystrybutorzy Dahua zwracali się do Dahua również z prośbą o wskazanie cen, jakie powinni stosować ich redystrybutorzy. Mianowicie dystrybutorzy zwracali się do Dahua z pytaniem o wysokość cen lub rabatów, jakie mogą stosować ich redystrybutorzy: „*Rozumiem, że produkty w cenie detalicznej nie stanowią problemu, proszę o potw. [potwierdzenie – UOKiK]*” [akapit (145) decyzji]; „*Jak ustawi na [informacje chronione] to będzie ok? Mogę mu to zaproponować jeśli z Waszej strony takim poziom jest ok*” [akapit (157) decyzji].

- (297) Ponadto na istnienie woli po stronie dystrybutorów co do przestrzegania ustalonej przez Dahua polityki cenowej wskazują **skargi, jakie dystrybutorzy zgłaszali do Dahua** w sytuacji nieprzestrzegania polityki cenowej przez innych dystrybutorów. W tym względzie dystrybutorzy Dahua wprost powoływali się na fakt istnienia między Dahua a dystrybutorami porozumienia. Przykładowo dystrybutorzy zgłaszali do Dahua, że inny dystrybutor „*ewidentnie łamie ustalenia*” [akapit (91) decyzji], lub odnosząc się ogólnie do działań pozostałych dystrybutorów „*(...) polityka pilnowania rabatów schodzi na dalszy plan. Szkoda*” [akapit (92) decyzji]. Dodatkowo niejednokrotnie dystrybutorzy wprost w swoich skargach formułowali **prośbę o podjęcie przez Dahua interwencji** w celu ukrócenia tego procederu. Przykładowo w kontekście oferowania zbyt wysokich rabatów dystrybutorzy zwracali się do Dahua „*bardzo proszę o zmniejszenie temperamentu swojego partnera*” [akapit (95) decyzji]; „*proszę o wyciągnięcie konsekwencji wobec dystrybutora, który to sprzedaje w takich cenach*” [akapit (192) decyzji]; „*Proszę zadziałaj w tej sprawie, bo my próbujemy sprzedać 20,7'' w promocji i mówimy że świetna cena*” [akapit (108) decyzji]; „*idioci łamią ogólnie przyjęte zasady. (...) Mamy ogromną nadzieję, że zadziałasz w tym temacie*” [akapit (162) decyzji]; „*Czy jesteś w stanie mnie zapewnić ze wyciągnięcie w końcu konsekwencje wobec ww firmy*” [akapit (166) decyzji]; „*Alkam sprzedaje produkty z bardzo dużym rabatem na allegro (...). Proszę o pilną interwencję oraz ukrócenie tego procederu*” [akapit (169) decyzji]. Skargi dystrybutorów dotyczyły również działań redystrybutorów współpracujących z dystrybutorami: „*Prosimy o interwencję w temacie cen (...) Generalnie najgorszy jest z listy Senetic - nie trzymają w ogóle cen MSPR na całość Waszych produktów*” [akapit (143) decyzji].

decyzji]; „*Jak można tak psuć rynek? (...) Oczekuję zdecydowanych działań*” [akapit (183) decyzji]; „*Proszę o interwencję i dajcie mi znać*” [akapit (190) decyzji]; „*Czy możecie zadziałać z zaniżonymi cenami w necie NVR5216-4ks2*” [akapit (197) decyzji].

- (298) Dystrybutorzy Dahua wyrażali również wolę przestrzegania ustaleń cenowych podjętych z Dahua poprzez **dyscyplinowanie własnych redystrybutorów**, aby stosowali się do polityki cenowej Dahua. Przykładowo, w jednej z wiadomości e-mail dystrybutor Dahua wskazał „*Odnosnie [informacje chronione] kontaktowaliśmy się z nim i potwierdził celowość prowadzenia poprawnej polityki cenowej*” [akapit (151) decyzji].
- (299) Odnosząc się zaś do ustaleń podziałowych, należy wskazać, że na okoliczność wyrażania przez Dahua i jej dystrybutorów zgodnej woli co do przestrzegania przydzielania transakcji sprzedaży produktów Dahua o znacznej wartości na wyłączność tylko jednemu dystrybutorowi, wskazują wiadomości e-mail, w których dystrybutorzy dostosowują się do tak ustalonych zasad poprzez rezygnację z konkurencji o projekty, zarejestrowane uprzednio na innego dystrybutora. Na powyższą okoliczność wprost wskazuje wiadomość e-mail dystrybutora E-commerce, który skarżył się do Dahua na złożenie w zarejestrowanym przez siebie projekcie, oferty innego dystrybutora, o treści „*Powiem szczerze, że ja stosując się do praktyk, wymaganych procedur i zaleceń dla autoryzowanych dystrybutorów nie jestem w stanie już konkurować na rynku w Lublinie produktami Dahua*”, co spotkało się z zapewnieniem ze strony Dahua podjęcia interwencji w tej sprawie „*Temat postaram się omówić z drugą stroną, jednak nie poruszamy takich spraw mailowo*” [akapit (244) decyzji]. Dodatkowo z treści wiadomości e-mail wysyłanych przez dystrybutorów do Dahua wynika, że dystrybutorzy mieli świadomość, że nie powinni angażować się w projekty zarejestrowane na innego dystrybutora: „*czy jest do Państwa zgłoszony projekt dla [informacje chronione] (...). Nie chciałbym się w niego angażować, jeśli ktoś już zarezerwował ten temat*” [akapit (250) decyzji] lub sami podejmowali dodatkowe działania, aby upewnić się, że inni dystrybutorzy nie będą ubiegali się o zarejestrowany przez nich projekt: „*Może poszedłby od Was mail (od Ciebie, albo z działu projektowego) do wszystkich odbiorców Dahuy że temat [informacje chronione] jest odjęty ochroną projektową i żeby nie wciskali się tam z niższymi cenami. Tak trochę postraszyć że trzymacie rękę na pulsie*” [akapit (241) decyzji]. Dodatkowo na okoliczność istnienia zgodnej woli w tym zakresie wskazują również wiadomości e-mail, w których dystrybutorzy zwracali się do Dahua ze skargą na przypadki nieprzestrzegania ustaleń w zakresie przydzielania projektów poprzez ubieganie się o zarejestrowany projekt „*jaki dystrybutor pomimo blokady sprzętu dokonał tego zakupu? Dlaczego inny dystrybutor może kupić zgłoszony <temat> i otrzymać projektowy rabat?*” oraz „*czy sprzęt został zamówiony przez inną firmę pomimo blokady projektu*” [akapit (249) decyzji].

- (300) Podsumowując, należy stwierdzić, że istnienie opisanych powyżej ustaleń wskazuje, że między Dahua a dystrybutorami istniała zgodna wola co do sposobu działania na rynku, względnie, że podmioty te świadomie zastępowały konkurencję praktyczną współpracą między sobą. W konsekwencji należy stwierdzić, że podmioty te działały w porozumieniu ze sobą i że porozumienie to obejmowało ustalenia cenowe i podział rynku.

Zastrzeżenia zgłoszone przez Delta-Opti

- (301) W odpowiedzi z 2 października 2023 r. na Szczegółowe Uzasadnienie Zarzutów, Delta-Opti zaprzeczyła zawarciu porozumienia ze spółką Dahua, jak i uczestnictwa w porozumieniu z jakąkolwiek stroną niniejszego postępowania. Zdaniem Delta-Opti dowodem wskazującym na prawdziwość powyższego twierdzenia jest okoliczność, że pozostali dystrybutorzy zwracali się do Dahua z prośbą o interwencję w sprawie nieprzestrzegania ustaleń przez Delta-Opti, a pracownicy Dahua w wewnętrznej korespondencji rozważali, jakie działania dyscyplinujące zastosować względem Delta-Opti za nieprzestrzeganie ustaleń. Dodatkowo Delta-Opti wskazała, że dowody przedstawione w Szczegółowym Uzasadnieniu Zarzutów nie zawierają żadnej wiadomości od Delta-Opti do Dahua, w której Delta-Opti prosiłaby o interwencję wobec jakiegokolwiek dystrybutora w kontekście ustalania cen.
- (302) Powyższe twierdzenia należy uznać za bezpodstawne. Jak wynika z materiału dowodowego Delta-Opti była aktywnym uczestnikiem porozumienia. Poza okolicznością uczestnictwa przedstawiciela Delta-Opti we wszystkich tzw. spotkaniach partnerów, na których Dahua przekazywała informacje dystrybutorom o wysokościach rabatów maksymalnych, jakie dystrybutorzy powinni stosować przy odsprzedaży produktów Dahua²⁴, Delta-Opti podejmowała szereg działań mających na celu utrzymanie porozumienia z Dahua, jak i jego przestrzeganie przez innych dystrybutorów. W szczególności przedstawiciel Delta-Opti zgłaszał do Dahua skargi na nieprzestrzeganie ustaleń cenowych przez pozostałych dystrybutorów oraz ich redystrybutorów.²⁵ Ponadto, ilekroć Dahua zwracała się do Delta-Opti w celu zdyscyplinowania jej w związku z nieprzestrzeganiem ustaleń, Delta-Opti podejmowała działania w celu zmiany cen stosowanych przez siebie oraz swoich redystrybutorów, na ceny zgodne z ustaleniami.²⁶ Potwierdza to również wewnętrzna korespondencja pracowników Dahua, w której wskazywali „Delta przyznaje się jak gdzieś sprzedaje i swoje tematy prostuje” oraz że „naprawia szybko babole”.²⁷ Dodatkowo Prezes Urzędu jest również w posiadaniu dowodów, z których wynika, że Delta-Opti w ramach

²⁴ Por. akapit (54) decyzji.

²⁵ Por. akapit (139), (176), (211) decyzji.

²⁶ Por. akapit (111), (149), (150), (214) decyzji.

²⁷ Por. akapit (215) decyzji.

dyscyplinowania swoich redystrybutorów nie tylko doprowadzała do zmiany stosowanych przez nich cen na zgodne z ustaleniami, ale również stosowała wobec nich kary w postaci odbierania im rabatów na zakup produktów Dahua.²⁸

- (303) Odnosząc się zaś do okoliczność, iż w zgromadzonym materiale dowodowym znajdują się skargi pozostałych dystrybutorów dotyczące nieprzestrzegania przez Delta-Opti ustaleń cenowych, wskazać należy, że nie świadczą one o tym, że Delta-Opti nie uczestniczyła w porozumieniu. Wskazują one jedynie, że Delta-Opti nie zawsze przestrzegała ustaleń cenowych podjętych z Dahua. Natomiast taka okoliczność pozostaje bez wpływu na stwierdzenie istnienia antykonkurencyjnego porozumienia. W tym względzie w orzecznictwie unijnym istnieje ugruntowane stanowisko, zgodnie z którym dowodem braku uczestnictwa w porozumieniu powinno być wyraźne i jednoznaczne zdystansowanie się od współpracy i zakomunikowanie pozostałym uczestnikom, że nie chce się w niej uczestniczyć.²⁹ Taki dowód w niniejszej sprawie nie został zidentyfikowany przez Prezesa Urzędu.

Zastrzeżenia zgłoszone przez Alkam

- (304) Alkam w piśmie z 4 października 2023 r. stanowiącym odpowiedź na Szczegółowe Uzasadnienie Zarzutów wskazał, że od początku współpracy z Dahua spółka sama ustalała ceny i promocje na produkty marki Dahua, o czym świadczą skargi, jakie inni dystrybutorzy zgłaszali do Dahua na nieprzestrzeganie przez Alkam ustaleń cenowych. W związku z tym, zdaniem spółki jej rola w porozumieniu powinna zostać uznana za bierną, a jakiegokolwiek działania wskazujące przeciwnie, dokonywane były albo w wyniku wywierania przymusu przez Dahua albo w ramach obrony przed stosowaniem wobec niej „radykałnych działań”.
- (305) Prezes Urzędu nie zgadza się z powyższym twierdzeniem, zgromadzony w sprawie materiał dowodowy wskazuje, że Alkam aktywnie uczestniczył w porozumieniu i podejmował działania mające na celu przestrzeganie ustaleń przez innych dystrybutorów. W szczególności na wysokie zaangażowanie Alkam w utrzymanie porozumienia z Dahua wskazują wiadomości e-mail, w treści których Alkam zwraca się do Dahua z pytaniem o warunki sprzedaży, jakie może stosować sprzedając produkty Dahua do własnych odbiorców.³⁰ Ponadto Alkam wielokrotnie zwracał się do Dahua zgłaszając przypadki nieprzestrzegania ustaleń cenowych przez pozostałych dystrybutorów.³¹ Alkam również w reakcji na podejmowane przez Dahua wobec niego interwencje w sprawie nieprzestrzegania ustaleń cenowych, dostosowywał oferowane przez siebie oraz swoich redystrybutorów warunki sprzedaży do zgodnych z

²⁸ Por. akapit (151), (152), (156) decyzji.

²⁹ Wyrok z 6 grudnia 2012 r. *Komisja v Verhuizingen Coppens*, C-441/11 P, EU:C:2012:778, pkt 75.

³⁰ Por. akapit (73) decyzji.

³¹ Por. akapit (92), (134), (146), (167), (175), (194) decyzji.

ustaleniami.³² W tym względzie, warto również zauważyć, że po interwencjach Dahua w sprawie nieprzestrzegania ustaleń przez redystrybutorów Alkam, spółka ta dodatkowo upewniała się, jakie warunki cenowe mogą być przez jej redystrybutorów stosowane („Rozumiem, że produkty w cenie detalicznej nie stanowią problemu, proszę o potw. [potwierdzenie – UOKiK]”³³, a także „Jak ustawi na [informacje chronione] to będzie ok? Mogę mu to zaproponować jeśli z Waszej strony takim poziom jest ok (...)”³⁴), co zdaniem Prezesa Urzędu wprost wskazuje na istniejącą u Alkam determinację w stosowaniu przez siebie oraz swoich redystrybutorów cen zgodnych z ustaleniami podjętymi z Dahua.

- (306) Ponadto jak już wskazano powyżej okoliczność, że dany uczestnik porozumienia nie zawsze przestrzegał podjętych ustaleń cenowych, pozostaje bez wpływu na stwierdzenie jego udziału w antykonkurencyjnym porozumieniu. Prezes Urzędu nie dysponuje dowodem, który wskazywałby, aby którykolwiek z dystrybutorów, w tym Alkam, w sposób wyraźny i jednoznaczny zdystansował się od powyższej współpracy i zakomunikował pozostałym uczestnikom, że nie chce w niej uczestniczyć.
- (307) W swoim stanowisku Alkam podniósł również, że nie brał udziału w jakimkolwiek podziale rynku w odniesieniu do produktów marki Dahua, ani w rzekomej ochronie projektowej transakcji. Powyższe twierdzenie jest sprzeczne z materiałem dowodowym sprawy. Praktyka podziałowa, polegająca na przydzielaniu projektów przygotowanych od początku na produktach Dahua (tj. transakcji sprzedaży o dużej wartości) do realizacji przez jednego dystrybutora oraz na zniechęcaniu pozostałych dystrybutorów do konkurencji o już przydzielony projekt, stanowiła warunek współpracy obowiązujący wszystkich dystrybutorów. W początkowym okresie współpracy Dahua z dystrybutorami system rejestracji projektów funkcjonował w sposób niesformalizowany, ale od 2019 r. przyznanie ceny specjalnej zostało wpisane do wzorców umownych w oparciu, o które Dahua zawierała umowy o współpracy z dystrybutorami.³⁵ W związku z tym Alkam jako podmiot współpracujący z Dahua, był również zobowiązany do stosowania niezgodnych z prawem konkurencji zasad rejestracji projektu. Dodatkowo na okoliczność, że Alkam miał świadomość, w jaki sposób funkcjonuje system rejestracji projektów (tj. że projekty przygotowane od początku na produktach Dahua są przydzielane na wyłączność jednemu dystrybutorowi i inni dystrybutorzy nie powinni o nie konkurować), wskazuje dowód w postaci wiadomości e-mail, w której przedstawiciel Alkam przed rejestracją projektu

³² Por. akapit (119), (145), (153), (157) decyzji.

³³ Por. akapit (145) decyzji.

³⁴ Por. akapit (157) decyzji.

³⁵ Por. akapit (223) decyzji.

dopytywał się Dahua, czy projekt ten nie został już zarejestrowany, ponieważ jak wyjaśnił „Nie chciałbym się w niego angażować, jeśli ktoś już zarezerwował ten temat”.³⁶

Zastrzeżenia zgłoszone przez E-commerce

- (308) Pismem z dnia 4 października 2023 r. do treści Szczegółowego Uzasadnienia Zarzutów odniósł się również E-commerce. Spółka w swoim piśmie podniosła, że stan faktyczny opisany w Szczegółowym Uzasadnieniu Zarzutów został zrekonstruowany w sposób nieprawidłowy i niepełny, bowiem Prezes Urzędu pomiął okoliczności i wydarzenia istotne dla rozstrzygnięcia sprawy. Odnosząc się do powyższego należy wskazać, że nie jest zgodne z prawdą, jakoby Prezes Urzędu pomiął w treści Szczegółowego Uzasadnienia Zarzutów okoliczność, że przed wejściem Dahua w dniu 25 lipca 2016 r. na rynek polski, produkty Dahua były importowane i sprzedawane na rynku polskim od 2015 r. przez E-commerce i pięciu innych dystrybutorów, gdyż informacja ta została zawarta w akapicie (47) SUZ, a obecnie znajduje się w akapicie (51) niniejszej decyzji.
- (309) Następnie E-commerce podniósł, że z powyższej okoliczności wynika, że spółka z ekonomicznego i konkurencyjnego punktu widzenia nie miała żadnego celu w przystępowaniu do porozumienia zorganizowanego przez Dahua, które miało na celu zburzenie istniejących zasad dystrybucji produktów Dahua, a taki cel był wprost sprzeczny z interesami i sytuacją rynkową E-commerce w momencie wejścia Dahua na rynek w Polsce. Prezes Urzędu z powyższym stanowiskiem się nie zgadza, okoliczność, że system dystrybucji przed wejściem Dahua na polski rynek był zorganizowany inaczej, a jego zmiana była – jak twierdzi spółka – dla E-commerce niekorzystna, nie świadczy o tym, że E-commerce nie uczestniczył w porozumieniu. Tym bardziej, że Prezes Urzędu dysponuje obszernym materiałem dowodowym, z którego wprost wynika, że po wejściu Dahua na polski rynek E-commerce przystąpił do porozumienia³⁷, realizował je³⁸ i podejmował działania w celu jego utrzymania³⁹. Okoliczność, że w subiektywnym odczuciu spółki porozumienie to było dla niej niekorzystne, tym ustaleniom nie przeczy.
- (310) Prezes Urzędu nie zgadza się również z twierdzeniem E-commerce jakoby spółka ta jako jedyna nie zaakceptowała warunków narzuconych przez Dahua i jednoznacznie

³⁶ Por. akapit (250) decyzji.

³⁷ Wskazuje na to przykładowo wiadomość e-mail, jaką 14 października 2016 r. wysłał pan Mateusz Kurowski (E-commerce) do pozostałych pracowników E-commerce po spotkaniu z pracownikami Dahua: „DP [Dahua Poland – UOKiK] przedstawiła nam swoje stanowisko w budowaniu dystrybucji, podkreśliła że najważniejszym aspektem będzie utrzymanie spójnej i sztywnej polityki rabatowej. (...) **Proszę o bezwzględnie stosowanie się do powyższych zasad** [podkreślenia i pogrubienia zgodne z pisownią oryginalną – UOKiK]”, patrz akapit (76) decyzji.

³⁸ Przykładowo wewnętrzna korespondencja pracowników E-commerce z 29 stycznia 2021 r.: „Mam takie wrażenie że ustalenia co do trzymania się polityki rabatowej Dahuy dotyczą tylko E-commerce (...)”, patrz akapit (98) decyzji.

³⁹ Skargi zgłaszane przez przedstawicieli E-commerce do Dahua na nieprzestrzeżenie ustaleń cenowych przez dystrybutorów i ich redystrybutorów, patrz akapit (170), (180), (185), (206), (215), (216) decyzji.

komunikowała swoje stanowisko w tym zakresie. Przywołane przez E-commerce dowody na powyższą okoliczność (zawarte w piśmie E-commerce z 23 stycznia 2023 r., pkt 16-32, k. 427-429), w rzeczywistości wskazują jedynie, że E-commerce kwestionowała wyłącznie wysokość rabatów, jakie zostały określone przez Dahua dla poszczególnych grup odbiorców, w tym w szczególności dla redystrybutorów.⁴⁰ Sam zaś fakt, że Dahua zobowiązała E-commerce do stosowania określonych przez siebie rabatów nie był przez E-commerce kwestionowany. Ostatecznie, jak wskazał sam E-commerce, spółka 21 listopada 2016 r. poinformowała swoich klientów o zmianie polityki rabatowej na zgodną z polityką wyznaczoną przez Dahua (pismo E-commerce z 23 stycznia 2023 r., pkt 24, k. 428).

- (311) W dalszej kolejności spółka E-commerce podniosła w swoim stanowisku, że nie jest możliwe przypisanie spółce uczestnictwa w zarzucanym porozumieniu „*nieprzerwanie od września 2016 r.*”, ponieważ w okresie od 2015 r. do 24 lutego 2017 r. (tj. data podpisania umowy dystrybucyjnej) spółka nie dystrybuowała produktów Dahua jako dystrybutor Dahua a niezależnie jako importer bezpośredni. Zdaniem Prezesa Urzędu powyższa okoliczność nie przeczy prawidłowości ustalenia daty rozpoczęcia udziału spółki w porozumieniu, albowiem, jak wynika z materiału dowodowego⁴¹ i co spółka sama przyznała w swoim piśmie⁴², określone przez Dahua warunki sprzedaży zostały przez E-commerce wprowadzone w życie jeszcze przed zawarciem umowy z Dahua.
- (312) Podobnie fakt, że warunki podpisanej między Dahua a E-commerce umowy nie zawierały antykonkurencyjnych ustaleń nie przeczy możliwości stwierdzenia istnienia porozumienia. Dla możliwości stwierdzenia istnienia porozumienia wystarczające jest, aby między przedsiębiorcami istniała zgodność woli, przy czym sposób w jaki się ona objawia pozostaje nieistotny.⁴³ Istnienie zgodności woli w przedmiotowej sprawie zostało stwierdzone, a szczegółowe uzasadnienie w tym zakresie zostało zawarte w akapitach (294)-(299) niniejszej decyzji.
- (313) E-commerce zakwestionował również swój udział w ustaleniach cenowych wskazując, że ustalenia te nie były przez spółkę przestrzegane. W tym względzie wskazać po pierwsze należy, że powyższe twierdzenie stoi w sprzeczności z materiałem dowodowym sprawy. Na

⁴⁰ W swoich pismach spółka wyjaśniała powody kwestionowania wysokości rabatów w następujący sposób: „*Poziom rabatów, jaki Dahua Poland próbowała narzucić swoim dystrybutorom nie przystawał do realiów rynkowych i mógł negatywnie wpływać na konkurencyjność Spółki*” (pismo E-commerce z 23 stycznia 2023 r., pkt 25) oraz „*W toku negocjacji Dahua wielokrotnie ignorowała także sygnalizowane przez Spółkę komunikaty, że narzucana przez Dahua polityka cenowa nie jest zgodna z interesem Spółki*” (pismo E-commerce z 4 października 2023 r., pkt 19).

⁴¹ W wiadomości e-mail z 14 października 2016 r. pan Mateusz Kurowski (E-commerce) poinformował pozostałych pracowników E-commerce o nowej polityce rabatowej Dahua, wskazując: „**Proszę o bezwzględnie stosowanie się do powyższych zasad** [podkreślenia i pogrubienia zgodne z pisownią oryginalną – UOKiK]”, patrz akapit (76) decyzji.

⁴² Zgodnie z pismem E-commerce z 23 stycznia 2023 r., pkt 24, k. 428, w dniu 21 listopada 2016 r. spółka poinformowała swoich klientów o zmianie polityki rabatowej na zgodną z polityką wyznaczoną przez Dahua.

⁴³ Wyrok Trybunału Sprawiedliwości z 6 stycznia 2004 r. w sprawach połączonych C-2/01 P oraz C-3/01 P, *Bundesverband der Arzneimittel-Importeure*, EU:C:2004:2, akapit 96.

okoliczność stosowania się przez E-commerce do ustaleń cenowych wprost wskazuje wiadomość e-mail pana Mateusza Kurowskiego (E-commerce), który w odpowiedzi na pytanie dotyczące możliwości obniżenia cen na produkty Dahua przez jeden z oddziałów E-commerce wskazał zgodnie z klauzulą zawartą w cennikach MSRP przekazywanych przez Dahua do dystrybutorów⁴⁴, że „*jest całkowity zakaz schodzenia z cen MSRP na produkty Dahua w całej sieci oraz przez klientów którym sprzedajemy sprzęt (...)*” i w konsekwencji nakazał oddziałowi dostosowanie swoich cen do cen podanych na stronie internetowej E-commerce.⁴⁵ Ponadto wniosek taki wynika z wiadomości e-mail, w treści których E-commerce: (i) zwracał się do Dahua z pytaniem o warunki cenowe, jakie może stosować przy sprzedaży produktów Dahua⁴⁶; (ii) przysyłał skargi do Dahua dotyczące nieprzestrzegania ustaleń przez dystrybutorów i ich redystrybutorów⁴⁷; (iii) po interwencjach Dahua, dostosowywał oferowane przez siebie oraz swojego redystrybutora warunki sprzedaży do zgodnych z ustaleniami z Dahua.⁴⁸

- (314) Po drugie, fakt, że uczestnicy porozumienia nie zawsze stosują się do ustaleń nie przeczy istnieniu i funkcjonowaniu porozumienia ani temu, że przedsiębiorcy w takim porozumieniu uczestniczyli. Wśród uczestników porozumienia mogą bowiem występować wewnętrzne konflikty oraz rywalizacja, mogą także mieć miejsce przypadki oszukiwania pozostałych uczestników.⁴⁹ Dowodem braku uczestnictwa w porozumieniu powinno być wyraźne i jednoznaczne zdystansowanie się od współpracy i zakomunikowanie pozostałym uczestnikom, że nie chce się w niej uczestniczyć.⁵⁰ Jednakże takiego dowodu spółka nie przedstawiła, a także nie został on zidentyfikowany przez Prezesa Urzędu w niniejszej sprawie.
- (315) Odnosząc się zaś do twierdzenia E-commerce dotyczącego braku uczestnictwa w porozumieniu dotyczącym podziału rynku, należy przywołać te same argumenty co przedstawione względem Alkam w akapicie (307) decyzji, tj. że E-commerce jako dystrybutor współpracujący z Dahua był zobowiązany do stosowania praktyki podziałowej. Jednocześnie dodać należy, że również wobec E-commerce istnieje materiał dowodowy potwierdzający, że E-commerce miał świadomość, na czym ta praktyka polega. W szczególności wskazać należy, że E-commerce miał świadomość, że dystrybutorzy nie powinni konkurować o projekt uprzednio zarejestrowany, na co wskazuje skarga przekazana przez E-commerce do Dahua

⁴⁴ Treść klauzuli: „*Wszelkie ceny produktów umieszczane na stronach internetowych partnerów firmy Dahua Technology Poland Sp. z o.o., powinny być zgodne z aktualnym cennikiem firmy*”, por. akapit (66) decyzji.

⁴⁵ Por. akapit (70) decyzji.

⁴⁶ Por. akapit (78), (136) decyzji.

⁴⁷ Por. akapit (170), (180), (185), (206), (215), (216) decyzji.

⁴⁸ Por. akapit (139), (144), (176) decyzji.

⁴⁹ Decyzja Komisji z 27 listopada 2002 r. *Plasterboard*, COMP/37.152, pkt 426.

⁵⁰ Wyrok z 6 grudnia 2012 r. *Komisja v Verhuizingen Coppens*, C-441/11 P, EU:C:2012:778, pkt 75.

dotycząca złożenia oferty przez innego dystrybutora w projekcie przypisanym do E-commerce.⁵¹ Podobny wniosek wynika również z wiadomości e-mail przedłożonej przez spółkę⁵², w której przedstawiciel E-commerce przed zarejestrowaniem projektu pytał się Dahua „czy projekt jest już zarejestrowany w waszym systemie”, na co przedstawiciel Dahua odpowiedział „Temat mamy wolny”. Powyższe świadczy o tym, że E-commerce miał świadomość, że zarejestrowanie na niego projektu jest możliwe tylko gdy żaden inny dystrybutor go uprzednio nie zarejestrował. Ponadto E-commerce miał świadomość, że dystrybutorzy byli zniechęceni do konkurowania o zarejestrowany projekt. Wskazuje na to wiadomość e-mail, w której przedstawiciel E-commerce zgłosił do Dahua, że dystrybutor [informacje chronione] złożył ofertę w zarejestrowanym uprzednio przez E-commerce projekcie, w odpowiedzi na powyższy przedstawiciel Dahua przekazał „Temat postaram się omówić z drugą stroną, jednak nie poruszajmy takich spraw mailowo. Jak już będę miał wystarczającą ilość danych, proponuję zrobić telekonferencję”⁵³.

- (316) Prezes Urzędu nie zgadza się również z zastrzeżeniem E-commerce dotyczącym braku wszczęcia postępowania przeciwko wszystkim dystrybutorom Dahua. Jak sam E-commerce słusznie zauważył w swoim stanowisku istnieje orzecznictwo Sądu Najwyższego, zgodnie z którym Prezes Urzędu nie jest zobligowany do prowadzenia postępowania przeciwko wszystkim przedsiębiorcom – uczestnikom sieci dystrybucyjnej.⁵⁴ Prezes Urzędu może dokonać wyboru stron postępowania i ich liczby w zależności od okoliczności konkretnego przypadku, kierując się przede wszystkim potrzebą skutecznego położenia kresu naruszeniu przepisów u.o.k.k. Przy czym wybór ten nie może być dowolny, lecz powinien być oparty na obiektywnych kryteriach. Taka sytuacja miała miejsce w przedmiotowej sprawie. Prezes Urzędu dokonując wyboru dystrybutorów, wobec których wszczął postępowanie antymonopolowe kierował się kryterium aktywności danego dystrybutora w zawarciu i realizacji porozumienia oraz jego siłą rynkową mierzoną wartością zakupu produktów Dahua do Dahua.
- (317) Na koniec Prezes Urzędu pragnie odnieść się do twierdzenia E-commerce, że zawarte w Szczegółowym Uzasadnieniu Zarzutów dowody na okoliczność świadomości przedstawicieli E-commerce, w tym pana Zbigniewa Dąbrowskiego (E-commerce) co do bezprawności ustaleń podejmowanych z Dahua, na taką okoliczność nie wskazują. W szczególności zdaniem spółki takiego wniosku nie można wywieść z treści notatki pana Zbigniewa Dąbrowskiego (E-commerce) ze spotkania z panem Arturem Prusinowskim (Dahua), z której wynika, że pan

⁵¹ Por. akapit (242) decyzji.

⁵² Stanowiąca zał. 1 do pisma E-commerce z 4 października 2023 r., k. 5939-5943

⁵³ Por. akapit (244) decyzji.

⁵⁴ Wyroki Sądu Najwyższego z dnia 15 lutego 2012 r., sygn. akt. I NSK 11/18 oraz z dnia 4 października 2017 r., sygn. akt. III SK 47/16.

Prusinowski (Dahua) poinformował go, że „*musza być ostrożni, nie wymieniać żadnej korespondencji w sprawach cen z uwagi na urząd ochrony konkurencji*”⁵⁵, gdyż notatka ta ma obrazować „*jedynie perspektywę Dahua Poland jaką zaprezentował mu pan Artur Prusinowski*”.⁵⁶ Natomiast odnosząc się do korespondencji wewnętrznej E-commerce, w której jeden z pracowników E-commerce wskazał „*Czy szanowna DP [Dahua Polska – UOKiK] wie w ogóle co to jest zмова cenowa? najgorzej że my jesteśmy stroną i też mamy odpowiedzialność za to że uczestniczymy w tej zmovie*” oraz „*w Polsce zмова cenowa jest zakazana a kary dla firm uczestniczących w tym procederze mogą wynieść 10 % obrotu firmy żebym nie był gołosłowny Art. 6 ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów z 16 lutego 2007 r*”⁵⁷ spółka wskazała na brak relewantnego charakteru tego dowodu, gdyż była to opinia pracownika spółki niebędącego osobą decyzyjną w Spółce, która nie miała charakteru opinii prawnej i w związku z tym „*zarząd Spółki nie miał obowiązku wzięcia takiej opinii pod uwagę, a zatem nie mógł się dopuścić jakiegokolwiek zaniechania*”⁵⁸.

- (318) Prezes Urzędu z oczywistych względów z powyższym stanowiskiem nie może się zgodzić. Dla uznania istnienia świadomości bezprawności swoich działań nie ma znaczenia skąd została powzięta wiedza na ten temat, czy od drugiej strony porozumienia, czy od osoby niebędącej prawnikiem, czy była to wiedza własna tej osoby. Z chwilą przekazania takiej informacji uznać należy, że dana osoba powzięła wiedzę na ten temat. W szczególności dotyczy to profesjonalnych uczestników rynku, jakimi niewątpliwie są przedsiębiorcy i osoby nimi zarządzające, od których zasadne jest wymaganie podwyższonej świadomości prawnej.

Zastrzeżenia zgłoszone przez Alpol, pana Piotra Bąchorka i pana Pawła Zemłę

- (319) Spółka Alpol, pan Piotr Bąchorek (Alpol) oraz pan Paweł Zemła (Alpol) w swoim stanowisku z dnia 15 października 2023 r. stanowiącym odpowiedź na Szczegółowe Uzasadnienie Zarzutów wskazali, że spółka Alpol nigdy nie stosowała się do zaleceń Dahua i posiadała własną politykę cenową. Na powyższą okoliczność ma wskazywać wiadomość e-mail wymieniona wewnętrznie między pracownikami Dahua, w której mowa o zbyt wysokim rabacie zastosowanym przez Alpol⁵⁹ oraz notatka przedstawiciela E-commerce, z której wynika, że od E-commerce odeszli klienci na rzecz Alpol.⁶⁰
- (320) Stanowisko stron jest zdaniem Prezesa Urzędu nieprawidłowe i opiera się na wybiórczo powołanych dowodach. W szczególności należy wskazać, że Prezes Urzędu dysponuje

⁵⁵ Por. akapit (221) decyzji.

⁵⁶ Pismo E-commerce z 4 października 2023 r., k. 5929.

⁵⁷ Por. akapit (222) decyzji.

⁵⁸ Pismo E-commerce z 4 października 2023 r., k. 5929.

⁵⁹ Por. akapit (81) decyzji.

⁶⁰ Por. akapit (88) decyzji.

dowodami, które wprost wskazują na udział Alpol w porozumieniu. Przykładowo taki wniosek wynika z treści skargi, jaką Alpol przesłał do Dahua na nieprzestrzeganie ustaleń przez innego dystrybutora „*Co Wy na to (w ALKAM z marszu [informacje chronione])% dla naszego stałego Klienta). TAK TRACIMY KLIENTÓW lub marzę (...). Proszę o pilną reakcję. Spowodowanie aby pisemnie ALKAM odwołał tę ofertę*”.⁶¹ Niezadowolenie przedstawiciela Alpol wynikało z tego, że w czasie wysłania powyższego e-maila zgodnie z ustaleniami cenowymi, rabat nie powinien przekraczać [informacje chronione]%.⁶² Ponadto Prezes Urzędu uwzględnił również dowody, z których wynika, że przedstawiciele Dahua oceniali, że Alpol przestrzega ustalonych zasad. Wskazuje na to wiadomość e-mail od przedstawiciela Dahua do Alpol w sprawie konieczności akceptacji promocji indywidualnych: „*Wszelkie promocje Partnerów uzgadniane są z [informacje chronione] i to dobrze wiecie bo do tej pory wszystko działało bez problemu*”⁶³, jak i wewnętrzna korespondencja pracowników Dahua, w której opiekun handlowy Alpol wskazał „*Alpol i [informacje chronione] to nie [informacje chronione]% poczułem się urażony bo moi klienci też stanowią spory kawałek tego rynku a trzymają się zasad*”.⁶⁴ Ponadto o uczestnictwie Alpol w porozumieniu świadczą: (i) uczestnictwo przedstawicieli Alpol w tzw. spotkaniach partnerów Dahua, na których Dahua przekazywała informacje o wysokości rabatów, jakie dystrybutorzy powinni stosować przy odsprzedaży własnych produktów Dahua do własnych klientów⁶⁵; (ii) skargi przekazywane przez Alpol w imieniu własnym oraz swoich klientów na warunki cenowe oferowane przez inne podmioty⁶⁶; (iii) zadeklarowanie przez przedstawiciela Alpol w reakcji na interwencję Dahua, że będzie przestrzegał ustaleń.⁶⁷

- (321) Prezes Urzędu uznał za niewiarygodne wyjaśnienie przedstawione przez strony dotyczące znaczenia przywołanej wyżej skargi Alpol na dystrybutora Alkam, jakoby wiadomość ta nie miała na celu zdyscyplinowania konkurenta Alpol, a jedynie „*poprawienie sytuacji spółki przez wynegocjowanie korzystniejszych dla nie rabatów, cen*”.⁶⁸ Takiemu wyjaśnieniu przeczy prośba Alpol, aby Dahua spowodowała pisemne odwołanie oferty Alkam, z której w żaden sposób nie można wywieść wniosku, że stanowiła ona prośbę do Dahua o zwiększenie własnych rabatów zakupowych u Dahua.
- (322) Alpol, pan Piotr Bąchorek (Alpol) oraz pan Paweł Zemła (Alpol) zaprzeczyli również, jakoby spółka Alpol uczestniczyła w ustaleniach podziałowych. Zdaniem stron przyznanie ceny

⁶¹ Por. akapit (94) decyzji.

⁶² Por. akapit (83) decyzji.

⁶³ Por. akapit (120) decyzji.

⁶⁴ Por. akapit (172) decyzji.

⁶⁵ Por. akapit (54) i (79) decyzji.

⁶⁶ Por. akapit (94), (106), (164), (186), (191), (210) decyzji.

⁶⁷ Por. akapit (116) decyzji.

⁶⁸ Pismo Alpol z 15 października 2023 r., k. 6144, 6145.

specjalnej tylko jednemu dystrybutorowi, który zarejestrował projekt przygotowany od początku na produktach Dahua nie ograniczało konkurencji wewnątrzmarkowej, na co ma wskazywać wiadomość e-mail, w której **[informacje chronione]** skarży się do Dahua, że „Alpol Łódź przedstawia oferty na sprzęt do w/w zadania Integratorom na rabacie **[informacje chronione]**% oraz **[informacje chronione]**% i nie posiada tego tematu jako wypracowanego”.⁶⁹

- (323) Odnosząc się do powyższego należy wskazać, że Prezes Urzędu zarówno w treści Szczegółowego Uzasadnienia Zarzutów⁷⁰, jak i niniejszej decyzji⁷¹ wskazał, że dystrybutorzy, którzy nie zarejestrowali projektu mogli co do zasady składać oferty na ten sam projekt. Jednakże w związku z tym, że nie otrzymali ceny specjalnej na zakup potrzebnych do jego realizacji urządzeń Dahua (taką cenę otrzymywał tylko jeden dystrybutor, który jako pierwszy zarejestrował projekt) nie mogli zaoferować korzystniejszej cenowo oferty na te same produkty z grupy „P” i „D”, gdyż bez ceny specjalnej nabywali je od Dahua po standardowych rabatach, a więc w wyższych cenach. Już samo to, zdaniem Prezesa Urzędu, ograniczało ich możliwość konkurowania o ten sam projekt. W takiej sytuacji zaoferowanie niższej ceny od dystrybutora, który otrzymał cenę specjalną, możliwe było poprzez przygotowanie oferty realizacji projektu na innych urządzeniach, tj. z wykorzystaniem większej ilości tańszych urządzeń z grupy „D”. Takie działania dystrybutorów były jednak niepożądane przez Dahua i w wewnętrznej nomenklaturze spółki nazywane: „*wchodzi w temat (...) zaniżając ceny*” [akapit (246) decyzji] oraz „*nieładnie wchodzi bokiem w ułożony, zarejestrowany projekt i zaniża ceny*” [akapit (247) decyzji]. W związku z tym, aby zapobiec takim sytuacjom pracownicy Dahua zniechęcali pozostałych dystrybutorów do konkurowania o przydzielony projekt, co w konsekwencji prowadziło do wyeliminowania konkurencji w ramach danego projektu.⁷²
- (324) Na marginesie, należy zauważyć, że przywołana przez Alpol wiadomość e-mail potwierdza ustalenie Prezesa Urzędu, że dystrybutorzy mimo istniejącej w teorii możliwości konkurowania o zarejestrowany projekt uważali takie działanie za nieprawidłowe i zgłaszali taki przypadek do Dahua. Świadczy to o tym, że sami dystrybutorzy zakładali, że skoro projekt został zarejestrowany to inni dystrybutorzy nie będą mogli go realizować.
- (325) Dodatkowo na udział Alpol w ustaleniach podziałowych wskazuje wiadomość e-mail, w której Alpol w reakcji na wiadomość Dahua, że inny dystrybutor pyta się Dahua o zarejestrowany przez Alpol projekt odpowiedział „*Temat proszę trzymać dla nas*”, a dwa dni później zgodził

⁶⁹ Por. akapit (232) decyzji.

⁷⁰ Por. akapit (235) SUZ.

⁷¹ Por. akapit (240) decyzji.

⁷² Por. akapit (242) decyzji.

się na podjęcie kontaktu telefonicznego z innym dystrybutorem w sprawie zarejestrowanego przez siebie projektu.⁷³ Powyższe wpisuje się w wyjaśnienia udzielone przez Dahua, która wskazała, że w ramach zniechęcania dystrybutorów do konkutowania o zarejestrowany na innego dystrybutora projekt, pracownicy Dahua przekazywali dane do kontaktu dystrybutorów, w celu uzgodnienia, który z nich będzie realizował projekt.⁷⁴

Zastrzeżenia zgłoszone przez Techglobal

- (326) W odpowiedzi z 5 grudnia 2023 r. na zawiadomienie Prezesa Urzędu o zamknięciu postępowania dowodowego, Techglobal zaprzeczył zawarciu porozumienia ze spółką Dahua, jak i uczestnictwa w porozumieniu z jakąkolwiek stroną niniejszego postępowania. W szczególności Techglobal wskazał, że nie czuł się w żaden sposób przymuszany lub związany przez Dahua co do poziomu cen, jakie powinien stosować. Strona podkreśliła, że Dahua nie podejmowała wobec niej żadnych działań dyscyplinujących.
- (327) Powyższe stanowisko Techglobal stoi w sprzeczności z materiałem dowodowym zgromadzonym w przedmiotowej sprawie. Na okoliczność udziału Techglobal w porozumieniu ograniczającym konkurencję z Dahua wskazuje: (i) uczestnictwo przedstawicieli Techglobal w tzw. spotkaniach partnerów Dahua, na których Dahua przekazywała informacje o wysokości rabatów, jakie dystrybutorzy powinni stosować przy odsprzedaży własnych produktów Dahua do własnych klientów⁷⁵; (ii) wiadomości email, w których Techglobal zwracał się do Dahua z pytaniem o cenę, jaką może oferować na produkty Dahua w ramach organizowanych przez siebie promocji⁷⁶ oraz (iii) wiadomości e-mail, w których Techglobal informuje Dahua o nieprzestrzeganiu ustaleń cenowych przez pozostałych dystrybutorów oraz ich redystrybutorów⁷⁷, w tym wprost zwraca się o podjęcie przez Dahua interwencji w tej sprawie.⁷⁸
- (328) W tym miejscu należy wskazać, że nie sposób zgodzić się z wyjaśnieniem Techglobal, że w swoich wiadomościach e-mail kierowanych do Dahua jedynie pytał się, czy obowiązuje promocja, o której Techglobal nie wiedział. Takiemu twierdzeniu wprost przeczy treść wiadomości e-mail, w których informując Dahua o poziomie cen oferowanych przez redystrybutora oraz dystrybutora, Techglobal wprost wskazywał, jakich działań od Dahua oczekuje „proszę o wyciągnięcie konsekwencji od dystrybutora, który to sprzedaje w takich

⁷³ Por. akapit (243) decyzji.

⁷⁴ Por. akapit (242) decyzji.

⁷⁵ Por. akapit (54) i (79) decyzji.

⁷⁶ Por. akapit (124) i (125) decyzji.

⁷⁷ Por. akapit (162), (171)-(174), (184) decyzji.

⁷⁸ Por. akapit (162), (166), (190), (192), (197) decyzji.

cenach”⁷⁹ oraz „czy możecie zadziałać z zaniżonymi cenami”⁸⁰. Co więcej Techglobal w jednej z wysłanych wiadomości e-mail sam wprost odwoływał się do istniejących ustaleń – „*idioci lamią ogólnie przyjęte zasady*”.⁸¹ Techglobal był również jednym z adresatów wiadomości e-mail, w której inny dystrybutor proponował wspólne działania aby „*utrzymać ład*” oraz wskazywał „*jesteśmy ostatnim jeleniem, który próbuje trzymać się zasad*”.⁸²

- (329) Nie znajduje również potwierdzenia w materiale dowodowym twierdzenie, jakoby Dahua nie dyscyplinowała Techglobal, bowiem przeczy temu dowód w postaci wiadomości e-mail, w której Dahua w związku z brakiem autoryzacji promocji informuje Techglobal o złamaniu zasad współpracy i nakazuje jej wycofanie.⁸³
- (330) Natomiast odnosząc się do twierdzenia strony o braku udziału Techglobal w ustaleniach podziałowych, należy przywołać te same argumenty co przedstawione względem Alkam w akapicie (307) decyzji, tj. że Techglobal jako dystrybutor współpracujący z Dahua był zobowiązany do stosowania praktyki podziałowej. Jednocześnie dodać należy, że wobec Techglobal istnieje materiał dowodowy potwierdzający, że miał on świadomość, że projekty przygotowane od początku na produktach Dahua są przydzielane na wyłączność jednemu dystrybutorowi i inni dystrybutorzy nie powinni o nie konkurować. Wskazuje na to dowód w postaci wiadomości e-mail, w której opiekun handlowy Techglobal dodając Techglobal na kopii zwraca się do pracownika Działu Projektowego Dahua o „*zachowanie czujności, bo doszły nas słuchy że może ktoś będzie chciał nas bokiem obejść*”.⁸⁴ Tym samym niejako w imieniu i za wiedzą Techglobal podejmuje działania, które mają zapewnić, że zgodnie z ustaleniami podziałowymi projekt przygotowany od początku na produktach Dahua zostanie zrealizowany przez Techglobal, który zarejestrował go jako pierwszy.

14.2. Zapobieżenie, ograniczenie lub zakłócenie konkurencji

Ramy prawne

- (331) Zakazy określone w art. 101 TFUE oraz art. 6 u.o.k.k. dotyczą porozumień, które ze względu na swój cel lub skutek zapobiegają, ograniczają lub zakłócają konkurencję (prawo unijne) oraz eliminują, ograniczają lub naruszają konkurencję w inny sposób (prawo polskie). W powyższym kontekście należy stwierdzić, że zarówno Państwa Członkowskie, jak i ustawodawca przewidziały dwie alternatywne formy naruszeń („ze względu na cel” i „ze

⁷⁹ Por. akapit (192) decyzji.

⁸⁰ Por. akapit (197) decyzji.

⁸¹ Por. akapit (162) decyzji.

⁸² Por. akapit (181) decyzji.

⁸³ Por. akapit (121) decyzji.

⁸⁴ Por. akapit (248) decyzji.

względu na skutek”) oraz zakaz stosowania praktyk, których dolegliwość może przejawiać różny poziom.

- (332) 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.⁸⁵ Do kategorii porozumień, które ze względu na swój cel ograniczają konkurencję, należy zaliczyć m.in. dzielenie rynku oraz ustalanie cen.⁸⁶ Ustalając, że konkretne porozumienie ograniczało konkurencję ze względu na cel należy wziąć pod uwagę treść jego postanowień, obiektywne cele, do osiągnięcia których zmierza, a także kontekst gospodarczy i prawny, w jaki porozumienie to się wpisuje.⁸⁷ Uwzględnienia prawnego i gospodarczego kontekstu porozumienia nie należy mylić z analizą wywieranych przez praktykę skutków lub prowadzeniem analizy właściwej dla stwierdzenia, że porozumienie ogranicza konkurencję ze względu na skutek.⁸⁸ 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.⁸⁹ Porozumienie, które ma charakter porozumienia ograniczającego konkurencję ze względu na cel, nie przestaje być nielegalne z tego względu, że w konkretnym przypadku nie pociągnęło za sobą szkód.⁹⁰

Zastosowanie prawa w niniejszej sprawie

- (333) Prezes Urzędu uznał, że działania Dahua oraz wskazanych w sentencji dystrybutorów miały za swój przedmiot (cel) zapobieżenie, ograniczenie lub zakłócenie konkurencji na rynku. Działania te polegały na dokonywaniu ustaleń dotyczących sposobu kształtowania cen sprzedaży produktów Dahua oraz ustaleń podziałowych polegających na przydzielaniu projektów przygotowanych od początku na produktach Dahua (tj. transakcji sprzedaży o dużej wartości) do realizacji przez jednego dystrybutora i zniechęcaniu pozostałych dystrybutorów do konkurowania o już przydzielony projekt.
- (334) Ustalenia co do konieczności stosowania cen cennikowych oraz maksymalnych rabatów, jakie dystrybutorzy powinni stosować przy sprzedaży produktów Dahua odpowiadają charakterowi porozumień cenowych, o których mowa w art. 101 ust. 1 lit. a TFUE oraz art. 6 ust. 1 pkt 1

⁸⁵ Wyrok Trybunału Sprawiedliwości z 11 września 2014 r. w sprawie C-67/13 P, *Groupement des cartes bancaires*, EU:C:2014:2204, akapit 49.

⁸⁶ Wyrok Trybunału Sprawiedliwości z 19 grudnia 2013 r. w sprawie C-239/11 P, *Siemens*, EU:C:2013:866, akapit 218; wyrok Sądu Pierwszej Instancji z 9 lipca 2003 r. w sprawie T-224/00, *Archer Daniels Midland*, EU:T:2003:195, akapit 117-120.

⁸⁷ Wyrok Trybunału Sprawiedliwości z 29 czerwca 2023 r. w sprawie C-211/22, *Super Bock Bebidas*, EU:C:2023:529, akapit 35.

⁸⁸ Por. wyrok Trybunału Sprawiedliwości z 11 września 2014 r. w sprawie C-67/13 P, *Groupement des cartes bancaires*, EU:C:2014:2204, akapit 81-83.

⁸⁹ Wyrok Trybunału Sprawiedliwości z 4 czerwca 2009 r. w sprawie C-8/08, *T-Mobile Netherlands*, EU:C:2009:343, akapit 27.

⁹⁰ Por. opinię Rzecznik Generalnej J. Kokott z 19 lutego 2009 r. do sprawy C-8/08, *T-Mobile Netherlands*, akapit 45-47.

u.o.k.k. i które uznaje się za ograniczające konkurencję ze względu na cel. Tego rodzaju naruszenia zmniejszają bodźce dla uczestników porozumienia do podejmowania konkurencyjnych kroków wobec siebie nawzajem i chronią ich przed tzw. „wojną cenową”. W przedmiotowej sprawie stworzony przez Dahua system zapewniał minimalny poziom cen produktów objętych porozumieniem poprzez monitoring rynku i nakładanie sankcji na podmioty, które nie stosowały się do podjętych ustaleń cenowych. W takich warunkach uczestnicy rynku mieli świadomość, że obniżenie przez ich konkurentów cen poniżej ustalonego poziomu spotka się z sankcjami ze strony Dahua, w związku z czym działali w warunkach mniejszej niepewności co do zachowań konkurentów, mogąc z wysokim prawdopodobieństwem zakładać, że nie będą oni stosować cen niższych niż ustalone. Pozwalało to na utrzymywanie cen produktów Dahua na poziomie wyższym niż ten, który ukształtowałby się w warunkach niezakłóconej konkurencji, co miało negatywny wpływ na odbiorców tych produktów. Istnienie ograniczenia „ze względu na cel” wynika w przypadku tego rodzaju porozumień z faktu, że ukierunkowane są one bezpośrednio na ograniczenie atmosfery niepewności rynkowej charakterystycznej dla stanu konkurencji.

- (335) W ocenie Prezesa Urzędu elementem uzupełniającym ustalenia cenowe były podejmowane przez uczestników porozumienia ustalenia podziałowe, w ramach których przydzielano projekty przygotowane od początku na produktach Dahua (tj. transakcje sprzedaży o dużej wartości) do realizacji przez jednego dystrybutora, przy jednoczesnym zniechęcaniu pozostałych dystrybutorów do konkurowania o już przydzielony projekt. Ustalenia te odpowiadają charakterowi porozumień podziałowych, o których mowa w art. 101 ust. 1 lit. c TFUE oraz art. 6 ust. 1 pkt 3 u.o.k.k. Uzupełniały one koordynację dystrybutorów w zakresie ustaleń cenowych, ponieważ miały na celu zapobieżenie konkurencji cenowej w przypadku szczególnych transakcji, jakimi były projekty przygotowane od początku na produktach Dahua.
- (336) Projekty te stanowiły transakcje sprzedaży o znacznej wartości [akapit (63) decyzji], w ramach których miały być przede wszystkim sprzedawane droższe produkty Dahua oznaczone w cennikach Dahua jako grupa „P”⁹¹. W związku z tym istniało ryzyko, że między dystrybutorami będzie dochodzić do „wojen cenowych”, gdyż znaczna wartość sprzedaży mogła stanowić istotną zachętę dla dystrybutorów, aby konkurować między sobą poprzez obniżanie cen. Podjęte między Dahua a dystrybutorami ustalenia wskazane w pkt 14.1 decyzji takie ryzyko eliminowało lub co najmniej ograniczało. Po pierwsze, przyznanie ceny specjalnej tylko jednemu dystrybutorowi, skutkowało tym, że jako jedyny mógł on zaoferować najniższą cenę sprzedaży danych produktów, jednocześnie nie schodząc znacznie ze swojej marży. Pozostali dystrybutorzy z uwagi na wyższą cenę zakupu tych produktów od Dahua,

⁹¹ W praktyce dystrybutorzy w ramach ww. projektów oferowali również produkty z grupy „D”.

mieli ograniczone możliwości konkurowania ceną. Po drugie, nawet jeśli pomimo ww. okoliczności ryzyko konkurencji ze strony pozostałych dystrybutorów się pojawiało, Dahua i dystrybutorzy podejmowali działania, które takie ryzyko eliminowało. W takiej sytuacji pracownicy Dahua kontaktowali się z dystrybutorami w celu zniechęcenia ich do ubiegania się o zarejestrowany na innego dystrybutora projekt, przekazywali dystrybutorom dane do kontaktu, aby między sobą uzgodnili kto będzie realizował projekt lub pośredniczyli w takich uzgodnieniach [akapit (293) decyzji]. W konsekwencji działania Dahua i jej dystrybutorów prowadziły do wyeliminowania lub co najmniej ograniczenia niepewności rynkowej lub skoordynowanego wpływania na decyzje klientów poprzez doprowadzenie ich do zakupu produktów Dahua u tego dystrybutora, który zarejestrował projekt i jako takie stanowiły ograniczenie konkurencji ze względu na cel.

- (337) Oceniając powyższe działania jako ograniczenie konkurencji ze względu na cel, Prezes Urzędu uznał, że wbrew przyjętym założeniom dla stworzenia takiego systemu rejestracji projektów przygotowanych od początku na produktach Dahua, przyznanie ceny specjalnej wyłącznie jednemu dystrybutorowi nie miało na celu wynagrodzenia jego szczególnego zaangażowania w projekt. Po pierwsze, jak wynika z materiału dowodowego, Dahua takiego zaangażowania w projekt dystrybutorów w praktyce nie weryfikowała ani nie stworzyła żadnych przejrzystych kryteriów, według których pracownicy Dahua takiej weryfikacji mieliby dokonywać. Po drugie, jak wynika z informacji przekazanych przez dystrybutorów, tego rodzaju projekty nie wymagały od nich szczególnego zaangażowania. Większość dystrybutorów wskazywała, że w ramach projektów przygotowanych od początku na produktach Dahua ich działania ograniczały się do dostarczenia produktów Dahua [akapit (229) decyzji]. W związku z tym, w projektach przygotowanych od początku na produktach Dahua nie istniało uzasadnienie dla przyznawania wyłącznie jednemu dystrybutorowi ceny specjalnej. Z uwagi na powyższe, w praktyce projekty przygotowane od początku na produktach Dahua przydzielane były temu dystrybutorowi, który jako pierwszy zarejestrował projekt [akapit (230)-(235) decyzji].
- (338) Projekty te nie różniły się również w zakresie zaangażowania dystrybutora w pozyskanie klienta od tzw. projektów przekładek, w ramach których Dahua przyznawała cenę specjalną każdemu dystrybutorowi, który taki projekt zgłosił. W ocenie Prezesa Urzędu okoliczność przyjęcia zupełnie odmiennych zasad przyznawania ceny specjalnej w przypadku obu rodzajów projektów, wynikała przede wszystkim z odmiennych uwarunkowań w zakresie istnienia presji konkurencyjnej ze strony innych marek. Mianowicie w przypadku projektów tzw. przekładek (w których specyfikacja zamówienia zakładała realizację w oparciu o produkty konkurencyjnych względem Dahua producentów lub w których przygotowywano ofertę alternatywną dla już zainstalowanych w danej inwestycji produktów konkurencyjnych),

Dahua przyznając cenę specjalną każdemu dystrybutorowi godziła się na konkurencję cenową między własnymi dystrybutorami, aby w ten sposób dać każdemu dystrybutorowi możliwość konkurowania cenowego z podmiotami oferującymi produkty konkurencyjnych względem Dahua marek. Natomiast w przypadku projektów przygotowanych od początku na produktach Dahua, konkurencja cenowa między dystrybutorami była z punktu widzenia Dahua bezcelowa, skoro klient w specyfikacji zakładał realizację projektu na produktach marki Dahua, ryzyko utraty projektu na rzecz podmiotów oferujących produkty konkurencyjnych względem Dahua marek było istotnie mniejsze. W takiej sytuacji przyznanie ceny specjalnej większej liczbie dystrybutorów prowadziło do wewnątrzmarkowej konkurencji cenowej między samymi dystrybutorami, poprzez obniżanie oferowanych przez nich cen, co ostatecznie wzmagałoby presję na Dahua, by zwiększyła przyznawane dystrybutorom rabaty. Takim scenariuszom Dahua chciała zapobiec podejmując z dystrybutorami uzgodnienia podziałowe.

- (339) Jakkolwiek subiektywny cel przedsiębiorstw nie stanowi okoliczności niezbędnej ani decydującej samodzielnie o tym, czy doszło do naruszenia „ze względu na cel” Prezes Urzędu jest w posiadaniu dowodów, które w jednoznaczny sposób wskazują, że istotą ustaleń między Dahua a dystrybutorami było zapobieganie zaniżaniu cen sprzedaży produktów Dahua i związanemu z tym schodzeniu przez dystrybutorów z własnej marży. Powyższe potwierdzają wiadomości e-mail wysyłane przez dystrybutorów do Dahua, w których skarżąc się na dystrybutorów nieprzestrzegających ustaleń z zakresie maksymalnych rabatów wskazywali, że w ten sposób dochodzi do „niszczenia rynku i erozji marży” [akapit (93) decyzji]; „*tak tracimy klientów lub marżę*” [akapit (94) decyzji]; „*znów tracimy na marży*” [akapit (165) decyzji]. Również pracownicy Dahua w wewnętrznej korespondencji e-mail wskazywali, że opracowane przez nich zasady odnośnie do warunków i wartości przyznawania przez dystrybutorów gratisów w ramach ich własnych promocji mają na celu ochronę dystrybutorów przed wojną cenową „*niższe wartości i gratisy (...) doprowadzą do wojny cenowej*” [akapit (128) decyzji]. Pracownicy Dahua uważali również, że trzymanie się ustalonej polityki cenowej jest korzystne dla każdej ze stron porozumienia „*nie trzymają się polityki cenowej z innymi partnerami. (...) Mam nadzieje, że spotkanie zmieni to co jest niepokojące i, a nasza współpraca będzie owocna i z korzyścią dla każdej strony*” [akapit (179) decyzji]. Na okoliczność, że celem ustaleń dystrybutorów z Dahua, było zapobieganie zaniżaniu cen, wskazują również wiadomości e-mail, w których dystrybutor zwracając się do Dahua o akceptację warunków planowanej przez siebie promocji zwracał uwagę, że w ramach promocji nie będzie „*żadnego zaniżania cen*” [akapit (129) decyzji], „*nie zniżamy rynkowych cen*” [akapit (130) decyzji]. Dodatkowo w kontekście ustaleń podziałowych należy wskazać, że materiał dowodowy również wskazuje, że ich istotą było zapobieganie zaniżaniu cen.

Wskazuje na to wiadomość e-mail od dystrybutora, który skarżąc się Dahua, że inni dystrybutorzy ubiegają się o przydzielony mu projekt, prosił: „*Może poszedłby od Was mail (...) że temat [informacje chronione] jest odjęty ochroną projektową i żeby nie wciskali się tam z niższymi cenami*” [akapit (241) decyzji]. Również pracownicy Dahua w wewnętrznej korespondencji odnosząc się do kwestii konkurencji w projekcie uprzednio zarejestrowanym na danego dystrybutora, wskazywali na problem zaniżania cen: „*Ktoś z naszych dystrybutorów wszedł w temat E-COMMERCEa z Gdańska, zaniżając cen*” [akapit (246) decyzji] oraz „*Ktoś nieładnie wchodzi bokiem w ułożony, zarejestrowany projekt i zaniża ceny*” [akapit (247) decyzji].

- (340) Podsumowując powyższe należy stwierdzić, że niezależnie od obiektywnego charakteru wskazanych w decyzji praktyk, polegającego na tym, że ograniczały one konkurencję ze względu na swoją naturę, również subiektywne intencje Dahua i dystrybutorów wskazują, że celem ich działań było ograniczenie konkurencji.
- (341) Mając na względzie powyższe Prezes Urzędu uznał, że naruszenie będące przedmiotem postępowania stanowiło naruszenie „ze względu na cel”, co omówiony kontekst gospodarczy i prawny potwierdza. Jednocześnie rynek, na którym doszło do naruszenia nie podlega regulacjom, które sprawiałoby, że ustalenia cenowe i podziałowe nie uderzałyby w istotę konkurencji rynkowej. W konsekwencji uznać należy, że naruszenie to wchodzi w zakres, o którym mowa w art. 101 ust. 1 lit. a i c TFUE oraz art. 6 ust. 1 pkt 1 i 3 u.o.k.k., o czym mowa była wyżej.

14.3. Jednolite i ciągle naruszenie

Ramy prawne

- (342) Naruszenia art. 101 TFUE 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.⁹² 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.⁹³ Innymi słowy możliwe jest uznanie, że kilka działań lub działanie ciągłe

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

⁹³ Wyrok Trybunału Sprawiedliwości z 8 lipca 1999 r. w sprawie C-49/92 P, *Anic Partecipazioni*, 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.

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 ciągle naruszenie stanowiło samodzielne naruszenie.⁹⁴

- (343) 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.⁹⁵ 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.⁹⁶ W każdym razie jednak przedsiębiorstwo ponosi odpowiedzialność za tę część naruszenia, w której uczestniczyło.⁹⁷
- (344) Mając na względzie zasadniczą równoważność art. 6 u.o.k.k. oraz art. 101 TFUE należy stwierdzić, że koncepcja jednolitego i ciągłego naruszenia znajduje zastosowanie również w prawie polskim.

Zastosowanie prawa w niniejszej sprawie

- (345) Prezes Urzędu uznał, że ustalenia, o których mowa w pkt 5-8 decyzji, stanowiły jednolite i ciągle naruszenie, którego istotą było ograniczenie konkurencji między dystrybutorami Dahua w zakresie kształtowania działań rynkowych dotyczących sprzedaży produktów marki Dahua. Opisane w decyzji zachowania zostały zakwalifikowane jako naruszenie art. 6 ust. 1 pkt 1 u.o.k.k. oraz art. 101 ust. 1 lit. a TFUE, a także art. 6 ust. 1 pkt 3 u.o.k.k. oraz art. 101 ust. 1 lit. c TFUE. Naruszenie to trwało nieprzerwanie od co najmniej września 2016 r. do 17 października 2023 r.
- (346) Prezes Urzędu uznał, że naruszenie zostało zapoczątkowane wkrótce po rozpoczęciu działalności przez Dahua w Polsce. Powyższe wynika z faktu, iż najwcześniejszy zidentyfikowany dowód wskazujący na istnienie ustaleń cenowych w przedmiocie stosowania cen cennikowych, pochodzi z 13 września 2016 r. [akapit (149) decyzji], natomiast w przedmiocie stosowania wskazanych przez Dahua wysokości rabatów z 11 października 2016 r. [akapit (86) decyzji]. Ponadto również system rejestracji projektów, w ramach którego

⁹⁴ Wyrok Trybunału Sprawiedliwości z 1 lipca 2010 r. w sprawie C-407/08 P, *Knauf Gips*, EU:C:2010:389, akapit 48.

⁹⁵ 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.

⁹⁶ Wyrok Trybunału Sprawiedliwości z 8 lipca 1999 r. w sprawie C-49/92 P, *Anic Partecipazioni*, 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.

⁹⁷ 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.

dochodziło do przydzielania jednemu dystrybutorowi na wyłączność realizacji projektu przygotowanego od początku na produktach Dahua, przy jednoczesnym zniechęcaniu pozostałych dystrybutorów do konkutowania o tak przydzielony projekt, zaczął funkcjonować wkrótce po rozpoczęciu działalności Dahua w Polsce. Najwcześniej zidentyfikowane dowody w zakresie przyznawania ceny specjalnej na zakup produktów Dahua wyłącznie jednemu dystrybutorowi, który jako pierwszy zarejestrował projekt pochodzą z 17 lutego 2017 r. [akapit (235) decyzji], a w zakresie zniechęcania przez pracowników Dahua dystrybutorów do konkutowania o projekt zarejestrowany uprzednio na innego dystrybutora z 13 grudnia 2017 r. [akapit (246) decyzji].

- (347) Ustalenia w zakresie stosowania cen i podziału rynku zostały zaprzestane w odmiennym terminie, mianowicie:
- (i) ustalenia cenowe – zostały zaprzestane 31 października 2021 r.;
 - (ii) ustalenia podziałowe – zostały zaprzestane 31 grudnia 2021 r. w aspekcie, w jakim pracownicy Dahua kontaktowali się z dystrybutorami w celu nakłonienia ich do rezygnacji z ubiegania się o zarejestrowany projekt przygotowany od początku na produktach Dahua, a 17 października 2023 r. w aspekcie, w jakim spółka przydzielała ww. projekty wyłącznie jednemu dystrybutorowi, który jako pierwszy je zgłosił.
- (348) W związku z powyższym należało uznać, że analizowane w niniejszej sprawie **porozumienie trwało od września 2016 r. do 17 października 2023 r.** Powyższy wniosek wynika z faktu, że zdaniem Prezesa Urzędu na rozpatrywane w przedmiotowej sprawie naruszenie składały się zachowania przedsiębiorców polegające zarówno na ustalaniu cen, jak i na podziale rynku, w związku z tym dopiero zaniechanie wszystkich elementów praktyki składających się na jednolite i ciągłe porozumienie, może zostać uznane za zaprzestanie uczestnictwa w porozumieniu.
- (349) Prezes Urzędu uznał, że zachowania przedsiębiorców polegające zarówno na ustalaniu cen, jak i na podziale rynku składały się na jedno jednolite i ciągłe porozumienie, z tego względu, że działaniom tym należało przypisać wspólny cel, którym było, ograniczenie konkurencji między dystrybutorami poprzez ograniczanie niepewności rynkowej związanej z normalnie funkcjonującą konkurencją.
- (350) Prezes Urzędu uznał również, że uczestnicy naruszenia, byli w pełni świadomi zakresu podmiotowego naruszenia. Innymi słowy, każdy dystrybutor Dahua miał świadomość uczestnictwa w porozumieniu wszystkich pozostałych dystrybutorów Dahua. Na powyższą okoliczność wskazuje fakt uczestnictwa dystrybutorów w tzw. spotkaniach partnerów Dahua, na których przedstawiciele Dahua informowali wszystkich obecnych na spotkaniu

dystrybutorów o wysokościach rabatów, jakie powinni stosować przy sprzedaży produktów Dahua. Ponadto wszyscy dystrybutorzy otrzymywali od Dahua cenniki, które miały tożsamą treść i które zawierały zobowiązanie dystrybutorów do publikacji na własnych stronach internetowych cen zgodnych z aktualnym cennikiem Dahua. Ponadto jak wynika z materiału dowodowego, dystrybutorzy Dahua sami w korespondencji prowadzonej między sobą wskazywali na konieczność „*utrzymania ładu*” oraz okoliczność, że oni „*trzymają się zasad*” [akapit (181) decyzji]. W końcu okoliczność tę potwierdzają skargi zgłaszane przez dystrybutorów do Dahua dotyczące nieprzestrzegania ustaleń przez innych dystrybutorów i ich redystrybutorów. Wskazują one bowiem, że dystrybutorzy mieli świadomość, że ustalenia poczynione z Dahua obowiązują innych dystrybutorów i oczekiwali, że będą one przez nich przestrzegane.

- (351) W odniesieniu do samej ciągłości naruszenia należy jednocześnie stwierdzić, że poza regularnością i stałością kontaktów między Dahua a dystrybutorami uczestnicy naruszenia stale monitorowali przestrzeganie zawartych ustaleń. Monitorowanie umożliwiły m.in. informacje przekazywane przez dystrybutorów do Dahua o przypadkach niestosowania się do ustaleń w zakresie stosowania minimalnych i sztywnych cen sprzedaży produktów Dahua przez dystrybutorów i ich redystrybutorów. W takich sytuacjach, Dahua kontaktowała się z dystrybutorem w celu skłonienia go do zmiany ceny lub przewidywała środki odwetowe w postaci: odbierania dodatkowego rabatu na zakup produktów Dahua od Dahua lub rozwiązania umowy.
- (352) Mając na względzie Prezes Urzędu uznał, że naruszenie trwało nieprzerwanie od września 2016 r. do 17 października 2023 r. Naruszenie to obejmowało ustalanie cen (art. 101 ust. 1 lit. a TFUE oraz art. 6 ust. 1 pkt 1 u.o.k.k.) oraz podział rynku (art. 101 ust. 1 lit. c TFUE oraz art. 6 ust. 1 pkt 3 u.o.k.k.).

14.4. Wpływ na handel między Państwami Członkowskimi

Ramy prawne

- (353) 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*”. Powyższy dokument nie ma charakteru wiążącego dla Państw Członkowskich.
- (354) 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.⁹⁸ Wpływ powinien mieć charakter odczuwalny. Ograniczenie geograficzne praktyki do terytorium jednego Państwa Członkowskiego nie wyklucza istnienia wpływu na handel. Sądy unijne przyjmują, że istnieje „*moche domniemanie*” istnienia wpływu na handel, jeżeli naruszenie odnosi się do całego obszaru Państwa Członkowskiego.⁹⁹

Zastosowanie prawa w niniejszej sprawie

- (355) Prezes Urzędu uznał, że wpływ praktyk opisanych w pkt 5-8 decyzji na handel między Państwami Członkowskimi występował i miał charakter przynajmniej potencjalnie odczuwalny.
- (356) O spełnieniu przesłanki wpływu na handel między Państwami Członkowskimi może świadczyć fakt, że opisane w decyzji działania stron postępowania odnosiły się do obszaru całego terytorium Rzeczypospolitej Polskiej, tj. obszaru stanowiącego istotną część rynku wewnętrznego Unii Europejskiej. Praktyki te ograniczały konkurencję odnosząc się do relacji wertykalnych (pomiędzy kontrahentami działającymi na różnych szczeblach obrotu) i dotyczyły ustalania cen i podziału rynku wewnątrz sieci dystrybucji produktów Dahua.
- (357) Natomiast zgodnie z praktyką unijnego prawa konkurencji porozumienie rozciągające się na całe terytorium Państwa Członkowskiego z samej swej istoty skutkuje odtworzeniem podziału jednego rynku unijnego na rynki krajowe i tym samym utrudnia wzajemne przenikanie się rynków.¹⁰⁰ Trybunał Sprawiedliwości Unii Europejskiej przyjął domniemanie, że porozumienie horyzontalne rozciągające się na terytorium całego Państwa Członkowskiego jest w stanie wpłynąć na handel pomiędzy Państwami Członkowskimi.¹⁰¹

⁹⁸ Wyrok Sądu Pierwszej Instancji z 15 marca 2000 r. w sprawach połączonych T-25/95, T-26/95, T-30/95, T-31/95, T-32/95, T-34/95, T-35/95, T-36/95, T-37/95, T-38/95, T-39/95, T-42/95, T-43/95, T-44/95, T-45/95, T-46/95, T-48/95, T-50/95, T-51/95, T-52/95, T-53/95, T-54/95, T-55/95, T-56/95, T-57/95, T-58/95, T-59/95, T-60/95, T-61/95, T-62/95, T-63/95, T-64/95, T-65/95, T-68/95, T-69/95, T-70/95, T-71/95, T-87/95, T-88/95, T-103/95 i T-104/95, *Cimenteries CBR i inni*, EU:T:2000:77, akapit 3376.

⁹⁹ 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 Group Bank*, EU:C:2009:576, akapit 38-39.

¹⁰⁰ Wyrok z 17 października 1972 r. *Vereeniging przeciwkoan Cementhandelaren*, sprawa 8/72, EU:C:1972:84, akapit 29; wyrok z 19 lutego 2002 r. *J.C.J. Wouters*, C-309/99, EU:C:2002:98, akapit 95; wyrok z 18 czerwca 1998 r. *Komisja przeciwko Wlochom*, C-35/96, EU:C:1998:303, akapit 48; wyrok z 4 września 2009 r. *Erste Group Bank AG i inni*, C-125/07 P, C-133/07 P, C-135/07 P i C-137/07 P, EU:C:2009:576, akapit 43; decyzja Komisji z 24 czerwca 2004 r. *Barême d'honoraires de l'Ordre des Architectes belges*, COMP/38.549, akapit 100.

¹⁰¹ Wyrok z 4 września 2009 r. *Erste Group Bank AG i inni*, C-125/07 P, C-133/07 P, C-135/07 P i C-137/07 P, EU:C:2009:576, akapit 43.

- (358) Z punktu widzenia przesłanki wpływu na handel istotny również jest fakt, że Dahua należy do międzynarodowej grupy kapitałowej, działającej w wielu Państwach Członkowskich.¹⁰² Jak zauważyła Komisja Europejska w sprawie *Industrial and medical gases*¹⁰³, sytuacja taka sprawia, że wszelkie zmiany ich pozycji konkurencyjnej w jednym Państwie Członkowskim będą miały wpływ na pozycję grupy jako całości.
- (359) Prezes Urzędu uznał, że powyższe okoliczności wskazują, iż w sprawie występuje wpływ na handel między Państwami Członkowskimi, a co za tym idzie ma zastosowanie Traktat o funkcjonowaniu Unii Europejskiej.

14.5. Brak zastosowania reguły de minimis

Ramy prawne

- (360) Sądy unijne przyjmują, że zakaz określony w art. 101 TFUE 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.¹⁰⁴
- (361) W prawie polskim ustawodawca określił regułę de minimis w art. 7 u.o.k.k. Zgodnie z art. 7 ust. 3 u.o.k.k. reguła ta nie znajduje zastosowania do porozumień cenowych i podziałowych.

Zastosowanie prawa w niniejszej sprawie

- (362) Z uwagi na fakt, że naruszenie będące przedmiotem niniejszej decyzji w ocenie Prezesa Urzędu wpływa na handel między Państwami Członkowskimi i zapobiega, ogranicza lub zakłóca konkurencję ze względu na cel naruszenia, Prezes Urzędu stwierdził, że naruszenie to ma charakter odczuwalny w rozumieniu prawa unijnego.
- (363) Mając jednocześnie na względzie, że reguła de minimis nie znajduje w prawie polskim zastosowania do porozumień cenowych i podziałowych, a naruszenie będące przedmiotem decyzji ma w ocenie Prezesa Urzędu taki charakter, Prezes Urzędu stwierdził, że naruszenie to ma charakter odczuwalny w rozumieniu prawa polskiego.

¹⁰² Dahua prowadzi działalność w regionie Dahua CEE&Nordic, do którego wraz z nią przynależą inne spółki prawa handlowego odpowiadające za import i dystrybucję produktów marki Dahua z następujących Państw Członkowskich: Węgry, Bułgaria, Czechy, Dania, Rumunia (<https://www.dahuasecurity.com/ceen/aboutUs/contactUs?tab=1252>, dostęp: 14.12.2023 r.).

¹⁰³ Decyzja Komisji z 24 lipca 2002 r. *Industrial and medical gases*, COMP/36.700, Dz. Urz. UE z 2003 r. L 84/1.

¹⁰⁴ Wyrok Trybunału Sprawiedliwości z 13 grudnia 2012 r. w sprawie C-226/11, *Expedia*, EU:C:2012:795, akapit 37.

14.6. Brak spełnienia warunków, o których mowa w art. 8 u.o.k.k. oraz 101 ust. 3 TFUE

Ramy prawne

- (364) Zgodnie z art. 8 u.o.k.k. oraz art. 101 ust. 3 TFUE w odniesieniu do porozumień, które spełniają warunki określone w tych przepisach, nie stosuje się zakazu określonego odpowiednio w art. 6 u.o.k.k. oraz art. 101 ust. 1 TFUE. Zgodnie z art. 8 ust. 2 u.o.k.k. oraz art. 2 Rozporządzenia 1/2003 ciężar dowodowy w zakresie wykazania spełnienia warunków określonych odpowiednio w art. 8 ust. 1 u.o.k.k. oraz 101 ust. 3 TFUE spoczywa na odpowiednio przedsiębiorcy lub przedsiębiorstwie.

Zastosowanie prawa w niniejszej sprawie

- (365) Strony nie przedstawiły dowodu spełnienia warunków, o których mowa we wskazanych wyżej przepisach. Mając na względzie powyższe Prezes Urzędu stwierdził, że w sprawie doszło do naruszenia reguł konkurencji.

14.7. Brak spełnienia warunków, o których mowa w art. 8 ust. 3 u.o.k.k.

Ramy prawne

- (366) Stosownie do art. 8 ust. 3 u.o.k.k. Rada Ministrów może, w drodze rozporządzenia, wyłączyć określone rodzaje porozumień – spełniające przesłanki, o których mowa w art. 8 ust. 1 u.o.k.k. – spod zakazu, o którym mowa w art. 6 ust. 1, biorąc pod uwagę korzyści, jakie mogą przynieść określone rodzaje porozumień. W odniesieniu do porozumień wertykalnych, takie wyłączenie przewidywało Rozporządzenie Rady Ministrów z dnia 30 marca 2011 r. w sprawie wyłączenia niektórych rodzajów porozumień wertykalnych spod zakazu porozumień ograniczających konkurencję (Dz. U. Nr 81, poz. 441) oraz aktualnie obowiązujące Rozporządzenie Rady Ministrów z dnia 22 maja 2023 r. w sprawie wyłączenia niektórych rodzajów porozumień wertykalnych spod zakazu porozumień ograniczających konkurencję (Dz. U. poz. 1033) o analogicznym brzmieniu. Z kolei w unijnym prawie ochrony konkurencji wyłączenie takie wynikało z Rozporządzenia 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) oraz z aktualnie obowiązującego Rozporządzenia Komisji Europejskiej nr 2022/720 w sprawie stosowania art. 101 ust. 3 Traktatu o funkcjonowaniu Unii Europejskiej do kategorii porozumień wertykalnych i praktyk uzgodnionych (2022/ C 248/01) o analogicznym brzmieniu.

Zastosowanie prawa w niniejszej sprawie

- (367) Żadne z ww. rozporządzeń – polskich i unijnych – przewidujących wyłączenie grupowe nie wyłącza spod zakazu, o którym mowa w art. 6 u.o.k.k. oraz art. 101 TFUE, porozumień będących przedmiotem postępowania. Okoliczność ta wynika z faktu, że kwestionowane działania podejmowane przez strony postępowania dotyczyły najcięższych rodzajów porozumień wertykalnych ograniczających konkurencję, tj. ustalania cen odsprzedaży towarów oraz podziału rynku. Tego typu praktyki zgodnie z ww. rozporządzeniami stanowią tzw. klauzule czarne, wobec których wyłączenia grupowe dla porozumień wertykalnych przewidziane w tych rozporządzeniach nie mają zastosowania.

15. Okres naruszenia

Ramy prawne

- (368) Zgodnie z art. 10 u.o.k.k. Prezes Urzędu wydaje decyzję o uznaniu praktyki za ograniczającą konkurencję, jeżeli stwierdzi naruszenie zakazów określonych w art. 6 u.o.k.k. lub art. 101 TFUE. W decyzji Prezes Urzędu nakazuje zaniechanie stosowania praktyki naruszającej art. 6 u.o.k.k. lub w art. 101 TFUE, jeżeli do czasu wydania decyzji praktyka ta nie została zaprzestana. Ciężar udowodnienia, że praktyka naruszająca zakazy, o których mowa w art. 6 u.o.k.k. lub art. 101 TFUE, została zaprzestana spoczywa na przedsiębiorcy.

Zastosowanie prawa w niniejszej sprawie

- (369) Prezes Urzędu stwierdził, że Dahua i dystrybutorzy będący stronami niniejszego postępowania uczestniczyli w naruszeniu art. 101 TFUE ust. 1 lit. a i c oraz art. 6 ust. 1 pkt 1 i 3 u.o.k.k. od najpóźniej września 2016 r. do 17 października 2023 r.
- (370) Powyższe wynika z faktu, że najwcześniejszy zidentyfikowany dowód wskazujący na istnienie ustaleń cenowych w przedmiocie stosowania cen cennikowych, pochodzi z 13 września 2016 r. [akapit (149) decyzji], natomiast w przedmiocie stosowania wskazanych przez Dahua wysokości rabatów z 11 października 2016 r. [akapit (86) decyzji]. Ponadto również system rejestracji projektów, w ramach którego dochodziło do przydzielania jednemu dystrybutorowi na wyłączność realizacji projektu przygotowanego od początku na produktach Dahua, przy jednoczesnym zniechęcaniu pozostałych dystrybutorów do konkurowania o tak przydzielony projekt, zaczął funkcjonować wkrótce po rozpoczęciu działalności Dahua w Polsce. Najwcześniejsze zidentyfikowane dowody w zakresie przyznawania ceny specjalnej na zakup produktów Dahua wyłącznie jednemu dystrybutorowi, który jako pierwszy zarejestrował projekt pochodzą z 17 lutego 2017 r. [akapit (235) decyzji], a w zakresie

zniechęcania przez pracowników Dahua dystrybutorów do konkurowania o projekt zarejestrowany uprzednio na innego dystrybutora z 13 grudnia 2017 r. [akapit (246) decyzji].

(371) Odnosząc się do kwestii zaniechania naruszenia, wskazać należy, że ustalenia w zakresie stosowania cen i podziału rynku zostały zaprzestane w odmiennym terminie, mianowicie:

(i) ustalenia cenowe – zostały zaprzestane 31 października 2021 r., tj. w ostatnim dniu okresu, w którym pracownicy Dahua kontaktowali się indywidualnie z dystrybutorami, aby poinformować ich, że mają pełną swobodę w kreowaniu cen odsprzedaży oraz organizowaniu indywidualnych promocji bez zgody Dahua [akapit (254) decyzji];

(ii) ustalenia podziałowe – zostały zaprzestane 31 grudnia 2021 r. w aspekcie, w jakim pracownicy Dahua kontaktowali się z dystrybutorami w celu nakłonienia ich do rezygnacji z ubiegania się o zarejestrowany projekt przygotowany od początku na produktach Dahua, a 17 października 2023 r. w aspekcie, w jakim spółka przydzielała ww. projekty wyłącznie jednemu dystrybutorowi, który jako pierwszy je zgłosił [akapit (256) decyzji].

(372) W związku z powyższym, Prezes Urzędu uznał w niniejszej sprawie, że całe porozumienie zostało zaniechane 17 października 2023 r. Powyższy wniosek wynika z faktu, że rozpatrywane w przedmiotowej sprawie zachowania przedsiębiorców (polegające na ustalaniu cen, jak i na podziale rynku) stanowiły jednolite i ciągłe naruszenie [pkt 14.3 decyzji], w związku z tym dopiero zaniechanie wszystkich elementów praktyki składających się na takie porozumienie mogło zostać uznane za zaniechanie porozumienia.

(373) Dodatkowo Prezes Urzędu uwzględnił okoliczność, że wszystkie wskazane w pkt 14.1 decyzji ustalenia w zakresie stosowania cen, jak i podziału rynku, były podejmowane z dystrybutorami Dahua będącymi stronami niniejszego postępowania, tj. E-commerce, Alkam, Alpol, Delta-Opti oraz Techglobal. Do tego wymienieni przedsiębiorcy byli przez cały okres trwania naruszenia w latach 2016-2023 dystrybutorami współpracującymi z Dahua.

16. Okres naruszenia oraz odpowiedzialność osób zarządzających za naruszenie

16.1. Status osoby zarządzającej

Ramy prawne

(374) Zgodnie z art. 4 pkt 3a u.o.k.k. przez osobę zarządzającą rozumie się kierującego przedsiębiorstwem, w szczególności osobę pełniącą funkcję kierowniczą lub wchodzącą w skład organu zarządzającego przedsiębiorcy. Z powyższego wynika, że za okoliczność świadczącą o tym, że dana osoba jest osobą zarządzającą ustawodawca uznaje kierowanie

przedsiębiorstwem (w rozumieniu prawa polskiego). Sytuację, w której dana osoba pełni „funkcję kierowniczą” lub jest „członkiem organu zarządzającego”, ustawodawca uznaje za formy kierowania przedsiębiorstwem. Przepis art. 4 pkt. 3a u.o.k.k. wszedł w życie 18 stycznia 2015 r.

Zastosowanie prawa w niniejszej sprawie

16.1.1. Artur Prusinowski

- (375) Prezes Urzędu uznał, że w okresie od najpóźniej września 2016 r. do 17 października 2023 r. pan Artur Prusinowski był osobą zarządzającą w Dahua Technology Poland sp. z o.o. Pan Artur Prusinowski pełnił w przedmiotowym okresie funkcję Kierownika Działu Sprzedaży (od 1 lipca 2016 r. do 30 czerwca 2017 r.), później stanowisko *Country Leadera* (od 1 lipca 2017 r. do 2 kwietnia 2018 r.), a następnie *Country Managera* (od 3 kwietnia 2018 r. do 17 października 2023 r.). Obowiązki pana Artura Prusinowskiego jako Kierownika Działu Sprzedaży obejmowały współpracę i nadzór nad działem sprzedaży, kontakt z kluczowymi dystrybutorami, realizację celów sprzedażowych, organizację szkoleń produktowych dla dystrybutorów. Jako *Country Leader* pan Artur Prusinowski realizował tożsame obowiązki co w chwili pełnienia obowiązków jako Kierownik Działu Sprzedaży, przy czym dodatkowo zajmował się współpracą i nadzorem nad działem technicznym. Natomiast na stanowisku *Country Managera* na Polskę, obowiązki pana Artura Prusinowskiego obejmowały nadzór nad pracownikami wszystkich zespołów Dahua Technology Poland sp. z o.o. (sprzedaży, projektowym, administracji, marketingu i technicznym), w tym weryfikację realizacji ich obowiązków, raportowanie wyników Dahua Technology Poland sp. z o.o. do zarządu, nadzór nad realizacją i podpisywaniem kontraktów oraz nadzór nad realizacją planu marketingowego i szkoleń.
- (376) Prezes Urzędu uznał pana Artura Prusinowskiego za osobę zarządzającą, ponieważ był on osobą, która miała realny wpływ na działania podejmowane przez Dahua Technology Poland sp. z o.o. w szczególności w zakresie polityki dystrybucyjnej spółki. Jak obrazuje materiał dowodowy, pan Prusinowski wyznaczał kierunki działania pracowników Dahua Technology Poland sp. z o.o. Przejawiało się to w tym, że opiekunowie handlowi Dahua Technology Poland sp. z o.o. odpowiedzialni za kontakty z poszczególnymi dystrybutorami podlegali bezpośrednio panu Prusinowskiemu, w związku z tym to on wydawał im wiążące polecenia w zakresie działań podejmowanych wobec dystrybutorów oraz miał rozstrzygający głos w sprawach zgłaszanych przez nich problemów dotyczących współpracy z dystrybutorami. Również dystrybutorzy postrzegali pana Prusinowskiego jako osobę decyzyjną, na co wskazują m.in. wiadomości e-mail, w których wszelkie kwestie dotyczące generalnych zasad współpracy Dahua z dystrybutorami, kierowali również do niego. Co więcej, jak wynika z

materiału dowodowego dystrybutor E-commerce postrzegając pana Artura Prusinowskiego jako dyrektora operacyjnego w Dahua Technology Poland sp. z o.o. [akapit (51) decyzji]. W powyższym zakresie Prezes Urzędu uwzględnił także fakt, że w całym ww. okresie członkami zarządu Dahua Technology Poland sp. z o.o. byli obcokrajowcy, którzy jak wynika ze zgromadzonego i opisanego materiału dowodowy nie brali czynnego udziału w bieżącym zarządzaniu polityką sprzedaży Dahua Technology Poland sp. z o.o. w Polsce. Pan Prusinowski nie przedstawiał im również do akceptacji poszczególnych ustaleń dokonanych z dystrybutorami.

Zastrzeżenia zgłoszone przez pana Artura Prusinowskiego

- (377) W swoim stanowisku z 17 października 2023 r. pan Artur Prusinowski (Dahua) podniósł, że nie można mu przypisać odpowiedzialności za naruszenie w okresie od września 2016 r. do marca 2018 roku z uwagi na brak przymiotu osoby zarządzającej w tym okresie. Powyższy wniosek zdaniem pana Artura Prusinowskiego (Dahua) wynika z faktu, że w okresie tym zajmował się początkowo nadzorem wyłącznie nad działem sprzedaży Dahua, a od lipca 2017 r. nadzorem nad działem sprzedaży oraz działem technicznym Dahua oraz raportował (wykonywał polecenia) do pana Andrzeja Jarzyny (Dahua).
- (378) Prezes Urzędu z powyższą oceną się nie zgadza. Po pierwsze okoliczność raportowania przez pana Artura Prusinowskiego (Dahua) do pana Andrzeja Jarzyny (Dahua), poza nielicznymi wyjątkami, nie znajduje potwierdzenia w materiale dowodowym. W przeważającej mierze, działania jakie podejmował pan Artur Prusinowski (Dahua) w zakresie polityki dystrybucyjnej spółki, w tym decyzje dotyczące działań podejmowanych wobec dystrybutorów, były podejmowane przez pana Prusinowskiego (Dahua) samodzielnie. W tym zakresie, kontakt pana Artura Prusinowskiego (Dahua) z panem Andrzejem Jarzyną (Dahua) ograniczał się głównie do przekazywania informacji przez pana Prusinowskiego (Dahua) panu Jarzynie (Dahua)¹⁰⁵, a nie wydawania poleceń przez pana Jarzynę (Dahua) panu Prusinowskiemu (Dahua). Po drugie, nawet gdyby pan Prusinowski (Dahua) raportował do pana Jarzyny (Dahua) to sama ta okoliczność nie może przesądzać o możliwości uznania za go za osobę zarządzającą. Z jednej strony z uwagi na hierarchiczną strukturę organizacyjną w większości przedsiębiorstw, mogłoby się okazać, że nawet osoby zajmujące najwyższe stanowiska w strukturze organizacyjnej, raportują do kogoś innego swoją pracę. Z drugiej strony takie podejście mogłoby zostać łatwo wykorzystane w celu uniknięcia odpowiedzialności za naruszenia prawa konkurencji, poprzez delegowanie do podejmowania antykonkurencyjnych

¹⁰⁵ Przykładowo akapit (144), (162), (182) decyzji.

ustaleń pracowników, którzy swoją pracę muszą raportować. W powyższych względów Prezes Urzędu nie może zgodzić się z taką interpretacją.

- (379) Również okoliczność, że pan Artur Prusinowski (Dahua) do 3 kwietnia 2018 r. nadzorował jeden dział sprzedaży, a następnie dział sprzedaży i dział techniczny nie przeczy możliwości uznania go za osobę zarządzającą również w tym okresie. W tym względzie Prezes Urzędu wziął pod uwagę, że pan Prusinowski (Dahua) odpowiadał za dział sprzedaży, który był kluczowy z punktu widzenia przedmiotu działalności spółki Dahua, którym jest import i dystrybucja produktów marki Dahua. Podejmując decyzje jako osoba nadzorująca dział sprzedaży, pan Prusinowski (Dahua) w rzeczywistości decydował o najważniejszym aspekcie działalności spółki Dahua. Dodatkowo należy zauważyć, że działy, nad którymi pan Prusinowski (Dahua) objął po 3 kwietnia 2018 r. nadzór (z czym pan Prusinowski w swoim stanowisku wiąże już możliwość uznania go za osobę zarządzającą) były *de facto* jedynie działami pomocniczymi względem działu sprzedaży, albowiem były to działy: projektowy, administracji, marketingu i techniczny.

16.1.2. Andrzej Jarzyna

- (380) Prezes Urzędu uznał, że w okresie od najpóźniej września 2016 r. do 4 lipca 2019 r. pan Andrzej Jarzyna był osobą zarządzającą w Dahua Technology Poland sp. z o.o. Pan Andrzej Jarzyna pełnił w przedmiotowym okresie funkcję Dyrektora Handlowego i Operacyjnego (od 1 lipca 2016 r. do 30 czerwca 2017 r.) oraz Dyrektora Operacyjnego ds. Sprzedaży na obszar CEE&NORDIC (od 1 lipca 2017 r. do 4 lipca 2019 r.). W ramach pełnienia obowiązków Dyrektora Handlowego i Operacyjnego pan Andrzej Jarzyna nadzorował pracowników zespołów sprzedaży, technicznych i marketingowych Dahua Technology Poland sp. z o.o. w Polsce. Z kolei jako Dyrektor Operacyjny ds. Sprzedaży na obszar CEE&NORDIC odpowiadał za organizację i wspieranie sprzedaży w regionie.
- (381) Prezes Urzędu uznał pana Andrzeja Jarzynę za osobę zarządzającą, która chociaż nie wchodziła w skład organu zarządzającego przedsiębiorcy, to należała do kierownictwa najwyższego szczebla i realnie zarządzała Dahua Technology Poland sp. z o.o. Pan Andrzej Jarzyna jako Dyrektor Handlowy i Operacyjny nadzorował bowiem wszystkie działy, jakie zostały wyodrębnione w strukturze spółki Dahua Technology Poland sp. z o.o., w tym dział sprzedaży. Natomiast jako Dyrektor Operacyjny ds. Sprzedaży na obszar CEE&NORDIC odpowiadał za organizację i wspieranie sprzedaży w całym regionie Europy Środkowo-Wschodniej oraz w Krajach Nordyckich, w tym również w Polsce. Ponadto jak wynika z materiału dowodowego pan Andrzej Jarzyna był bezpośrednio zaangażowany w ustalenia z dystrybutorami. Jak wynika z materiału dowodowego, pan Jarzyna był również postrzegany przez dystrybutora E-commerce jako osoba pełniąca funkcję prezesa zarządu Dahua

Technology Poland sp. z o.o. [akapit (51) decyzji]. W tym względzie należy wskazać dodatkowo na fakt, że w całym ww. okresie członkami zarządu Dahua Technology Poland sp. z o.o. byli obcokrajowcy, którzy jak wynika ze zgromadzonego i opisanego materiału dowodowy nie brali czynnego udziału w zarządzaniu polityką sprzedaży Dahua Technology Poland sp. z o.o. w Polsce. Pan Andrzej Jarzyna nie przedstawiał im również do akceptacji poszczególnych ustaleń dokonanych z dystrybutorami. W związku z tym pan Jarzyna dysponował swobodą i autonomią w podejmowaniu istotnych dla funkcjonowania spółki decyzji biznesowych.

16.1.3. Dariusz Kondraciuk

- (382) Prezes Urzędu uznał, że w okresie od najpóźniej września 2016 r. do 31 października 2021 r. pan Dariusz Kondraciuk był osobą zarządzającą w Alkam Security spółka z ograniczoną odpowiedzialnością sp.k. Powyższe wynika z faktu, że pan Dariusz Kondraciuk był prezesem zarządu spółki Alkam Security sp. z o.o. będącej komplementariuszem Alkam Security spółka z ograniczoną odpowiedzialnością sp.k., która jest uprawniona do reprezentowania Alkam Security spółka z ograniczoną odpowiedzialnością sp.k. (od 27 stycznia 2015 r. do 31 października 2021 r.).
- (383) W ramach pełnienia obowiązków prezesa zarządu Alkam Security sp. z o.o. pan Dariusz Kondraciuk reprezentował i zarządzał działalnością operacyjną Alkam Security spółka z ograniczoną odpowiedzialnością sp.k. W ramach sprawowanej przez siebie funkcji pan Dariusz Kondraciuk zajmował się wszystkim aspektami działalności Alkam Security spółka z ograniczoną odpowiedzialnością sp.k., wyznaczał kierunki strategiczne, podejmował decyzje oraz zawierał umowy w imieniu spółki.

16.1.4. Piotr Bąchorek

- (384) Prezes Urzędu uznał, że w okresie od najpóźniej września 2016 r. do 31 października 2021 r. pan Piotr Bąchorek był osobą zarządzającą w „Alpol” sp. z o.o. Powyższe wynika z faktu, że pan Piotr Bąchorek pełnił w przedmiotowym okresie funkcję prezesa zarządu (od 7 listopada 2002 r. do 31 października 2021 r.).
- (385) W ramach pełnienia obowiązków prezesa zarządu pan Piotr Bąchorek reprezentował spółkę w zakresie wynikającym z prawa handlowego, natomiast na poziomie operacyjnym pełnił funkcję dyrektora finansowego i odpowiadał za wszelkie sprawy finansowe spółki.

16.1.5. Paweł Zemła

- (386) Prezes Urzędu uznał, że w okresie od lutego 2021 r. do 31 października 2021 r. pan Paweł Zemła był osobą zarządzającą w „Alpol” sp. z o.o. Powyższe wynika z faktu, że pan Paweł Zemła pełnił w przedmiotowym okresie funkcję wiceprezesa zarządu (od lutego 2021 r. do 31 października 2021 r.).
- (387) W ramach pełnienia obowiązków wiceprezesa zarządu był operacyjnie odpowiedzialny za działania marketingowe Alpol sp. z o.o.

16.1.6. Zbigniew Dąbrowski

- (388) Prezes Urzędu uznał, że w okresie od najpóźniej września 2016 r. do 31 października 2021 r. pan Zbigniew Dąbrowski był osobą zarządzającą w E-commerce Partners sp. z o.o. (obecnie Eltrox sp. z o.o.). Powyższe wynika z faktu, że pan Zbigniew Dąbrowski pełnił w przedmiotowym okresie funkcję prezesa zarządu (od 1 grudnia 2003 r. do 31 października 2021 r.).
- (389) W ramach pełnienia obowiązków prezesa zarządu pan Zbigniew Dąbrowski zajmował się prowadzeniem spraw spółki i reprezentowaniem spółki.

16.1.7. Mateusz Kurowski

- (390) Prezes Urzędu uznał, że w okresie od 2 listopada 2019 r. do 17 października 2023 r. pan Mateusz Kurowski był osobą zarządzającą w E-commerce Partners sp. z o.o. (obecnie Eltrox sp. z o.o.). Powyższe wynika z faktu, że pan Mateusz Kurowski pełnił funkcję prokurenta samoistnego (od 2 listopada 2019 r. do 17 października 2023 r.).
- (391) W ramach pełnienia obowiązków prokurenta samoistnego pan Mateusz Kurowski zajmował się m.in. [informacje chronione], a także reprezentowaniem E-commerce Partners sp. z o.o. (obecnie Eltrox sp. z o.o.) jako jej pełnomocnik [informacje chronione].

16.2. Odpowiedzialność za naruszenie osób zarządzających

Ramy prawne

- (392) Zgodnie z art. 6a u.o.k.k. w przypadku stwierdzenia naruszenia przez przedsiębiorcę zakazów określonych w art. 6 ust. 1 pkt 1-6 u.o.k.k. lub w art. 101 ust. 1 lit. a-e TFUE, odpowiedzialności podlega również osoba zarządzająca, która w ramach sprawowania swojej funkcji w czasie trwania stwierdzonego naruszenia tych zakazów umyślnie dopuściła przez swoje działanie lub zaniechanie do naruszenia przez tego przedsiębiorcę wymienionych zakazów. Przepis art. 6a u.o.k.k. wszedł w życie 18 stycznia 2015 r.

- (393) Prezes Urzędu uwzględnił fakt, że naruszenie reguł konkurencji może mieć charakter naruszenia jednolitego i ciągłego, tj. że może się na nie składać wiele zachowań rozłożonych w czasie. Powyższe oznacza, że dla oceny przesłanki umyślności naruszenia (lub jej braku) po stronie osoby zarządzającej konieczne może być wzięcie pod uwagę całości zachowania składającego się na jednolite i ciągłe działanie.

Zastosowanie prawa w niniejszej sprawie

16.2.1. Artur Prusinowski

- (394) Prezes Urzędu przypisał panu Arturowi Prusinowskiemu odpowiedzialność za naruszenie art. 6a u.o.k.k. w okresie najpóźniej od września 2016 r. do 17 października 2023 r. w związku z funkcją pełnioną w Dahua Technology Poland sp. z o.o. Prezes Urzędu uznał, że zachowanie pana Prusinowskiego bezpośrednio prowadziło do naruszenia dokonanego przez Dahua Technology Poland sp. z o.o.
- (395) Pan Prusinowski uczestniczył w tzw. spotkaniach partnerów Dahua, na których przedstawiciele Dahua przekazywali dystrybutorom informacje o wysokościach rabatów, jakie dystrybutorzy powinni stosować przy sprzedaży produktów Dahua [akapit (54) i (79) decyzji]. Ponadto pan Prusinowski był osobą, która wysyłała e-mailem (bezpośrednio do dystrybutorów lub za pośrednictwem opiekunów handlowych) cenniki Dahua zawierające klauzulę, zobowiązującą ich do tego, aby ceny produktów Dahua wskazane na stronach internetowych dystrybutorów były zgodne z cennikiem Dahua [akapit (66) i (71) decyzji]. Pan Prusinowski przekazywał również dystrybutorom informacje o wysokościach maksymalnych rabatów, jakie powinni stosować przy sprzedaży produktów Dahua (*„ustaliliśmy, że od 1 grudnia jest określony rabat. Na ten temat już nie dyskutujemy”* akapit (78) decyzji oraz akapit (77) i (124) decyzji). Dodatkowo pan Prusinowski wraz z panem Jarzyną (Dahua) ustalił instrukcję dla dystrybutorów, jaką ci mieli przestrzegać w zakresie przekazywanych przez nich gratisów w ramach własnych promocji. Jak wynika z wiadomości e-mail, celem jej wprowadzenia było niedoprowadzenie do *„wojen cenowych”* między dystrybutorami [akapit (128) decyzji]. Pan Prusinowski był również jednym z adresatów wiadomości e-mail, w której treści wskazywano, że *„celem podstawowym”* cennika Dahua, jaki był stosowany w relacjach z dystrybutorami jest *„utrzymanie w miarę podobnych cen detalicznych w różnych kanałach sprzedaży”* [akapit (74) decyzji].
- (396) Dodatkowo pan Prusinowski zwracał się bezpośrednio do dystrybutorów w celu doprowadzenia do zmiany ich cen sprzedaży na zgodne z ww. ustaleniami cenowymi (*„Nie tak się umawialiśmy (...). Jeżeli takie zachowania będą się powtarzać to wstrzymam współpracę natychmiast”* [akapit (112) decyzji, podobnie w akapicie (86), (90), (177) decyzji])

lub zwracał się z prośbą do opiekunów handlowych dystrybutorów o podjęcie takich działań („*Umawialiśmy się że dla takiego profile klienta rekomendowany rabat to [informacje chronione]%. Proszę o przypomnienie Partnerom o naszych rekomendacjach*” [akapit (81) decyzji, podobnie w akapicie (82), (87), (93), (94), (171) decyzji]). Pan Prusinowski dyscyplinował również dystrybutorów, którzy publikowali niezgodnione z Dahua własne akcje promocyjne, nakazując ich usunięcie [akapit (118)-(121) decyzji]. Ponadto pan Prusinowski zwracał się do dystrybutorów, aby dyscyplinowali swoich redystrybutorów w celu doprowadzenia do przestrzegania przez nich ustaleń cenowych („*Z góry dziękuje za poinformowanie klienta o cenniku MSRP*” [akapit (149) decyzji]; „*Proszę o opis i wyjaśnienie kiedy zostaną wygaszone lub edytowane do ustaleń jakie poczyniliśmy. (...) tak jak rozmawialiśmy ceny sugerowane Msrp zgodnie z cennikiem na aukcjach*” [akapit (145) decyzji]). W tym celu pan Prusinowski zwracał się również do opiekunów handlowych Dahua, aby podjęli interwencję u dystrybutorów w sprawie nieprzestrzegania ustaleń cenowych przez ich redystrybutorów [akapit (150), (151), (154), (192), (216) decyzji] lub nakazywał opiekunom handlowym podjęcie środków odwetowych wobec dystrybutora za działania jego redystrybutora („*[informacje chronione; opiekun handlowy Delta-Opti – UOKiK], Delta to pierwszy [informacje chronione] kupuje od nich (...). Proszę abys spotkał się z Delta i zakomunikował, że mogą robić co chcą tak jak my!!! Proszę o dokładny cytat. W dniu dzisiejszym tracą prawo do dodatkowego rabatu*” [akapit (159) decyzji]).

(397) Z materiału dowodowego wynika, że pan Prusinowski miał również wiedzę o podejmowanych z dystrybutorami ustaleniach podziałowych. W szczególności był on osobą dodaną na kopii w wiadomości e-mail, z treści której wynika, że w sytuacji pojawienia się ryzyka konkurencji innego dystrybutora na projekcie uprzednio zarejestrowanym na E-commerce, przedstawiciel Dahua pośredniczył w uzgodnieniach, który z dystrybutorów ma realizować projekt [akapit (244) decyzji]. Ponadto był on również osobą dodaną do wiadomości e-mail, w których pracownicy Dahua chcąc zapobiec konkurencji ze strony dystrybutorów w projektach uprzednio zarejestrowanych na innego dystrybutora, ustalali kto nabywa produkty Dahua potrzebne do realizacji tych projektów („*Ja nie odpuszczę tematu i będę tak długo drążył aż znajdę tą firmę*” [akapit (245) decyzji]; „*jak ktoś będzie zamawiał większą ilość kamer PTZ SD59430U-HNI (powyżej 10 szt.) proszę o informacje. Ktoś nieładnie wchodzi bokiem w ułożony, zarejestrowany projekt i zaniża ceny*” [akapit (247) decyzji]; „*Musimy to zweryfikować, produkt po produkcji, kto i w jakich cenach kupił (zwłaszcza produkty z grupy P) i na jaki projekt*” [akapit (249) decyzji]).

(398) W ocenie Prezesa Urzędu zachowanie pana Prusinowskiego było umyślne. Zgromadzony materiał dowodowy wskazuje, że pan Prusinowski uczestniczył w podejmowaniu ustaleń cenowych oraz miał wiedzę o ustaleniach podziałowych między Dahua a dystrybutorami.

Dodatkowo, jak wynika z materiału dowodowego pan Prusinowski miał również świadomość bezprawności podejmowanych działań. Wprost wskazuje na to dowód w postaci notatki pana Zbigniewa Dąbrowskiego (E-commerce), w której zanotował on „*Podczas kolacji po spotkaniu Prusinowski zauważył, że muszą być ostrożni, nie wymieniać żadnej korespondencji w sprawach cen z uwagi na urząd ochrony konkurencji*” [akapit (221) decyzji]. Ponadto powyższy wniosek wynika również z wiadomości e-mail skierowanej do pana Prusinowskiego, w której jeden z pracowników Dahua wskazał, że podstawowym założeniem cennika Dahua jest „*utrzymanie w miarę podobnych cen detalicznych w różnych kanałach sprzedaży – formalnie nie możemy na to wpływać!*” [akapit (219) decyzji], a także kolejnej wiadomości e-mail, w której jeden z pracowników Dahua komentując przesłany do Dahua dokument wskazał „*Zobaczcie, co jest napisane min. o regulacji cen – czuwaniu nad polityką cenową (czy oni wiedzą, że u nas są kary za regulowanie cen?)*” [akapit (220) decyzji].

- (399) Mając na względzie powyższe Prezes Urzędu przypisał panu Prusinowskiemu w związku z jego działaniami odpowiedzialność na podstawie art. 6a u.o.k.k. w odniesieniu do okresu od września 2016 r. do 17 października 2023 r., w kontekście naruszenia przez Dahua Technology Poland sp. z o.o. art. 101 ust. 1 lit. a i c TFUE oraz art. 6 ust. 1 pkt 1 i 3 u.o.k.k.

16.2.2. Andrzej Jarzyna

- (400) Prezes Urzędu przypisał panu Andrzejowi Jarzynie odpowiedzialność za naruszenie art. 6a u.o.k.k. w okresie od najpóźniej września 2016 r. do 4 lipca 2019 r. w związku z funkcją pełnioną w Dahua Technology Poland sp. z o.o. Prezes Urzędu uznał, że zachowanie pana Jarzyny bezpośrednio prowadziło do naruszenia dokonanego przez Dahua Technology Poland sp. z o.o.
- (401) Jak wynika z materiału dowodowego pan Jarzyna uczestniczył w tzw. spotkaniach partnerów Dahua, na których przedstawiciele Dahua przekazywali dystrybutorom informacje o wysokościach rabatów, jakie dystrybutorzy powinni stosować przy sprzedaży produktów Dahua [akapit (54) i (79) decyzji]. Pan Jarzyna uczestniczył również bezpośrednio w ustaleniach cenowych z dystrybutorami, na co wskazuje korespondencja e-mail wymieniona wewnątrz Dahua, w treści której pan Jarzyna wskazywał, że jednym z warunków rozpoczęcia przez danego przedsiębiorcę współpracy z Dahua, jako dystrybutor jest „*przestrzeganie polityki cenowej*” [akapit (103) decyzji]. Dodatkowo pan Jarzyna wraz z panem Arturem Prusinowskim (Dahua) ustalił instrukcję dla dystrybutorów, której mieli przestrzegać w zakresie przekazywanych przez nich gratisów w ramach własnych promocji. Jak wynika z wiadomości e-mail, celem jej wprowadzenia było niedopuszczenie do „*wojen cenowych*” między dystrybutorami [akapit (128) decyzji]. Pan Jarzyna wraz z panem Prusinowskim

(Dahua) ustalali również warunki sprzedaży produktów Dahua w ramach promocji organizowanych przez dystrybutorów [akapit (135) decyzji].

- (402) Pan Jarzyna był również jednym z adresatów wiadomości e-mail, w której treści wskazywano na konieczność oferowania produktów Dahua przez dystrybutorów do odbiorców końcowych w cenach zgodnych z cennikiem [akapit (72) decyzji]. A także wiadomości e-mail, w której wskazywano, że „*celem podstawowym*” cennika Dahua, jaki był stosowany w relacjach z dystrybutorami, jest „*utrzymanie w miarę podobnych cen detalicznych w różnych kanałach sprzedaży*” [akapit (74) decyzji]. Pan Jarzyna miał również wiedzę o korespondencji e-mail, jaka została wymieniona między dystrybutorami Dahua, w której wskazują na potrzebę „*utrzymania ładu*”, a także na to, że „*trzymają się zasad*” [akapit (181) decyzji]. Pan Jarzyna posiadał również wiedzę na temat ustaleń Dahua z dystrybutorami w zakresie obowiązku publikacji promocji na produkty Dahua inicjowane przez Dahua [akapit (102) decyzji]. Z materiału dowodowego wynika również, że pan Jarzyna był również osobą dodaną do wiadomości w korespondencji e-mail Dahua z dystrybutorami, z której wprost wynikają ustalenia dotyczące konieczności uzgadniania z Dahua warunków promocji organizowanych z inicjatywy dystrybutorów [akapit (118)-(120) decyzji]. W szczególności w jednej z takich wiadomości pan Artur Prusinowski (Dahua) zwrócił uwagę dystrybutorowi Alpol na konieczność dokonywania uzgodnień w tym zakresie i wskazał, że dotychczas dystrybutor takich uzgodnień dokonywał – „*Wszelkie promocje Partnerów uzgadniane są z [informacje chronione; pracownik Dahua – UOKiK] i to dobrze wiecie bo do tej pory wszystko działało bez problemu*” [akapit (120) decyzji]. Pan Jarzyna miał również wiedzę o dyscyplinowaniu przez Dahua dystrybutorów za nieprzestrzeganie ustaleń cenowych („*nie trzymają się polityki cenowej (...). Mam nadzieje, że spotkanie zmieni to co jest niepokojące*” [akapit (179) decyzji], a także za nieprzestrzeganie ustaleń cenowych przez ich redystrybutorów [akapit (144), (155) decyzji]. Pan Jarzyna otrzymywał również skargi dystrybutorów na nieprzestrzeganie ustaleń przez dystrybutorów oraz redystrybutorów: „*idioci łamią ogólnie przyjęte zasady*” [akapit (162) decyzji], „*zaniża ceny*” [akapit (182) decyzji], „*jak można tak psuć rynek*” [akapit (183) decyzji].
- (403) W powyższym kontekście Prezes Urzędu stwierdził, że materiał dowodowy wskazuje, że pan Jarzyna podejmował działania, które doprowadziły do naruszenia przez Dahua reguł konkurencji. Jednocześnie Prezes Urzędu stwierdził, że brak jest dowodów, że pan Jarzyna wiedział lub powinien był wiedzieć o tym, że poza ustaleniami cenowymi, podejmowane były również ustalenia podziałowe.
- (404) W ocenie Prezesa Urzędu zachowanie pana Jarzyny było umyślne. Zgromadzony materiał dowodowy wskazuje, że pan Jarzyna nie tylko miał wiedzę o istnieniu ustaleń cenowych między Dahua a dystrybutorami, ale sam również te ustalenia kształtował i dążył do ich

przestrzegania przez dystrybutorów. Dodatkowo, jak wynika z materiału dowodowego pan Jarzyna miał również świadomość bezprawności podejmowanych działań. Wskazuje na to skierowana do niego wiadomość e-mail, w której jeden z pracowników Dahua wskazał, że podstawowym założeniem cennika Dahua jest „*utrzymanie w miarę podobnych cen detalicznych w różnych kanałach sprzedaży – formalnie nie możemy na to wpływać!*” [akapit (219) decyzji], a także kolejna wiadomość e-mail, w której jeden z pracowników Dahua komentując przesłany do Dahua dokument wskazał „*Zobaczcie, co jest napisane min. o regulacji cen – czuwaniu nad polityką cenową (czy oni wiedzą, że u nas są kary za regulowanie cen?)*” [akapit (220) decyzji].

- (405) Mając na względzie powyższe Prezes Urzędu przypisał panu Andrzejowi Jarzynie w związku z jego działaniami odpowiedzialność na podstawie art. 6a u.o.k.k. w odniesieniu do okresu od września 2016 r. do 4 lipca 2019 r., w kontekście naruszenia przez Dahua Technology Poland sp. z o.o. art. 101 ust. 1 lit. a TFUE oraz art. 6 ust. 1 pkt 1 u.o.k.k.

16.2.3. Dariusz Kondraciuk

- (406) Prezes Urzędu przypisał panu Dariuszowi Kondraciukowi odpowiedzialność za naruszenie art. 6a u.o.k.k. w okresie najpóźniej od września 2016 r. do 31 października 2021 r. w związku z funkcją pełnioną w Alkam Security sp. z o.o., tj. spółce komplementariuszu, uprawnionym do reprezentowania Alkam Security spółka z ograniczoną odpowiedzialnością sp.k. Prezes Urzędu uznał, że zachowanie pana Kondraciuka bezpośrednio prowadziło do naruszenia dokonanego przez Alkam Security spółka z ograniczoną odpowiedzialnością sp.k.
- (407) Pan Kondraciuk uczestniczył w tzw. spotkaniach partnerów Dahua, na których przedstawiciele Dahua przekazywali dystrybutorom informacje o wysokościach rabatów, jakie dystrybutorzy powinni stosować przy sprzedaży produktów Dahua [akapit (54) i (79) decyzji]. Dodatkowo jak wynika z materiału dowodowego pan Kondraciuk zwracał się do Dahua o wskazanie cen detalicznych, jakie Alkam powinien stosować przy sprzedaży produktów Dahua. Świadczy o tym wiadomość e-mail, w której na pytanie pracownika o to, jakie są ceny detaliczne wskazanych przez niego kamer Dahua, pan Kondraciuk przekazał to pytanie do opiekuna handlowego ze strony Dahua, który poinformował go, że „*nie ma na te produkty ustalonych cen. Jak tylko będę je miał to prześlę*” [akapit (73) decyzji]. Pan Kondraciuk podejmował również działania mające na celu dostosowanie się przez redystrybutorów do ustaleń cenowych podjętych między Dahua a Alkam. Na powyższą okoliczność wskazuje wiadomość e-mail, jaką pan Artur Prusinowski (Dahua) skierował do pana Kondraciuka, w sprawie cen oferowanych przez współpracującego z Alkam redystrybutora na produkty Dahua na portalu Allegro. W przedmiotowej wiadomości pan Artur Prusinowski (Dahua) wprost nakazał zmianę kwestionowanych ofert w taki sposób, aby były zgodne z „*ustaleniami jakie*

poczyniliśmy” [akapit (145) decyzji]. W odpowiedzi pan Kondraciuk przekazał, że część z ofert kazał redystrybutorowi skasować. Jednocześnie w tej samej korespondencji, pan Kondraciuk zwrócił się do przedstawiciela Dahua o potwierdzenie, jaki jest dopuszczalny poziom cen oferowanych przez redystrybutora na portalu Allegro. Na co pan Artur Prusinowski (Dahua) doprecyzował „*tak jak rozmawialiśmy ceny sugerowane Msrp zgodnie z cennikiem na aukcjach*”. Pan Kondraciuk był również osobą, do której Dahua zwracała się o usunięcie oferty Alkam na portalu Allegro wskazując, że są przeciwni takiej formie promocji [akapit (177) decyzji]. Dodatkowo pan Kondraciuk również sam przekazał do Dahua skargę na dystrybutora E-commerce nieprzestrzegającego ustaleń cenowych z Dahua w zakresie stosowania rabatów maksymalnych przy sprzedaży produktów Dahua, pytając się Dahua „*czy są interwencje z Państwa strony w tej kwestii*” [akapit (167) decyzji].

- (408) Pan Kondraciuk był również jednym z adresatów wiadomości e-mail, w której inny pracownik Alkam skierował do Dahua skargę na nieprzestrzeganie przez redystrybutora ustaleń cenowych dotyczących stosowania cen cennikowych [akapit (146) decyzji]. Pan Kondraciuk był także jednym z adresatów korespondencji e-mail, z której wprost wynika udział Alkam w ustaleniach dotyczących uzgadniania warunków promocji organizowanych z inicjatywy dystrybutorów z Dahua. Mianowicie we wspomnianej korespondencji pan Artur Prusinowski (Dahua) nakazał usunięcie promocji Alkam, która nie została uzgodniona z Dahua, a pracownik Alkam poinformował, że promocja zostanie na dniach zamknięta [akapit (118) i (119) decyzji].
- (409) W powyższym kontekście Prezes Urzędu stwierdził, że materiał dowodowy wskazuje, że pan Kondraciuk podejmował działania, które doprowadziły do naruszenia przez Alkam Security spółka z ograniczoną odpowiedzialnością sp.k. reguł konkurencji. Jednocześnie Prezes Urzędu stwierdza, że brak jest dowodów, że pan Kondraciuk wiedział lub powinien był wiedzieć o tym, że poza ustaleniami cenowymi, podejmowane były również ustalenia podziałowe.
- (410) W ocenie Prezesa Urzędu zachowanie pana Kondraciuka było umyślne. Zgromadzony materiał dowodowy wskazuje, że pan Kondraciuk nie tylko miał wiedzę o istnieniu ustaleń cenowych z Dahua, ale sam również dążył do utrzymania ustaleń cenowych i ich przestrzegania przez pozostałych dystrybutorów. W szczególności wskazać należy, że w wiadomościach e-mail wymienianych bezpośrednio przez pana Kondraciuka a przedstawicielami Dahua, wprost odwoływano się do podjętych między nimi „*ustaleń*”, czy też wskazywano na konieczność stosowania przez redystrybutorów cen zgodnych z cennikiem Dahua.
- (411) Mając na względzie powyższe, Prezes Urzędu przypisał panu Kondraciukowi w związku z jego działaniami i zaniechaniami odpowiedzialność na podstawie art. 6a u.o.k.k. w odniesieniu

do okresu od września 2016 r. do 31 października 2021 r., w kontekście naruszenia przez Alkam Security spółka z ograniczoną odpowiedzialnością sp.k. art. 101 ust. 1 lit. a TFUE oraz art. 6 ust. 1 pkt 1 u.o.k.k.

Zastrzeżenia zgłoszone przez pana Dariusza Kondraciuka

- (412) Pan Dariusz Kondraciuk w piśmie z 16 października 2023 r. stanowiącym odpowiedź na Szczegółowe Uzasadnienie Zarzutów wskazał, że dowody mające rzekomo potwierdzać jego udział w ustaleniach cenowych nikną przy materiale dowodowym potwierdzającym brak stosowania się do ustaleń porozumienia. W szczególności pan Kondraciuk wskazał na swój bierny udział w stosowaniu się do postanowień porozumienia, skargi zgłaszane przez innych dystrybutorów do Dahua na nieprzestrzeganie ustaleń przez Alkam oraz znikomą ilość dowodów dotyczących udziału Alkam w porozumieniu w porównaniu do pozostałych stron postępowania. Jednocześnie pan Kondraciuk przywołał dowód w postaci wiadomości e-mail, która ma wskazywać, że spółka samodzielnie kształtowała swoją politykę cenową i ignorowała ustalone zasady oraz podniósł, że z okoliczności jego udziału w spotkaniach partnerów Dahua nie można wywieść wniosku, że uczestniczył w ustalaniu cen.
- (413) Odnosząc się do powyższego, Prezes Urzędu wskazuje, że przytoczone wyżej okoliczności, jakie zostały wzięte pod uwagę przy przypisaniu panu Kondraciukowi odpowiedzialności za naruszenie przeczą jego biernej roli w porozumieniu. Pan Kondraciuk bezpośrednio w wiadomościach e-mail zwracał się do przedstawicieli Dahua z pytaniem o warunki cenowe, jakie Alkam oraz redystrybutor Alkam powinni stosować przy sprzedaży produktów Dahua. Pan Kondraciuk był również nadawcą wiadomości e-mail ze skargą do Dahua na nieprzestrzeganie ustaleń cenowych przez dystrybutora E-commerce. Ponadto pan Kondraciuk był także uczestnikiem tzw. spotkań partnerów Dahua, na których przekazywane były informacje o poziomach maksymalnych rabatów, jakie powinny być stosowane przez dystrybutorów przy sprzedaży produktów Dahua. W tym względzie należy wyjaśnić, że wbrew twierdzeniu pana Kondraciuka to nie sam fakt udziału w spotkaniach partnerów Dahua został uznany za dowód udziału spółki w porozumieniu, w tym względzie uwzględniono przede wszystkim okoliczność, że na spotkaniach tych Dahua przekazywała na slajdzie (będącym częścią prezentacji referowanej przez przedstawicieli Dahua) informacje o maksymalnych rabatach jakie powinny stosować dystrybutorzy. W orzecznictwie unijnym istnieje ugruntowane stanowisko, zgodnie z którym wykazanie udziału w spotkaniu, na którym dochodziło do antykonkurencyjnych uzgodnień, przy braku wyraźnego sprzeciwu wobec tym ustaleniom, jest wystarczające dla udowodnienia uczestnictwa tego przedsiębiorcy w

porozumieniu ograniczającym konkurencję.¹⁰⁶ W przedmiotowej sprawie brak jest dowodów na to (nie przedstawiła ich spółka ani pan Kondraciuk), że podczas tych spotkań pan Kondraciuk wyraźnie i jednoznacznie zdystansował się od współpracy w powyższym zakresie i zakomunikował pozostałym uczestnikom, że nie chce w niej uczestniczyć.

- (414) Okoliczności, że inni dystrybutorzy zgłaszali do Dahua skargi na nieprzestrzeganie ustaleń przez Alkam oraz dysponowanie przez Prezesa Urzędu obszerniejszym materiałem dowodowym dotyczącym pozostałych stron postępowania, również nie podważają powyższych ustaleń. Okoliczność, że uczestnicy porozumienia nie zawsze stosują się do ustaleń nie przeczy istnieniu i funkcjonowaniu porozumienia. W ramach zabronionych porozumień ich uczestnicy kierują się przede wszystkim własnym interesem, a nie wzajemną lojalnością. Porozumienia ograniczające konkurencję są ze swej istoty „niestabilne”, ponieważ zawsze istnieje bodziec do oszukiwania przez ich uczestników. Powyższe znajduje potwierdzenie w orzecznictwie Komisji Europejskiej, która przykładowo w decyzji w sprawie *Plasterboard* wskazała, że wśród uczestników porozumienia mogą występować wewnętrzne konflikty oraz rywalizacja, mogą także mieć miejsce przypadki oszukiwania pozostałych uczestników.¹⁰⁷ W kwestii zaś dysponowania zróżnicowaną ilością materiału dowodowego dotyczącego poszczególnych stron postępowania, należy wskazać, że okoliczność ta pozostaje bez wpływu na możliwość stwierdzenia udziału Alkam w porozumieniu.
- (415) Odnosząc się w końcu do wiadomości e-mail¹⁰⁸, która zdaniem pana Kondraciuka przeczy udziałowi Alkam w porozumieniu, wskazać należy, że takiego wniosku nie można z niej wywieść. Jak wynika z kontekstu, wiadomość ta jest odpowiedzią pana Kondraciuka na e-mail opiekuna handlowego Dahua pana [informacje chronione], w której ten prawdopodobnie¹⁰⁹ zarzuca Alkam niestosowanie się do ustaleń. Pan Kondraciuk w swojej odpowiedzi nie dystansuje się wyraźnie i jednoznacznie od stosowania ustalonych cen. Zamiast tego, podejmuje się próby wytłumaczenia przed przedstawicielem Dahua, dlaczego niekiedy nie stosuje się do ustalonej polityki, wskazując m.in. *„Nie jest tak, że udzielamy wysokich rabatów <jak leci> (...). W momencie, w którym konkurencja chce walczyć o klienta głównie ceną, handlowiec również czasami jest do tego zmuszony. (...) Niektórzy Klienci wywierają presję, pokazując rabaty jakie mają np. poprzez Hurton¹¹⁰ i oczekują lepszych wartości aby ulokować dane zamówienie u handlowca. (...) Przeglądam faktury, które wystawiają handlowcy, nie widzę aby masowo cięli rabaty. Proszę pamiętać, że u nas duża część ich wynagrodzenia zależy*

¹⁰⁶ Wyrok z 7 stycznia 2004 r. *Aalborg Portland i inni przeciwko Komisji*, C-204/00 P, EU:C:2004:6, pkt 81 i tam przywołane orzeczenia.

¹⁰⁷ Decyzja Komisji z 27 listopada 2002 r. *Plasterboard*, COMP/37.152, pkt 426.

¹⁰⁸ Dowód wskazany w akapicie (167) decyzji.

¹⁰⁹ W zebranych w sprawie materiale dowodowym brak jest treści wiadomości e-mail od pana [informacje chronione], na którą pan Dariusz Kondraciuk odpowiedział e-mailem z dnia 23 października 2020 r.

¹¹⁰ Sklep internetowy dystrybutora E-commerce, przeznaczony dla klientów biznesowych.

od marży. Więc siłą rzeczy nie są skorzy do schodzenia z ceną. Taki mechanizm samokontroli”. Jednocześnie w tej samej wiadomości pan Kondraciuk zgłosił skargę na działania E-commerce: *„Każdy nawet początkujący użytkownik Hurton na dzień dobry dostaje [informacje chronione]% na grupę D. Co nie jest żadną tajemnicą. Czy są interwencje z Państwa strony w tej kwestii?”.* Tym samym wiadomość ta w żadnej mierze nie może wskazywać na brak udziału Alkam w porozumieniu.

16.2.4. Piotr Bąchorek

- (416) Prezes Urzędu przypisał panu Piotrowi Bąchorkowi odpowiedzialność za naruszenie art. 6a u.o.k.k. w okresie najpóźniej od września 2016 r. do 31 października 2021 r. w związku z funkcją pełnioną „Alpol” sp. z o.o. Prezes Urzędu uznał, że pan Bąchorek dopuścił przez swoje zaniechanie do naruszenia dokonanego przez „Alpol” sp. z o.o.
- (417) Pan Bąchorek uczestniczył w tzw. spotkaniach partnerów Dahua, na których przedstawiciele Dahua przekazywali dystrybutorom informacje o wysokościach rabatów, jakie dystrybutorzy powinni stosować przy sprzedaży produktów Dahua [akapit (54) i (79) decyzji]. Pan Bąchorek był również osobą dodaną do wiadomości e-mail, w której pan Paweł Zemła (Alpol) zwrócił się do Dahua z prośbą o „pilną reakcję” w sprawie oferowania zbyt wysokiego rabatu przy sprzedaży produktów Dahua przez dystrybutora Alkam, wskazując jednocześnie, że w ostatnim czasie Dahua otrzymała od Alpol podobne zgłoszenia dotyczące dystrybutorów E-commerce, [informacje chronione] Alkam i [informacje chronione]. Z treści wspomnianej wiadomości e-mail wprost również wynika antykonkurencyjny cel działań podjętych przez pana Zemłę (Alpol), który wprost pyta się Dahua „co możecie zrobić abyśmy nie tracili w ten sposób Klientów lub marży” [akapit (94) decyzji]. Pan Bąchorek był również adresatem korespondencji e-mail, z której wprost wynika udział Alpol w ustaleniach dotyczących uzgadniania warunków promocji organizowanych z inicjatywy dystrybutorów z Dahua. Mianowicie we wspomnianej korespondencji pan Artur Prusinowski (Dahua) nakazał usunięcie promocji Alpol, która nie została uzgodniona z Dahua, a w odpowiedzi pan Zemła (Alpol) poinformował Dahua, że promocja została zdjęta z ich strony internetowej. Dodatkowo należy zauważyć, że w treści tej korespondencji pan Artur Prusinowski (Dahua) powołał się na konieczność dokonywania uzgodnień w tym zakresie i wskazał, że dotychczas Alpol takich uzgodnień dokonywał – „Wszelkie promocje Partnerów uzgadniane są z [informacje chronione; pracownik Dahua – UOKiK] i to dobrze wiecie bo do tej pory wszystko działało bez problemu” [akapit (120) decyzji].
- (418) W powyższym kontekście Prezes Urzędu uznał, że przez swoje zaniechania pan Bąchorek dopuścił do naruszenia reguł konkurencji przez Alpol. Jak wskazano powyżej pan Bąchorek otrzymał wystarczająco jednoznaczne informacje na temat tego, że Alpol zaangażowane jest

w ustalenia cenowe z Dahua. Pan Bąchorek nie podjął działań służących zaprzestaniu udziału Alpol w tej praktyce. Jednocześnie Prezes Urzędu stwierdza, że brak jest dowodów, że pan Bąchorek wiedział lub powinien był wiedzieć o tym, że poza ustaleniami cenowymi, podejmowane były również ustalenia podziałowe.

- (419) Z charakteru opisanych dowodów (ich treści) jednoznacznie wynika, że Alpol uczestniczył wraz z innymi dystrybutorami w ustaleniach cenowych z Dahua i należało uznać, że pan Bąchorek umyślnie przez swoje zaniechanie doprowadził Alpol do udziału w tej praktyce.
- (420) Mając na względzie powyższe Prezes Urzędu przypisał panu Piotrowi Bąchorkowi w związku z jego zaniechaniami odpowiedzialność na podstawie art. 6a u.o.k.k. w odniesieniu do okresu od września 2016 r. do 31 października 2021 r., w kontekście naruszenia przez „Alpol” sp. z o.o. art. 101 ust. 1 lit. a TFUE oraz art. 6 ust. 1 pkt 1 u.o.k.k.

16.2.5. Paweł Zemła

- (421) Prezes Urzędu przypisał panu Pawłowi Zemle odpowiedzialność za naruszenie art. 6a u.o.k.k. w okresie od lutego 2021 r. do 31 października 2021 r. w związku z funkcją pełnioną „Alpol” sp. z o.o. Prezes Urzędu uznał, że pan Zemła dopuścił przez swoje zaniechanie do naruszenia dokonanego przez „Alpol” sp. z o.o.
- (422) Należy wskazać, że pan Zemła przed objęciem funkcji wiceprezesa zarządu posiadał wiedzę na temat uczestnictwa Alpol w ustaleniach cenowych z Dahua. Świadczy o tym materiał dowodowy, z którego wynika, że pan Zemła uczestniczył w tzw. spotkaniach partnerów Dahua, na których przedstawiciele Dahua przekazywali dystrybutorom informacje o wysokościach rabatów, jakie dystrybutorzy powinni stosować przy sprzedaży produktów Dahua [akapit (54) i (79) decyzji]. Dodatkowo pan Paweł Zemła podejmował aktywne działania w celu doprowadzenia pozostałych dystrybutorów do przestrzegania ustaleń cenowych z Dahua. W tym celu zwrócił się do Dahua z prośbą o „pilną reakcję” w sprawie oferowania zbyt wysokiego rabatu przy sprzedaży produktów Dahua przez dystrybutora Alkam, a także wskazując, że w ostatnim czasie Dahua otrzymała od Alpol podobne zgłoszenia dotyczące dystrybutorów E-commerce, [informacje chronione], Alkam i [informacje chronione]. Z treści wspomnianej wiadomości e-mail wprost również wynika antykonkurencyjny cel działań podjętych przez pana Zemłę, który wprost pyta się Dahua „*co możecie zrobić abyśmy nie tracili w ten sposób Klientów lub marży*” [akapit (94) decyzji]. Pan Zemła uczestniczył również w ustaleniach dotyczących uzgadniania warunków promocji organizowanych z inicjatywy dystrybutorów. Powyższy wniosek wynika z korespondencji e-mail, w której pan Artur Prusinowski (Dahua) nakazał panu Pawłowi Zemle usunięcie promocji Alpol, która nie została uzgodniona z Dahua, a w odpowiedzi pan Zemła poinformował Dahua, że promocja została zdjęta z ich strony. Dodatkowo należy zauważyć,

że w treści tej korespondencji pan Artur Prusinowski (Dahua) powołał się na konieczność dokonywania uzgodnień w tym zakresie i wskazał, że dotychczas Alpol takich uzgodnień dokonywał – „*Wszelkie promocje Partnerów uzgadniane są z [informacje chronione] i to dobrze wiecie bo do tej pory wszystko działało bez problemu*” [akapit (120) decyzji]. Ponadto pan Zemła posiadał informacje o zgłaszanych do Dahua przez pozostałych pracowników Alpol skargach na nieprzestrzeganie ustaleń cenowych przez redystrybutorów, na co wskazują wiadomości e-mail przesyłane w tym zakresie do Dahua, w których pan Zemła był osobą dodaną do wiadomości [akapit (191) i (210) decyzji].

- (423) Przywołane wyżej dowody wskazują, że pan Zemła w momencie objęcia funkcji członka zarządu posiadał wiedzę na temat uczestnictwa Alpol w ustaleniach cenowych z Dahua i nie podjął działań służących zaprzestaniu udziału Alpol w tej praktyce. Jednocześnie Prezes Urzędu stwierdza, że brak jest dowodów, że pan Zemła wiedział lub powinien był wiedzieć o tym, że poza ustaleniami cenowymi, podejmowane były również ustalenia podziałowe.
- (424) W ocenie Prezesa Urzędu zachowanie pana Zemły było umyślne. Zgromadzony materiał dowodowy wskazuje, że pan Zemła nie tylko miał wiedzę o istnieniu ustaleń cenowych z Dahua, ale sam również dążył do utrzymania ustaleń cenowych i ich przestrzegania przez pozostałych dystrybutorów uznając, że koordynacja ta przynosi dystrybutorom korzyści, w postaci zapobiegania stracie klientów oraz marży.
- (425) Mając na względzie powyższe Prezes Urzędu przypisał panu Pawłowi Zemle w związku z jego zaniechaniami odpowiedzialność na podstawie art. 6a u.o.k.k. w odniesieniu do okresu od lutego 2021 r. do 31 października 2021 r., w kontekście naruszenia przez „Alpol” sp. z o.o. art. 101 ust. 1 lit. a TFUE oraz art. 6 ust. 1 pkt 1 u.o.k.k.

16.2.6. Zbigniew Dąbrowski

- (426) Prezes Urzędu przypisał panu Zbigniewowi Dąbrowskiemu odpowiedzialność za naruszenie art. 6a u.o.k.k. w okresie od najpóźniej września 2016 r. do 31 października 2021 r. w związku z funkcją pełnioną w E-commerce Partners sp. z o.o. (obecnie Eltrox sp. z o.o.). Prezes Urzędu uznał, że pan Dąbrowski dopuścił przez swoje zaniechanie do naruszenia dokonanego przez E-commerce Partners sp. z o.o. (obecnie Eltrox sp. z o.o.).
- (427) Jak wynika z materiału dowodowego, pan Dąbrowski uczestniczył w tzw. spotkaniach partnerów Dahua, na których przedstawiciele Dahua przekazywali dystrybutorom informacje o wysokościach rabatów, jakie dystrybutorzy powinni stosować przy sprzedaży produktów Dahua [akapit (54) i (79) decyzji]. Ponadto na samym początku nawiązania przez E-commerce jako dystrybutora współpracy z Dahua, pan Dąbrowski został poinformowany przez pana Mateusza Kurowskiego (E-commerce) o tym, że w zakresie tej współpracy „*najważniejszym*

aspektem będzie utrzymanie spójnej i sztywnej polityki cenowej” [akapit (76) decyzji]. Pan Dąbrowski również we własnych notatkach, wskazywał na okoliczność „*narzucania ograniczenia cenowego*” przez Dahua i konieczność stosowania rabatów maksymalnych przy sprzedaży produktów Dahua przez E-commerce, a także na dyscyplinowanie E-commerce przez Dahua w zakresie „*stosowania narzuconych nam cen sprzedaży*” [akapit (88) decyzji]. Ponadto pan Dąbrowski był również jednym z adresatów, do których wysłana została korespondencja e-mail między E-commerce a Dahua, w treści której przedstawiciel E-commerce zwrócił się do Dahua z pytaniem o możliwość zastosowania większego niż wskazany przez Dahua rabatu przy sprzedaży produktów Dahua do kilku redystrybutorów. W odpowiedzi przedstawiciel Dahua wskazał „*ustaliliśmy, że od 1 grudnia jest określony rabat. Na ten temat już nie dyskutujemy*” [akapit (78) decyzji].

- (428) Z powyższych względów Prezes Urzędu uznał, że pan Dąbrowski posiadał wiedzę na temat uczestnictwa E-commerce w ustaleniach cenowych z Dahua i nie podjął działań służących zaprzestaniu udziału E-commerce w tej praktyce. Jednocześnie Prezes Urzędu stwierdza, że brak jest dowodów, że pan Dąbrowski wiedział lub powinien był wiedzieć o tym, że poza ustaleniami cenowymi, podejmowane były również ustalenia podziałowe.
- (429) Prezes Urzędu uznał, że zachowanie pana Dąbrowskiego nosiło cechę umyślności. Opisane wyżej dowody wskazują wprost, że pan Dąbrowski miał świadomość istnienia ustaleń cenowych podjętych przez E-commerce i Dahua, które składały się na naruszenie. Dodatkowo, jak wynika z materiału dowodowego pan Dąbrowski miał świadomość bezprawności podejmowanych działań. Wskazuje na to dowód w postaci sporządzonej przez niego notatki, w której wskazywał, że podczas spotkania z panem Arturem Prusinowskim (Dahua), pan Artur Prusinowski (Dahua) poinformował go, że „*muszą być ostrożni nie wymieniać żadnej korespondencji w sprawach cen z uwagi na urząd ochrony konkurencji*” [akapit (221) decyzji]. Ponadto podobną informację otrzymał również od pracownika E-commerce, który odnosząc się do przedstawionych założeń do współpracy z Dahua w postaci „*utrzymania spójnej i sztywnej polityki rabatowej*”, poinformował, że współpraca z Dahua może stanowić „*zmowę cenową*”, a także, że „*my jesteśmy stroną i też mamy odpowiedzialność za to że uczestniczymy w tej zmowie*” oraz, że *w Polsce zmowa cenowa jest zakazana a kary dla firm uczestniczących w tym procederze mogą wynieść 10 % obrotu firmy żebym nie był gołosłowny Art. 6 ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów z 16 lutego 2007 r.*” [akapit (222) decyzji].
- (430) Mając na względzie powyższe Prezes Urzędu przypisał panu Zbigniewowi Dąbrowskiemu w związku z jego zaniechaniami odpowiedzialność na podstawie art. 6a u.o.k.k. w odniesieniu do okresu od najpóźniej września 2016 r. do 31 października 2021 r., w kontekście naruszenia przez E-commerce Partners sp. z o.o. (obecnie Eltrox sp. z o.o.) art. 101 ust. 1 lit. a TFUE oraz art. 6 ust. 1 pkt 1 u.o.k.k.

Zastrzeżenia zgłoszone przez pana Zbigniewa Dąbrowskiego

- (431) W swoim stanowisku z 8 grudnia 2023 r. przedstawionym w odpowiedzi na zawiadomienie o zamknięciu postępowania dowodowego pan Zbigniew Dąbrowski (E-commerce) wskazał, że w materiale dowodowym nie ma żadnego dowodu wskazującego na jego uczestnictwo w porozumieniu, gdyż uczestnictwo w porozumieniu nie było jego zamiarem.
- (432) Prezes Urzędu z powyższym twierdzeniem strony się nie zgadza. Jak zostało wskazane wyżej [akapit (427) i (429) decyzji], w przedmiotowej sprawie zidentyfikowano szereg dowodów wskazujących na to, że pan Zbigniew Dąbrowski (E-commerce) posiadał wiedzę o uczestnictwie E-commerce w ustaleniach cenowych z Dahua. Tak zgromadzony materiał dowodowy dał podstawy do przypisania panu Zbigniewowi Dąbrowskiemu (E-commerce) odpowiedzialności za dopuszczenie do naruszenia prawa konkurencji przez E-commerce. Co istotne w tym względzie, Prezes Urzędu uznał że ww. dopuszczenie do naruszenia było następstwem zaniechania, a nie działania pana Zbigniewa Dąbrowskiego. Tym samym Prezes Urzędu niejako uwzględnił wobec pana Dąbrowskiego okoliczność braku dowodów wskazujących na podejmowanie przez niego aktywnych działań w naruszeniu, co miało również przełożenie na wyliczenie wysokości kary [akapit (547) i (548) decyzji]. Niemniej jednak sam fakt przyzwalania przez pana Zbigniewa Dąbrowskiego na takie naruszenie, tj. nie przeciwstawiania się mu i nie podejmowania czynności zmierzających do jego zaniechania mimo posiadanej wiedzy w tym zakresie, był wystarczający do pociągnięcia go do odpowiedzialności.
- (433) Nie można również zgodzić się z twierdzeniem pana Zbigniewa Dąbrowskiego, że nie miał on wiedzy o działaniach podejmowanych przez pana Mateusza Kurowskiego (E-commerce) w zakresie ustaleń cenowych z Dahua, tezie takiej przeczy dowód w postaci wiadomości e-mail pana Mateusza Kurowskiego (E-commerce), której jednym z adresatów był pan Zbigniew Dąbrowski (E-commerce), a w której treści dotyczącej współpracy z Dahua wprost mowa jest o „*utrzymanie spójnej i sztywnej polityki rabatowej*” [akapit (76) decyzji].
- (434) Dodatkowo należy wskazać, że również okoliczność jakoby działania pana Mateusza Kurowskiego (E-commerce) odbywały się bez przyzwolenia pana Zbigniewa Dąbrowskiego (E-commerce) nie ma wpływu na możliwość przypisania mu odpowiedzialności. Odpowiedzialność pana Dąbrowskiego ma charakter indywidualny i odpowiada on nie za działania pana Kurowskiego, ale za to, że poprzez swoje zaniechanie doprowadził do naruszenia dokonanego przez spółkę.
- (435) Natomiast w zakresie pozostałych argumentów, podniesionych przez stronę, z uwagi na ich zbieżność ze stanowiskiem przedstawionym przez E-commerce należy wskazać, że Prezes Urzędu ustosunkował się do nich w akapicie (308)-(318) decyzji.

16.2.7. Mateusz Kurowski

- (436) Prezes Urzędu przypisał panu Mateuszowi Kurowskiemu odpowiedzialność za naruszenie art. 6a u.o.k.k. w okresie od 2 listopada 2019 r. do 17 października 2023 r. w związku z funkcją pełnioną w E-commerce Partners sp. z o.o. (obecnie Eltrox sp. z o.o.) Prezes Urzędu uznał, że pan Kurowski dopuścił przez swoje zaniechanie do naruszenia dokonanego przez E-commerce Partners sp. z o.o. (obecnie Eltrox sp. z o.o.).
- (437) Należy wskazać, że pan Kurowski przed objęciem funkcji prokurenta samoistnego posiadał wiedzę na temat uczestnictwa E-commerce w ustaleniach cenowych z Dahua. Świadczy o tym materiał dowodowy, z którego wynika, że pan Kurowski uczestniczył w tzw. spotkaniach partnerów Dahua, na których przedstawiciele Dahua przekazywali dystrybutorom informacje o wysokościach rabatów, jakie dystrybutorzy powinni stosować przy sprzedaży produktów Dahua [akapit (54) i (79) decyzji]. Na okoliczność posiadania przez pana Kurowskiego wiedzy o ustaleniach cenowych wskazuje również wiadomość e-mail, w której pan Kurowski odnosząc się do warunków współpracy E-commerce z Dahua wprost wskazywał na konieczność „*utrzymania spójnej i sztywnej polityki cenowej*” [akapit (76) decyzji]. Podobny wniosek wynika z wiadomości e-mail, w której na pytanie pracownika E-commerce o możliwość obniżenia cen przez jeden z oddziałów odpowiedział, że „*jest całkowity zakaz schodzenia z cen MSRP na produkty dahua w całej sieci*” [akapit (70) decyzji]. Ponadto pan Kurowski był również jednym z adresatów, do których wysłana została korespondencja e-mail między E-commerce a Dahua, w treści której przedstawiciel E-commerce zwrócił się do Dahua z pytaniem o możliwość zastosowania większego niż wskazany przez Dahua rabatu przy sprzedaży do kilku redystrybutorów. W odpowiedzi przedstawiciel Dahua wskazał „*ustaliliśmy, że od 1 grudnia jest określony rabat. Na ten temat już nie dyskutujemy*” [akapit (78) decyzji]. Jak wynika z materiału dowodowego pan Kurowski był również osobą, do której pracownicy Dahua zwracali się z interwencją w sytuacji, gdy E-commerce nie przestrzegał ustalonej polityki cenowej („*Mateusz (...) robi porządek*”) [akapit (174) decyzji]. Pan Kurowski również sam przekazywał do Dahua informacje o nieprzestrzeganiu ustaleń cenowych przez pozostałych dystrybutorów [akapit (185), (206), (215), (216) decyzji].
- (438) Po objęciu przez pana Kurowskiego funkcji prokurenta samoistnego w dniu 2 listopada 2019 r., mimo posiadanej wiedzy o udziale E-commerce w naruszeniu nie podjął działań mających na celu zaprzestanie przez E-commerce naruszenia. Dodatkowo jak wynika z materiału dowodowego, po objęciu nowej funkcji w spółce nadal otrzymywał informacje, z których wprost wynikało, że E-commerce uczestniczy w ustaleniach cenowych z Dahua oraz, że spółka tych ustaleń przestrzega. Mianowicie w wiadomości e-mail z 29 stycznia 2021 r. skierowanej m.in. do pana Kurowskiego, inny pracownik E-commerce wskazywał: „*Mam*

takie wrażenie że ustalenia co do trzymania się polityki rabatowej Dahua dotyczą tylko E-commerce (...)” [akapit (98) decyzji]. Pan Kurowski miał również wiedzę o tym, że E-commerce wystawia produkty Dahua na portalu Allegro z niższą ceną, w związku z zgodą, jaką otrzymała w tym zakresie spółka od Dahua [akapit (136) decyzji], a także że na żądanie Dahua oferty na Allegro zostały przez E-commerce usunięte [akapit (139) decyzji]. Był również informowany przez pracownika E-commerce o rozmowach, jakie były prowadzone z przedstawicielem Dahua, dotyczące zaniżania cen przez innych dystrybutorów oraz zamiaru podjęcia przez Dahua interwencji w tej sprawie wobec dystrybutora Alkam [akapit (180) decyzji]. Dodatkowo pan Kurowski po objęciu funkcji prokurenta samoistnego miał również wiedzę o podejmowanych z Dahua ustaleniach podziałowych. Mianowicie był osobą dodaną na kopii w wiadomości e-mail, z treści której wynika, że w sytuacji pojawienia się ryzyka konkurencji innego dystrybutora na projekcie uprzednio zarejestrowanym na E-commerce, przedstawiciel Dahua pośredniczył w uzgodnieniach, który z dystrybutorów ma realizować projekt [akapit (244) decyzji].

- (439) W ocenie Prezesa Urzędu pan Kurowski był osobą, która odgrywała szczególną rolę w podejmowanych przez E-commerce ustaleniach cenowych z Dahua. Powyższy wniosek wynika z faktu, że pan Kurowski przekazywał po spotkaniu z Dahua pozostałym pracownikom E-commerce informacje o ustaleniach cenowych poczynionych z Dahua. Pan Kurowski był również osobą, do której pozostali pracownicy E-commerce zwracali się z pytaniem o możliwość obniżenia cen na produkty Dahua. Jednocześnie okoliczność ta wskazuje, że pracownicy E-commerce postrzegali pana Kurowskiego, jako osobę decyzyjną w zakresie wysokości cen oferowanych przez spółkę. Dodatkowo, jak wynika z materiału dowodowego pan Kurowski był również osobą, która w imieniu E-commerce najczęściej kontaktowała się z Dahua w sprawie ustaleń cenowych, a także jedynym przedstawicielem E-commerce, który uczestniczył we wszystkich tzw. spotkaniach partnerów Dahua wskazanych w akapicie (54) decyzji, na których przekazywano informacje o wysokościach rabatów, jakie dystrybutorzy powinni stosować przy sprzedaży produktów Dahua. Dodatkowo wskazać należy, że również Dahua postrzegala pana Kurowskiego, jako osobę do kontaktu ze strony E-commerce, której rolą było przestrzeganie polityki cenowej Dahua i informowanie Dahua o przypadkach nieprzestrzegania polityki cenowej Dahua przez pozostałych dystrybutorów [akapit (48) decyzji]. Jednocześnie należy zauważyć, że działania podejmowane przez pana Kurowskiego korespondowały z zakresem obowiązków, jakie zostały mu wyznaczone w ramach E-commerce, a które skupiały się na polityce cenowej spółki.
- (440) Z powyższych względów Prezes Urzędu uznał, że pan Kurowski posiadał wiedzę na temat uczestnictwa E-commerce w naruszeniu zarówno dotyczącym ustalania cen, jak i podziału rynku i nie podjął działań służących zaprzestaniu udziału E-commerce w tej praktyce.

- (441) Prezes Urzędu uznał, że zachowanie pana Kurowskiego nosiło cechę umyślności. Opisane wyżej dowody wskazują wprost, że pan Kurowski miał świadomość istnienia ustaleń podjętych przez E-commerce i Dahua, które składały się na naruszenie. Dodatkowo, jak wynika z materiału dowodowego pan Kurowski miał świadomość bezprawności podejmowanych działań. Wskazuje na to korespondencja e-mail, w której w odpowiedzi na przedstawione przez pana Kurowskiego założenia do współpracy z Dahua w postaci „*utrzymania spójnej i sztywnej polityki rabatowej*”, jeden z pracowników E-commerce poinformował pana Kurowskiego, że współpraca z Dahua może stanowić „*zmowę cenową*”, a także, że „*my jesteśmy stroną i też mamy odpowiedzialność za to że uczestniczymy w tej zmowie*” oraz, że „*w Polsce zmowa cenowa jest zakazana a kary dla firm uczestniczących w tym procederze mogą wynieść 10 % obrotu firmy żebym nie był gołosłowny Art. 6 ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów z 16 lutego 2007 r.*” [akapit (222) decyzji].
- (442) Mając na względzie powyższe Prezes Urzędu przypisał panu Mateuszowi Kurowskiemu w związku z jego zaniechaniami odpowiedzialność na podstawie art. 6a u.o.k.k. w odniesieniu do okresu od 2 listopada 2019 r. do 17 października 2023 r. , w kontekście naruszenia przez E-commerce Partners sp. z o.o. (obecnie Eltrox sp. z o.o.) art. 101 ust. 1 lit. a i c TFUE oraz art. 6 ust. 1 pkt 1 i 3 u.o.k.k.

17. Kary pieniężne nałożone na podstawie art. 106 u.o.k.k.

Ramy prawne

- (443) Zgodnie z art. 106 ust. 1 pkt 1 u.o.k.k. Prezes Urzędu 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 u.o.k.k., w zakresie niewylączonym na podstawie art. 7 i art. 8 u.o.k.k.
- (444) Zgodnie z art. 106 ust. 1 pkt 2 u.o.k.k. karę w tej samej maksymalnej wysokości Prezes Urzędu może nałożyć na przedsiębiorcę, który naruszył art. 101 TFUE.
- (445) Zgodnie z orzecznictwem unijnym, w sprawach, w których narodowy organ ochrony konkurencji stwierdza jednocześnie naruszenie prawa unijnego i prawa krajowego, możliwe jest przyjęcie różnych sposobów nałożenia kary.¹¹¹ Możliwe jest nałożenie dwóch odrębnych kar w jednej sprawie – jednej za naruszenie prawa unijnego i jednej za naruszenie prawa ustanowionego przez Państwo Członkowskie – lub nałożenie jednej kary za oba naruszenia.

¹¹¹ Wyrok Trybunału Sprawiedliwości z 3 kwietnia 2019 r. w sprawie C-617/17, *Powszechny Zakład Ubezpieczeń na Życie S.A.*, EU:C:2019:283.

- (446) Zgodnie z art. 111 ust. 1 pkt 1 u.o.k.k. Prezes Urzędu, ustalając wysokość nakładanych kar pieniężnych, uwzględnia w szczególności okoliczności naruszenia przepisów tej ustawy oraz uprzednie naruszenie przepisów ustawy, a także okres, stopień oraz skutki rynkowe naruszenia przepisów ustawy, przy czym stopień naruszenia Prezes Urzędu ocenia biorąc pod uwagę okoliczności dotyczące natury naruszenia, działalności przedsiębiorcy, która stanowiła przedmiot naruszenia oraz specyfikę rynku, na którym doszło do naruszenia.
- (447) Prezes Urzędu, przy wymierzaniu kar pieniężnych, bierze pod uwagę występujące w sprawie okoliczności obciążające i łagodzące, o których mowa w art. 111 ust. 3-4 u.o.k.k.
- (448) Wymierzając kary Prezes Urzędu posługuje się zasadami określonymi w wydanych przez siebie 31 marca 2021 r., zgodnie z art. 31a u.o.k.k., „Wyjaśnieniach dotyczących ustalania wysokości kar pieniężnych dla przedsiębiorców w sprawach związanych z naruszeniem zakazu praktyk ograniczających konkurencję (2021)” (dalej: „**Wyjaśnienia w sprawie kar dla przedsiębiorców**”).

Zastosowanie prawa w niniejszej sprawie

- (449) Mając na względzie wskazane wyżej stanowisko Trybunału Sprawiedliwości, Prezes Urzędu w niniejszej sprawie wymierzył każdemu z określonych w decyzji przedsiębiorców jedną karę, która jest karą za udział w jednolitym i ciągłym naruszeniu dotyczącym zarówno unijnych, jak i polskich reguł konkurencji. Kara nie podlega podwyższeniu ze względu na liczbę kwalifikacji prawnych (podwójna kwalifikacja wynikająca z zastosowaniem prawa unijnego i polskiego), co oznacza, że całość kary Prezes Urzędu uznaje za adekwatną niezależnie od występowania podwójnej kwalifikacji prawnej naruszenia.

17.1. Umyślność

- (450) Prezes Urzędu uznał, że podmioty wskazane w pkt 2.1-2.7 decyzji dokonały naruszenia umyślnie.
- (451) Strony porozumienia swoim działaniem zmierzały do ograniczenia konkurencji w ramach systemu dystrybucji produktów Dahua. Istotą ustaleń cenowych i podziałowych między Dahua a dystrybutorami było zapobieganie zaniżaniu cen sprzedaży produktów Dahua i związanemu z tym schodzeniu przez dystrybutorów z własnej marży [szerzej kwestie te zostały omówione w akapicie (339) decyzji].
- (452) Umyślność naruszenia przejawiała się w chęci utrzymania i przestrzegania ustaleń podjętych między dystrybutorami a Dahua. Zarówno dystrybutorzy Dahua podejmowali intensywne działania w tym zakresie, zgłaszając skargi do Dahua na innych nieprzestrzegających ustaleń

dystrybutorów i redystrybutorów¹¹², w treści których dystrybutorzy wprost zwracali się o podjęcie przez Dahua interwencji w tej sprawie¹¹³, jak również sama Dahua podejmowała działania, dyscyplinując nieprzestrzegających ustaleń dystrybutorów.¹¹⁴

- (453) Dodatkowo wskazać również należy na dowody, z których wynika, że dystrybutorzy mieli świadomość istnienia antykonkurencyjnych uzgodnień z Dahua i jednocześnie wprost wskazywali, że tych uzgodnień przestrzegają. Przykładowo w wiadomościach e-mail dystrybutorzy wskazywali na „*trzymanie się zasad*” ustalonych przez Dahua, na zgodność ich własnych działań z „*ustaleniami*”, na „*pilnowanie wspólnej polityki rabatowej*” a także na konieczność „*utrzymania ładu*”.¹¹⁵
- (454) Ponadto okolicznością wskazującą na zamiar ograniczenia konkurencji są dowody w postaci wiadomości e-mail, z których wynika, że strony miały świadomość antykonkurencyjnego charakteru porozumienia między Dahua a dystrybutorami. Powyższe potwierdza wiadomość e-mail wysyłana przez Alpol do Dahua, w której skarżąc się na innego dystrybutora nieprzestrzegającego ustaleń z zakresie maksymalnych rabatów wskazywał, że przez takie działanie „*znów tracimy na marży*”¹¹⁶. Również pracownicy Dahua w wewnętrznej korespondencji e-mail wskazywali, że „*cel podstawowy to utrzymanie w miarę podobnych cen detalicznych w różnych kanałach sprzedaży*”¹¹⁷, a w kontekście opracowanych przez Dahua zasad dotyczących warunków przyznawania gratisów przez dystrybutorów własnym odbiorcom wskazywali, że mają na celu ochronę dystrybutorów przed wojną cenową („*nizsze wartości i gratisy (...) doprowadzą do wojny cenowej*”¹¹⁸).
- (455) Dodatkowo, w odniesieniu do Dahua i E-commerce należy zauważyć, że oba te podmioty posiadały również pełną świadomość bezprawności swoich działań.¹¹⁹
- (456) W aspekcie umyślności Prezes Urzędu uwzględnił także, że strony postępowania posiadały odpowiednie rozeznanie rynkowe – wynikające zarówno ze skali swojej działalności, jak i okresu prowadzenia działalności gospodarczej – dla należytego rozpoznania podejmowanych przez siebie działań. Dodatkowo naruszenie, które stwierdził Prezes Urzędu, dotyczy praktyk

¹¹² Por. pkt 6 decyzji.

¹¹³ Por. akapit (95), (108), (144), (162), (166), (169), (183), (190), (192), (196), (197), (210) decyzji.

¹¹⁴ Dyscyplinowanie to przybierało formy: (i) interwencji w celu doprowadzenia do zmiany cen oferowanych przez dystrybutorów lub ich redystrybutorów [akapit (82), (106), (107), (111), (144), (145), (149)-(153), (160) decyzji], ewentualnie w celu usunięcia oferty z portalu Allegro [akapit (108), (176), (177), (218) decyzji] lub całkowitego zaniechania sprzedaży do danego redystrybutora [akapit (217) decyzji]; (ii) informowania dystrybutorów ogólnie o możliwych konsekwencjach [akapit (88), (94) decyzji]; (iii) informowania o możliwości utraty dodatkowego rabatu na zakup produktów Dahua od Dahua [akapit (76), (159), (165), (208) decyzji]; (iv) informowania o możliwości rozwiązania umowy [akapit (76), (87), (90), (112) decyzji].

¹¹⁵ Por. akapit (86), (90), (98), (113), (158), (163), (181) decyzji.

¹¹⁶ Por. akapit (94) decyzji.

¹¹⁷ Por. akapit (74) decyzji.

¹¹⁸ Por. akapit (128) decyzji.

¹¹⁹ Por. pkt 7 decyzji.

nazwanych, określonych wprost w ustawowym katalogu praktyk zakazanych, a zatem należących do najbardziej typowych naruszeń prawa konkurencji.

(457) Mając na względzie powyższe, Prezes Urzędu uznał, że podmioty wskazane w pkt 2.1-2.7 decyzji działały umyślnie i nałożył kary pieniężne na wszystkie z tych podmiotów.

17.2. Stopień naruszenia

(458) Ustalając wymiar kar pieniężnych Prezes Urzędu wziął w pierwszej kolejności pod uwagę stopień naruszenia. Dokonując oceny stopnia naruszenia Prezes Urzędu wziął pod uwagę dwie grupy okoliczności: (i) naturę naruszenia; oraz (ii) czynniki związane ze specyfiką rynku oraz działalnością przedsiębiorców.

(459) Zmierząc do zachowania większej jednolitości polityki karania, Prezes Urzędu przy ocenianiu natury naruszenia wyróżnia naruszenia:

- a) bardzo poważne, przez które Prezes Urzędu rozumie naruszenia art. 6 u.o.k.k. lub art. 101 TFUE polegające w szczególności na dokonywaniu ustaleń między konkurentami, a także naruszenia art. 9 u.o.k.k. oraz 102 TFUE mające na celu lub prowadzące do eliminacji konkurencji na rynku. Ponadto w przypadku naruszeń art. 6 u.o.k.k. oraz 101 TFUE za naruszenia tego rodzaju Prezes Urzędu uznaje 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 Prezes Urzędu rozumie naruszenia art. 6 u.o.k.k. 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 u.o.k.k. 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 Prezes Urzędu rozumie naruszenia art. 6 u.o.k.k. lub art. 101 TFUE, a także art. 9 u.o.k.k. lub 102 TFUE inne niż bardzo poważne i poważne.

(460) Prezes Urzędu uznał, że naruszenie stwierdzone niniejszą decyzją miało charakter poważny. Naruszenie to przyjmowało postać ustalania cen oraz podziału rynku, tj. należało do kategorii

naruszeń wprost wskazanych zarówno w art. 6 u.o.k.k., jak i art. 101 TFUE. Jak wyjaśniono również w pkt 14.2 uzasadnienia decyzji, naruszenie, za które nałożone zostały kary, było naruszeniem, którego celem było ograniczenie konkurencji. Naruszenie to dotyczyło ponadto relacji między podmiotami działającymi na różnych szczeblach obrotu, tj. należało do kategorii porozumień wertykalnych.

- (461) Mając na względzie powyższe Prezes Urzędu uznał, że uzasadnione jest sklasyfikowanie porozumienia stwierdzonego niniejszą decyzją na potrzeby wymierzenia kar jako naruszenia poważnego i określenie wyjściowej kwoty kar w odniesieniu do stron postępowania w przedziale od 0,2% do 1% ich obrotu przypadającego w ostatnim roku naruszenia.
- (462) Ustalając konkretną wartość w wyżej wymienionych ramach, Prezes Urzędu w pierwszej kolejności wziął pod uwagę, że naruszenie miało bardzo szeroki zakres, tj. dotyczyło wszystkich grup odbiorców dystrybutorów (instalatorów, integratorów systemów, redystrybutorów oraz klientów końcowych), wszystkich kanałów sprzedaży, w jakich dystrybutorzy prowadzili sprzedaż (sprzedaży stacjonarnej i internetowej, w tym na własnych stronach internetowych, jak i na portalu Allegro), wszystkich form sprzedaży (sprzedaż regularna, sprzedaż promocyjna, sprzedaż w ramach realizacji projektów) i obejmowało różne rodzaje ustaleń (ustalania cenowe i podziałowe). W konsekwencji, co do zasady, nie istniała możliwość nabycia od dystrybutorów produktów Dahua, na takich warunkach sprzedaży, które nie byłyby objęte ustaleniami Dahua z dystrybutorami. Te okoliczności sprawiły, że Prezes Urzędu uznał, że kara powinna być wyższa niż w przypadku, gdyby ustalenia miały bardziej ograniczony charakter.
- (463) Z drugiej strony Prezes Urzędu uwzględnił, że chociaż porozumienie trwało nieprzerwanie do 2023 r., to w zakresie dotyczącym ustaleń cenowych, zostało zaniechane wcześniej, tj. 31 października 2021 r. Również praktyka dotycząca podziału rynku w aspekcie zniechęcania przez pracowników Dahua dystrybutorów do konkurowania o projekt zarejestrowany uprzednio na innego dystrybutora została zaniechana wcześniej, tj. do 31 grudnia 2021 r.¹²⁰ Tym samym, od początku 2022 r. porozumienie funkcjonowało w ograniczonej formie, polegającej jedynie na przyznawaniu ceny specjalnej na zakup produktów Dahua wyłącznie jednemu dystrybutorowi, który jako pierwszy zarejestrował projekt. W tym względzie należy zauważyć, że wiodącym elementem porozumienia Dahua z dystrybutorami były ustalenia cenowe, co wynikało z tego, że przeważająca większość transakcji sprzedaży produktów Dahua realizowanych była poza systemem rezerwacji projektów o dużej wartości. Ustalenia podziałowe, jak zostało wcześniej wskazane dotyczyły wyłącznie transakcji sprzedaży o dużej

¹²⁰ Por. pkt (256) decyzji.

wartości, a więc transakcji realizowanych znacznie rzadziej przez dystrybutorów niż w ramach regularnej sprzedaży objętej ustaleniami cenowymi.¹²¹

- (464) Prezes Urzędu wziął również pod uwagę, że naruszenie w niniejszej sprawie dotyczyło konkurencji wewnątrzmarkowej, przy jednoczesnym istnieniu konkurencji międzymarkowej. Kontrahenci dystrybutorów uczestniczących w naruszeniu posiadali zatem zasadniczo możliwość wyboru produktów innych marek.
- (465) Okoliczności opisane powyżej wymagały ustalenia wartości wyjściowej kary powyżej połowy wskazanego wcześniej przedziału, ale zarazem poniżej wartości maksymalnej.
- (466) W wyniku powyższego Prezes Urzędu ustalił następujące kwoty wyjściowe kar, które służyły jako punkt odniesienia przy ocenianiu adekwatnego wymiaru kar pieniężnych dla uczestników naruszenia:

Podmiot	Kwota wyjściowa
Dahua Technology Poland sp. z o.o.	2 882 009,39 zł
Alkam Security spółka z ograniczoną odpowiedzialnością sp. k.	416 706,87 zł
„Alpol” sp. z o.o.	559 625,18 zł
E-commerce Partners sp. z o.o. (obecnie Eltrox sp. z o.o.)	2 687 585,29 zł
Monika Matysiak, prowadząca działalność gospodarczą pod firmą „Delta-Opti Monika Matysiak”	653 833,48 zł
Marcin Gradzewicz, prowadzący działalność gospodarczą pod firmą „TECHGLOBAL Marcin Gradzewicz”	59 055,59 zł
Michał Gałęzowski, prowadzący działalność gospodarczą pod firmą „TECHGLOBAL Michał Gałęzowski”	59 055,59 zł

- (467) Wskazane wyżej kwoty Prezes Urzędu dostosował, w stosunku do niektórych stron. na dalszym etapie analizy. Zmierzając do zwiększania spójności w polityce karania, Prezes Urzędu przyjmuje w Wyjaśnieniach w sprawie kar dla przedsiębiorców, że okoliczności związane ze stopniem naruszenia inne niż natura naruszenia mogą skutkować zwiększeniem kwoty wyjściowej kary o maksymalnie 50% bądź jej zmniejszeniem o maksymalnie 90%.
- (468) W powyższym zakresie Prezes Urzędu wziął pod uwagę udział produktów, których dotyczyło naruszenie w całkowitych obrotach przedsiębiorców. Niektórzy dystrybutorzy realizowali znaczną część swoich obrotów na produktach innych marek niż Dahua. Z tych względów, aby kary nałożone za naruszenie dotyczące produktów Dahua wykazywały większy związek z tymi obrotami uczestników naruszenia, Prezes Urzędu obniżył wcześniej ustalone kwoty wyjściowe kar w stosunku do Alkam, Alpol, E-Commerce i Delta-Opti. W największym

¹²¹ Por. akapit (224) decyzji.

stopniu przedmiotową okoliczność Prezes Urzędu wziął pod uwagę w odniesieniu do E-commerce, następnie względem Alpol, a następnie w równym stopniu wobec Alkam oraz Delta-Opti.

- (469) W konsekwencji, biorąc pod uwagę okoliczności opisane wyżej, Prezes Urzędu zastosował obniżenia wynoszące w odniesieniu do poszczególnych uczestników naruszenia:

Podmiot	Modyfikacja kwoty wyjściowej	Kwota wyjściowa po obniżce (kwota bazowa)
Dahua Technology Poland sp. z o.o.	-	2 882 009,39 zł
Alkam Security spółka z ograniczoną odpowiedzialnością sp. k.	-50%	208 353,43 zł
„Alpol” sp. z o.o.	-60%	223 850,07 zł
E-commerce Partners sp. z o.o. (obecnie Eltrox sp. z o.o.)	-65%	940 654,85 zł
Monika Matysiak, prowadząca działalność gospodarczą pod firmą „Delta-Opti Monika Matysiak”	-50%	326 916,74 zł
Marcin Gradzewicz, prowadzący działalność gospodarczą pod firmą „TECHGLOBAL Marcin Gradzewicz”	-	59 055,59 zł
Michał Gałęzowski, prowadzący działalność gospodarczą pod firmą „TECHGLOBAL Michał Gałęzowski”	-	59 055,59 zł

Zastrzeżenia zgłoszone przez Dahua i pana Artura Prusinowskiego

- (470) W swoim stanowisku do Szczegółowego Uzasadnienia Zarzutów z 17 października 2023 r. Dahua oraz pan Artur Prusinowski wskazali, że kara względem spółki nie powinna być obliczana w odniesieniu do całkowitego obrotu Dahua, a wyłącznie w odniesieniu do obrotu wygenerowanego przez Dahua w Polsce, co jest naturalną konsekwencją przyjęcia, że rynek właściwy w kontekście tej sprawy ma wymiar krajowy.
- (471) Prezes Urzędu nie może uwzględnić powyższej argumentacji. W pierwszej kolejności z uwagi na fakt, że art. 106 u.o.k.k., który wyznacza maksymalny wymiar kary, odnosi się do całego obrotu przedsiębiorcy. Norma definiująca pojęcie obrotu, zawarta w art. 106 ust. 3 u.o.k.k., jest w tym zakresie precyzyjna i wprost wskazuje jak należy ten obrót liczyć. Nie ogranicza go do obrotu z rynku wyznaczonego przez Prezesa Urzędu jako właściwy na potrzeby danej sprawy. W konsekwencji, Prezes Urzędu przyjmuje jako podstawę do wyliczenia wysokości kary całkowite obroty przedsiębiorcy bez względu na to, na jakich rynkach krajowych czy produktowych zostały one wygenerowane.
- (472) W dalszej kolejności Dahua oraz pan Artur Prusinowski wskazali, że przy ocenie specyfiki rynku, na którym doszło do naruszenia, działalności przedsiębiorcy, która stanowiła przedmiot naruszenia oraz wpływu naruszenia na rynek, Prezes Urzędu powinien uwzględnić

następujące okoliczności wynikające z Wyjaśnień w sprawie kar: (i) produkty objęte porozumieniem nie są produktami nadzwyczaj istotnymi dla szczególnie wrażliwych odbiorców; (ii) rynek, na którym doszło do naruszenia jest rynkiem konkurencyjnym; (iii) sprzedaż krajowa stanowiła niewiele ponad połowę całkowitych przychodów ze sprzedaży Dahua; (iv) praktyka nie wywarła żadnych negatywnych skutków rynkowych; (v) naruszenie nie ma nieodwracalnych ani trudno odwracalne konsekwencji.

- (473) Odnosząc się do powyższego należy wyjaśnić, że wynikające z Wyjaśnień w sprawie kar, okoliczności, na które powołują się strony w ppkt. (i), (ii) oraz (v) akapitu powyżej zostały błędnie zinterpretowane. Wbrew twierdzeniu stron, przesłanki te nie służą do obniżenia wysokości kary. Powyższy wniosek wynika z brzmienia Wyjaśnień w sprawie kar dla przedsiębiorców, które wskazują: „Prezes Urzędu bierze pod uwagę, czy produkt jest nadzwyczaj istotny dla szczególnie wrażliwych odbiorców”; „Prezes Urzędu 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”, a także „nieodwracalność lub trudna odwracalność skutków naruszenia”. W związku z tym, stwierdzony w niniejszej sprawie brak występowania powyższych okoliczności został uwzględniony przez Prezesa Urzędu poprzez niepodwyższanie kary na tym etapie i pozostawienie jej na dotychczasowym poziomie. Sam fakt, że ww. okoliczności nie wystąpiły nie może zostać uwzględniony przez obniżenie kary z tego powodu.
- (474) Okolicznością, która mogłaby zostać uznana przez Prezesa Urzędu za przemawiającą za obniżeniem kary jest niewielki udział przychodów przedsiębiorcy z towarów, których dotyczyło naruszenie, w obrocie przedsiębiorcy. Jednakże Dahua powyższej okoliczności nie spełnia. Okoliczność, że sprzedaż krajowa stanowiła **[informacje chronione]** całkowitych przychodów ze sprzedaży Dahua nie jest równoznaczna z niewielkim udziałem przychodów przedsiębiorcy z towarów, których dotyczyło naruszenie, w obrocie przedsiębiorcy. Dahua prowadząc sprzedaż poza rynkiem krajowym nadal sprzedawała towary, których dotyczyło naruszenie.
- (475) Prezes Urzędu nie zgadza się również z twierdzeniem stron o konieczności uwzględnienia okoliczności, że praktyka nie wywarła żadnych negatywnych skutków rynkowych. Należy wskazać, że w przedmiotowej sprawie zostało stwierdzone istnienie porozumienia ograniczającego konkurencję ze względu na cel, które ze swej istoty mają potencjał do ograniczenia konkurencji, tj. porozumienia te są w tak jaskrawy sposób sprzeczne z celami prawa ochrony konkurencji, że uznaje się iż mają istotny negatywny wpływ na konkurencję bez konieczności kwantyfikowania skutków tego naruszenia. Mimo, że z uwagi na powyższe, w przedmiotowej sprawie nie było konieczne badanie, czy rzeczywiście porozumienie

wywołało jakiegokolwiek negatywne skutki na rynku, to uznać należy, że wejście w życie porozumienia, stosowanie się do niego przez dystrybutorów oraz jego długotrwałość nie pozwalają na uznanie braku wystąpienia negatywnych skutków rynkowych.

17.3. Okres naruszenia

- (476) Dokonując oceny wpływu okresu naruszenia na wymiar kary, Prezes Urzędu przyjmuje, że kwota bazowa służąca określeniu wysokości faktycznie nakładanej kary może ulec zwiększeniu ze względu na długotrwałość naruszenia. Z uwagi na to, że Prezes Urzędu ustala kwotę bazową w odniesieniu do okresu, który odpowiada jednemu rokowi, uwzględniając przesłankę okresu naruszenia Prezes Urzędu ograniczył swoją dyskrecjonalność w ramach Wyjaśnień w sprawie kar dla przedsiębiorców i przyjmuje, że w odniesieniu do naruszeń trwających dłużej niż rok kwota bazowa zostanie zwielokrotniona 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 przez Prezesa Urzędu zwielokrotnienie wyniesie dodatkowe 0,5.
- (477) Okres, za który Prezes Urzędu przypisał podmiotom, do których odnosi się niniejsza decyzja, odpowiedzialność za naruszenie wynosi 7 lat – tj. od września 2016 r. do października 2023 r.
- (478) W konsekwencji Prezes Urzędu zmienił kwoty bazowe kary w odniesieniu do poszczególnych uczestników naruszenia w następujący sposób:

Podmiot	Podwyższenie ze względu na długotrwałość	Kwota bazowa po podwyższeniu ze względu na długotrwałość
Dahua Technology Poland sp. z o.o.	7	20 174 065,73 zł
Alkam Security spółka z ograniczoną odpowiedzialnością sp. k.	7	1 458 474,04 zł
„Alpol” sp. z o.o.	7	1 566 950,52 zł
E-commerce Partners sp. z o.o. (obecnie Eltrox sp. z o.o.)	7	6 584 583,96 zł
Monika Matysiak, prowadząca działalność gospodarczą pod firmą „Delta-Opti Monika Matysiak”	7	2 288 417,19 zł
Marcin Gradzewicz, prowadzący działalność gospodarczą pod firmą „TECHGLOBAL Marcin Gradzewicz”	7	413 389,14 zł
Michał Gałęzowski, prowadzący działalność gospodarczą pod firmą „TECHGLOBAL Michał Gałęzowski”	7	413 389,14 zł

17.4. Okoliczności łagodzące oraz obciążające

- (479) Okoliczności naruszenia mogą prowadzić do zwiększenia (okoliczności obciążające) lub zmniejszenia (okoliczności łagodzące) wymiaru kary.

- (480) Prezes Urzędu ocenia te okoliczności łącznie, przyjmując zarazem, że poszczególne okoliczności obciążające i łagodzące mogą mieć różną doniosłość. Zmierzając do zwiększenia spójności w polityce karania, Prezes Urzędu przyjmuje w Wyjaśnieniach w sprawie kar dla przedsiębiorców, że z uwagi na okoliczności obciążające i łagodzące kwota ustalona na wcześniejszych etapach analizy odpowiedniego wymiaru kar może ulec zwiększeniu bądź zmniejszeniu maksymalnie o 50%.
- (481) Prezes Urzędu po przeanalizowaniu materiału dowodowego zidentyfikował występowanie okoliczności łagodzących wyłącznie w odniesieniu do Dahua.
- (482) Prezes Urzędu wyjątkowo jako okoliczność łagodzącą uwzględnił współpracę Dahua z organem, mimo że odbywała się ona w ramach programu łagodzenia kar, ponieważ Dahua nie spełniła formalnie jednej z przesłanek obniżenia kary, wobec czego współpraca z organem nie mogła być uwzględniona w ramach programu łagodzenia kar. Oceniając współpracę tej strony, Prezes Urzędu uwzględnił fakt, że Dahua przedstawiała wyjaśnienia, w tym również dowody obrazujące sposób funkcjonowania porozumienia, które miały dodatnią wartość dowodową i przyczyniły się do wyjaśnienia niektórych okoliczności sprawy. Dodatkowo przedstawiane przez spółkę informacje stanowiły nie tylko odpowiedź na pisma skierowane do spółki przez Prezesa Urzędu, ale również niejednokrotnie były przedstawiane z własnej inicjatywy spółki.
- (483) W odniesieniu do wszystkich podmiotów Prezes Urzędu uwzględnił jako okoliczność obciążającą umyślność naruszenia – w zakresie umyślności naruszenia uwagi przedstawione zostały w pkt 17.1 uzasadnienia.
- (484) Dodatkowo wyłącznie wobec Dahua Prezes Urzędu postanowił uwzględnić jako okoliczności obciążające fakt, że Dahua była liderem porozumienia, nakłaniała dystrybutorów do uczestnictwa w porozumieniu oraz wywierała presję na dystrybutorów w celu wprowadzenia w życie i kontynuowania naruszenia.
- (485) Zdaniem Prezesa Urzędu za pełnieniem roli lidera przez Dahue przemawia okoliczność, że Dahua: (i) rozsyłała do wszystkich dystrybutorów cenniki zawierające klauzulę zobowiązującą ich do publikacji na własnych stronach internetowych cen zgodnych z cennikiem¹²², (ii) przekazywała dystrybutorom informacje o maksymalnych rabatach jakie powinni stosować przy odsprzedaży produktów Dahua¹²³, (iii) zobowiązywała dystrybutorów do prowadzenia inicjowanych przez Dahua kampanii promocyjnych, których warunki w tym również wysokość cen określała Dahua¹²⁴, (iv) zobowiązywała również dystrybutorów do zwracania się o akceptację warunków promocji inicjowanych przez dystrybutorów¹²⁵, a także

¹²² Por. pkt 5.1 decyzji.

¹²³ Por. pkt 5.2 decyzji.

¹²⁴ Por. pkt 5.3 decyzji.

¹²⁵ Por. pkt 5.4 decyzji.

(v) opracowała i wdrożyła zasady rejestracji projektów, w ramach których projekty przygotowane od początku na produktach Dahua przydzielane były do realizacji wyłącznie jednemu dystrybutorowi, a w razie pojawienia się konkurencji ze strony innych dystrybutorów pracownicy Dahua zniechęcali ich do ubiegania się o już przydzielony projekt.¹²⁶ Tym samym Dahua pełniła decydującą rolę we współpracy z dystrybutorami polegającej na ustalaniu cen odsprzedaży produktów Dahua przez dystrybutorów oraz przydzielaniu projektów od początku przygotowanych na produktach Dahua, tworząc koncepcję funkcjonowania porozumienia ograniczającego konkurencję i nadając mu określone ramy funkcjonowania.

- (486) Prezes Urzędu uznał również, że Dahua nakłaniała innych przedsiębiorców do uczestnictwa w porozumieniu. Nakłanianie stanowi działanie podejmowane przez jeden podmiot w celu wywołania rezultatu w postaci określonego zachowania podmiotu nakłanianego. W przedmiotowej sprawie nakłanianie przez Dahua dystrybutorów do udziału w porozumieniu przyjmowało postać: przypominania dystrybutorom o konieczności stosowania się do ustaleń porozumienia¹²⁷, przekonywania, że porozumienie jest korzystne dla jego uczestników¹²⁸ oraz warunkowania możliwości rozpoczęcia współpracy z Dahua od przestrzegania ustaleń porozumienia¹²⁹.
- (487) Dodatkowo Prezes Urzędu uznał, że Dahua wywierała presję na dystrybutorów w celu wprowadzenia w życie oraz kontynuowania naruszenia poprzez działania dyscyplinujące podejmowane wobec dystrybutorów nieprzestrzegających ustaleń. W szczególności, na okoliczność tę wskazuje materiał dowodowy w postaci wiadomości e-mail, w których przedstawiciele Dahua interweniowali u dystrybutorów w sprawie zmiany cen oferowanych przez nich lub ich redystrybutorów na ceny zgodne z ustaleniami¹³⁰; informowali dystrybutorów o możliwych konsekwencjach w przypadku nieprzestrzegania ustaleń¹³¹, w tym również wskazywali na możliwość utraty dodatkowego rabatu na zakup produktów Dahua od Dahua¹³² oraz na możliwość rozwiązania umowy.¹³³
- (488) Podsumowując, w sprawie występuje jedna znacząca okoliczność łagodząca dla Dahua w postaci współpracy z Prezesem Urzędu, a także okoliczności obciążające Dahua – umyślność naruszenia, pełnienie roli lidera porozumienia, nakłanianie dystrybutorów do uczestnictwa w porozumieniu oraz wywieranie presji na dystrybutorów w celu wprowadzenia w życie i kontynuowania naruszenia. Okoliczność obciążająca w postaci umyślności naruszenia ma

¹²⁶ Por. pkt 8 decyzji.

¹²⁷ Por. akapit (68), (81), (105), (116), (119) decyzji.

¹²⁸ Por. akapit (179) decyzji.

¹²⁹ Por. akapit (85) i (103) decyzji.

¹³⁰ Por. akapit (82), (106), (107), (111), (144), (145), (149)-(153), (160) decyzji.

¹³¹ Por. akapit (88) i (94) decyzji.

¹³² Por. akapit (76), (159), (165), (208) decyzji.

¹³³ Por. akapit (76), (87), (90), (112) decyzji.

zastosowanie również wobec wszystkich uczestników porozumienia. W związku z tym w opinii Prezesa Urzędu na tym etapie ustalania kar pieniężnych, kwota bazowa powinna ulec zmianie w następującym wymiarze:

Podmiot	Zmiana wynikająca z uwzględnienia okoliczności obciążających i łagodzących	Kwota po uwzględnieniu okoliczności obciążających i łagodzących
Dahua Technology Poland sp. z o.o.	+10%	22 191 472,31 zł
Alkam Security spółka z ograniczoną odpowiedzialnością sp. k.	+20%	1 750 168,85 zł
„Alpol” sp. z o.o.	+20%	1 880 340,62 zł
E-commerce Partners sp. z o.o. (obecnie Eltrox sp. z o.o.)	+20%	7 901 500,75 zł
Monika Matysiak, prowadząca działalność gospodarczą pod firmą „Delta-Opti Monika Matysiak”	+20%	2 746 100,63 zł
Marcin Gradzewicz, prowadzący działalność gospodarczą pod firmą „TECHGLOBAL Marcin Gradzewicz”	+20%	496 066,96 zł
Michał Gałęzowski, prowadzący działalność gospodarczą pod firmą „TECHGLOBAL Michał Gałęzowski”	+20%	496 066,97 zł

Zastrzeżenia zgłoszone przez Alkam

- (489) Alkam w piśmie z 4 października 2023 r. stanowiącym odpowiedź na Szczegółowe Uzasadnienie Zarzutów wskazał, że udział spółki w porozumieniu był nieumyślny. Dodatkowo spółka podniosła, że zaniechała stosowania się do praktyk objętych porozumieniem przed wszczęciem postępowania przez Prezesa Urzędu, współpracowała z Prezesem Urzędu w toku postępowania, jej rola w porozumieniu była bierna oraz że działała pod przymusem Dahua, która wymuszała wobec spółki działania zgodne z porozumieniem.
- (490) Zdaniem Prezesa Urzędu zgromadzony w sprawie materiał dowodowy przeczy powyższym twierdzeniom spółki. Odnosząc się do kwestii umyślności wskazać należy, że z okoliczności faktycznych niniejszej sprawy wynika, że Alkam działał umyślnie, bowiem swoim zachowaniem dążył do utrzymania i przestrzegania ustaleń podjętych przez Dahua z dystrybutorami. Świadczą o tym bowiem wiadomości e-mail, w których Alkam skarży się do Dahua na nieprzestrzeganie ustaleń przez pozostałych dystrybutorów: „*powoli robi się jak w Hiku [Hikvision konkurencyjna względem Dahua marka – UOKiK], wolna amerykanka. Liczy się tylko sprzedaż za wszelką cenę, a polityka pilnowania rabatów schodzi na dalszy plan. Szkoda !!!*”¹³⁴ oraz „*daje to o wiele większy rabat niż dozwolony*”¹³⁵.

¹³⁴ Por. akapit (92) decyzji.

¹³⁵ Por. akapit (134) decyzji.

- (491) W dalszej kolejności Prezes Urzędu nie zgadza się na uwzględnienie wobec spółki okoliczności łagodzących w postaci zaniechania stosowania praktyki przed wszczęciem postępowania przez Prezesa Urzędu, współpracy z Prezesem Urzędu w toku postępowania, biernej roli spółki w naruszeniu oraz działania pod przymusem Dahua.
- (492) W niniejszej sprawie przesłanka zaniechania stosowania praktyki przed wszczęciem postępowania nie mogła zostać uwzględniona wobec Alkam jako okoliczność łagodząca, gdyż zaniechanie praktyki przez Alkam było konsekwencją działań podjętych przez Dahua po przeprowadzeniu przeszukania w siedzibie tej spółki, a nie działań zainicjowanych przez sam Alkam. Biorąc pod uwagę, że kary powinny być zindywidualizowane, tak aby odzwierciedlać stopień zaangażowania w naruszenie każdego podmiotu z osobna, Prezes Urzędu nie może „wynagradzać” Alkam za działania, które w rzeczywistości nie zostały podjęte przez tę spółkę, lecz były wynikiem zewnętrznych okoliczności.
- (493) Prezes Urzędu nie mógł również uwzględnić wobec Alkam jako okoliczności łagodzącej współpracy spółki z Prezesem Urzędu w toku postępowania. W trakcie postępowania Alkam jedynie wywiązywał się z obowiązków jakie nakładają na stronę postępowania przepisy u.o.k.k. W tym w szczególności z obowiązku udzielania w wyznaczonym terminie odpowiedzi na pytania Prezesa Urzędu. Zdaniem Pozwanego jako okoliczność łagodzącą traktowana mogłaby być jedynie taka współpraca, która wykracza ponad to, do czego przedsiębiorcy są zobligowani przepisami prawa i w ten sposób przyczynia się do wydania decyzji (np. gdy przedsiębiorca z własnej inicjatywy przekazuje nieznanie wcześniej Prezesowi Urzędu informacje dotyczące porozumienia). W przedmiotowej sprawie, takiej formy współpracy pomiędzy Alkam a Prezesem Urzędu nie było, a tym samym wskazywana przez spółkę okoliczność łagodząca nie wystąpiła.
- (494) Wbrew twierdzeniom Alkam, spółka nie może zostać uznana za pełniącą bierną rolę w porozumieniu, gdyż w ocenie Prezesa Urzędu zebrane dowody tej tezie przeczą. Na aktywne uczestnictwo w porozumieniu Alkam w porozumienie wskazują wiadomości e-mail, w treści których Alkam zwracał się do Dahua z pytaniem o warunki sprzedaży, jakie może stosować on jak i jego redystrybutor sprzedając produkty Dahua do własnych odbiorców¹³⁶, a także w których Alkam informował Dahua o przypadkach nieprzestrzegania ustaleń cenowych przez pozostałych dystrybutorów.¹³⁷ Alkam również w reakcji na podejmowane przez Dahua wobec niego interwencje w sprawie nieprzestrzegania ustaleń cenowych, dostosowywał oferowane przez siebie oraz swoich redystrybutorów warunki sprzedaży do zgodnych z ustaleniami.¹³⁸

¹³⁶ Por. akapit (73), (145), (157) decyzji.

¹³⁷ Por. akapit (92), (134), (146), (148) (167), (175), (194) decyzji.

¹³⁸ Por. akapit (119), (145), (153), (157) decyzji.

- (495) Materiał dowodowy nie pozwala również na przyjęcie, że Alkam został zmuszony do wzięcia udziału w porozumieniu. Świadczy o tym wiadomości e-mail przedstawiciela Alkam, który informując Dahua o nieprzestrzeganiu ustaleń cenowych przez jednego z dystrybutorów, wprost wyraża swój negatywny stosunek do takich działań: „*powoli robi się jak w Hiku [Hikvision konkurencyjna względem Dahua marka – UOKiK], wolna amerykanka. Liczy się tylko sprzedaż za wszelką cenę, a polityka pilnowania rabatów schodzi na dalszy plan. Szkoda !!!*”¹³⁹. Zdaniem Prezesa Urzędu treść tej wiadomości, a zwłaszcza użyte na końcu słowo „szkoda” wskazują, że Alkam postrzegał „*pilnowanie rabatów*” jako działania dla siebie korzystne. Dodatkowo już z samego faktu, że Alkam podejmował interwencje u Dahua w postaci zgłaszania przypadków nieprzestrzegania ustaleń cenowych, wynika, że podjęte ustalenia cenowe chciał utrzymać. Tym samym, takie działania przeczą tezie o byciu przymusem zmuszonym do udziału w porozumieniu.

Zastrzeżenia zgłoszone przez E-commerce

- (496) E-commerce w piśmie z 4 października 2023 r. stanowiącym odpowiedź na Szczegółowe Uzasadnienie Zarzutów wskazał, że Prezes Urzędu powinien uwzględnić wobec spółki okoliczności łagodzące w postaci biernego udziału w porozumieniu oraz działania pod przymusem. Prezes Urzędu z powyższym zastrzeżeniem się nie zgadza, gdyż nie znajduje ono potwierdzenia w zebranych w sprawie materiale dowodowym. Po pierwsze, tezie o biernym uczestnictwie spółki w porozumieniu przeczą działania podejmowane przez E-commerce w postaci: (i) zwracania się do Dahua z pytaniem o warunki cenowe, jakie może stosować przy sprzedaży produktów Dahua¹⁴⁰; (ii) przesyłania skarg do Dahua dotyczących nieprzestrzegania ustaleń cenowych przez dystrybutorów i ich redystrybutorów¹⁴¹ oraz (iii) dostosowywania w wyniku interwencji Dahua, oferowanych przez siebie oraz swojego redystrybutora warunków sprzedaży do zgodnych z ustaleniami z Dahua¹⁴². Po drugie nie sposób zgodzić się z tezą, jakoby spółka E-commerce działała pod przymusem, skoro dobrowolnie podejmowała działania mające na celu utrzymanie i przestrzeganie przez jego uczestników porozumienia, zgłaszając do Dahua skargi na nieprzestrzegających ustaleń cenowych dystrybutorów i ich redystrybutorów¹⁴³. Dodatkowo odnosząc się do przywołanego w piśmie E-commerce orzecznictwa wskazać należy, z materiału dowodowego nie wynika, aby poza interwencjami w postaci zwracania się przez przedstawicieli Dahua do E-commerce o zmianę warunków sprzedaży na zgodne z ustaleniami, Dahua stosowała wobec spółki środki odwetowe w postaci stosowania kar. Wskazać również należy, że pozycja Dahua na rynku

¹³⁹ Por. akapit (92) decyzji.

¹⁴⁰ Por. akapit (78), (136) decyzji.

¹⁴¹ Por. akapit (170), (180), (185), (206), (215), (216) decyzji.

¹⁴² Por. akapit (139), (144), (176) decyzji.

¹⁴³ Por. akapit (170), (180), (185), (206), (215), (216) decyzji.

właściwym nie była na tyle silna, aby brak zgody E-commerce na stosowanie się do ustaleń cenowych i podziałowych, a w konsekwencji ewentualny brak współpracy z Dahua mógł oznaczać dla E-commerce trudności w prowadzeniu działalności. Świadczy o tym chociażby okoliczność, że przychód E-commerce osiągany ze współpracy z Dahua stanowił niewielki udział w całkowitym obrocie spółki, co zostało uwzględnione na korzyść spółki przy obliczaniu wysokości kary pieniężnej.

Zastrzeżenia zgłoszone przez Dahua oraz pana Artura Prusinowskiego

- (497) Dahua oraz pan Artur Prusinowski w odpowiedzi na Szczegółowe Uzasadnienie Zarzutów z 17 października 2023 r. wskazali, że Prezes Urzędu powinien uwzględnić zaniechanie przez Dahua stosowania praktyki w zakresie ustalania cen przed wszczęciem postępowania, a także podjęcie z własnej inicjatywy działania w celu zaprzestania naruszenia.
- (498) Odnosząc się do powyższego wskazać należy, że nie każde zaniechanie stosowania praktyki ograniczającej konkurencję musi być traktowane jako odpowiadające okoliczności wpływającej na obniżenie kary pieniężnej¹⁴⁴. W przedmiotowej sprawie zaniechanie stosowania praktyki oraz podjęcie działań w celu zaprzestania naruszeniu nastąpiły po wszczęciu postępowania wyjaśniającego oraz po przeprowadzeniu w siedzibie Dahua czynności przeszukania, które rozpoczęły się 21 września 2021 r. W związku z tym, odstąpienie od zabronionych ustaleń lub ich części wynikało nie z własnej inicjatywy przedsiębiorcy, ale w związku z działaniami ze strony organu administracji publicznej. W sytuacji, gdy przeszukujący przerywają dotychczas niezakłócony przebieg naruszenia i zabezpieczają dowody na jego istnienie, zaprzestanie naruszenia nie stanowi „ustępstwa” ze strony uczestnika naruszenia na rzecz interesu publicznego lub poszkodowanych, ale wymuszone działaniem państwa dostosowanie działań uczestnika naruszenia do obowiązującego prawa oraz sposób uniknięcia wyższego wymiaru kary, jaki wynikałby z kontynuowania praktyki, o której organ publiczny posiadał już wiedzę.

17.5. Maksymalny wymiar kary

- (499) Wymierzając wysokość nakładanych kar Prezes Urzędu miał na uwadze maksymalny, możliwy do wymierzenia wymiar kar. Zgodnie z art. 106 ust. 1 pkt 1 u.o.k.k. Prezes Urzędu może nałożyć na przedsiębiorcę, w drodze decyzji, karę pieniężną w wysokości nie większej niż 10% obrotu osiągniętego w roku obrotowym poprzedzającym rok nałożenia kary. Natomiast w myśl art. 106 ust. 7 pkt 1 u.o.k.k. w przypadku, gdy przedsiębiorca nie dysponuje przed wydaniem decyzji danymi finansowymi niezbędnymi do ustalenia obrotu za rok

¹⁴⁴ Wyrok SN z 15.05.2014 r., III SK 54/13, OSNP 2015, nr 11, poz. 156.

obrotowy poprzedzający rok nałożenia kary, Prezes Urzędu, nakładając karę pieniężną na podstawie ust. 1, uwzględnia obrót osiągnięty przez przedsiębiorcę w roku obrotowym poprzedzającym ten rok.

- (500) W oparciu o tak określoną wartość obrotów, Prezes Urzędu ustalił, że wysokość wszystkich z rozważanych kar dla uczestników porozumienia mieści się w granicach określonych w art. 106 ust. 1 w zw. z art. 106 ust. 7 pkt 1 u.o.k.k

17.6. Adekwatność kary

- (501) Określając wysokość kar pieniężnych Prezes Urzędu uznał, że kwoty będąca wynikiem analizy na poprzednich etapach pozostają adekwatne w warunkach rozpatrywanej sprawy i nie zachodzą żadne szczególne okoliczności, które mogłyby przemawiać za ich obniżeniem lub podwyższeniem wobec Dahua, Alkam, Alpol, Delta-Opti oraz Techglobal.
- (502) Inaczej przedstawia się sytuacja E-commerce, ustalając wysokość kary wobec tego podmiotu Prezes Urzędu wziął pod uwagę fakt, że E-commerce z własnej inicjatywy dostarczył dowód, który wpłynął na ustalenia dotyczące okresu trwania naruszenia [akapit (256) decyzji]. Co istotne dowód dostarczony przez E-commerce miał szczególny charakter, ponieważ jego uwzględnienie doprowadziło do wydłużenia okresu trwania naruszenia stwierdzonego przez Prezesa Urzędu, co miało bezpośrednie przełożenie na wymiar nakładanej kary. W konsekwencji powyższego, Prezes Urzędu stwierdził, że wyjątkowo w tej sprawie zasadne jest dostosowanie wymiaru kary dla E-commerce do adekwatnego poziomu w taki sposób, by obniżyć wobec tego przedsiębiorcy karę, która stała się wobec niego wyższa wskutek podjętej przez niego współpracy. Równocześnie Prezes Urzędu miał na uwadze, że kara w tak dostosowanym wymiarze nadal spełni swoje cele. Wobec powyższego, Prezes Urzędu obniżył wymiar kary nakładanej na E-commerce do wskazanej w poniższej tabeli wysokości.

Podmiot	Zmiana wynikająca z uwzględnienia adekwatności kary	Kwota po uwzględnieniu adekwatności kary
Dahua Technology Poland sp. z o.o.	-	22 191 472,31 zł
Alkam Security spółka z ograniczoną odpowiedzialnością sp. k.	-	1 750 168,85 zł
„Alpol” sp. z o.o.	-	1 880 340,62 zł
E-commerce Partners sp. z o.o. (obecnie Eltrox sp. z o.o.)	-15%	6 716 275,63 zł
Monika Matysiak, prowadząca działalność gospodarczą pod firmą „Delta-Opti Monika Matysiak”	-	2 746 100,63 zł
Marcin Gradzewicz, prowadzący działalność gospodarczą pod firmą „TECHGLOBAL Marcin Gradzewicz”	-	496 066,96 zł
Michał Gałęzowski, prowadzący działalność gospodarczą pod firmą „TECHGLOBAL Michał Gałęzowski”	-	496 066,97 zł

17.7. Zastosowanie programu łagodzenia kar względem Dahua

Ramy prawne

- (503) Zgodnie z art. 113a ust. 1 u.o.k.k. przedsiębiorca, który zawarł porozumienie ograniczające konkurencję, o którym mowa w art. 6 ust. 1 u.o.k.k. lub w art. 101 Traktatu o funkcjonowaniu Unii Europejskiej, może złożyć do Prezesa Urzędu wnioski o odstąpienie od wymierzenia kary pieniężnej lub jej obniżenie.
- (504) Zgodnie z art. 113a ust. 2 u.o.k.k. wniosek powinien zawierać opis porozumienia wskazujący w szczególności:
1. przedsiębiorców, którzy zawarli porozumienie;
 3. produkty lub usługi, których dotyczy porozumienie;
 4. terytorium objęte porozumieniem;
 5. cel porozumienia;
 6. okoliczności zawarcia porozumienia;
 7. okoliczności i sposób funkcjonowania porozumienia;
 8. rolę poszczególnych przedsiębiorców uczestniczących w porozumieniu;
 9. imiona, nazwiska i stanowiska służbowe osób pełniących w porozumieniu znaczącą rolę wraz z jej opisem;
 10. czy wniosek został złożony również do organów ochrony konkurencji państw członkowskich Unii Europejskiej lub do Komisji Europejskiej.

- (505) Ustawodawca, zgodnie z art. 113a ust. 5 u.o.k.k., nakłada również na wnioskodawcę obowiązek współpracy z Prezesem Urzędu w pełnym zakresie polegający na tym, że wnioskodawca, w szczególności:
- (i) z własnej inicjatywy i na żądanie Prezesa Urzędu będzie dostarczał niezwłocznie wszelkie dowody lub informacje dotyczące porozumienia, którymi dysponuje albo którymi może dysponować, mające istotne znaczenie dla sprawy;
 - (ii) nie będzie utrudniał złożenia wyjaśnień przez osoby zatrudnione przez przedsiębiorcę oraz osoby pełniące funkcję kierowniczą lub wchodzące w skład organu zarządzającego przedsiębiorcy;
 - (iii) nie będzie niszczył, fałszował, zatajał dowodów lub informacji związanych ze sprawą;
 - (iv) nie będzie ujawniał faktu złożenia wniosku bez zgody Prezesa Urzędu.
- (506) Zgodnie z art. 113a ust. 6 u.o.k.k., wnioskodawca, który nie zaprzestał uczestnictwa w porozumieniu przed złożeniem wniosku, jest obowiązany zaprzestać tego uczestnictwa niezwłocznie po złożeniu wniosku.
- (507) Jednocześnie zgodnie z art. 113b u.o.k.k. Prezes Urzędu odstępuje od nałożenia kary pieniężnej, o której mowa w art. 106 ust. 1 pkt. 1 lub 2 u.o.k.k., na przedsiębiorcę, który zawarł porozumienie, o którym mowa w art. 6 ust. 1 u.o.k.k. lub w art. 101 TFUE, w przypadku, gdy przedsiębiorca ten łącznie:
1. jako pierwszy z uczestników porozumienia złożył wniosek zgodny z wymogami, określonymi w art. 113a ust. 2 u.o.k.k. oraz spełnił warunki określone w art. 113a ust. 3, 5 i 6 u.o.k.k.;
 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, o której mowa w art. 10 u.o.k.k., 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.

(508) Zgodnie natomiast z art. 113c ust. 1 u.o.k.k. w przypadku, gdy przedsiębiorca, który zawarł porozumienie, o którym mowa w art. 6 ust. 1 u.o.k.k. lub w art. 101 TFUE, nie spełnia łącznie warunków, o których mowa w art. 113b u.o.k.k., Prezes Urzędu obniża karę pieniężną nakładaną na tego przedsiębiorcę, jeżeli przedsiębiorca ten łącznie:

1. złożył wniosek zgodny z wymogami określonymi w art. 113a ust. 2 u.o.k.k.;
2. spełnił warunki określone w art. 113a ust. 3, 5 i 6 u.o.k.k.;
3. przedstawił dowód mający istotne znaczenie dla rozpatrywanej sprawy, którego Prezes Urzędu nie posiadał.

Zastosowanie prawa w niniejszej sprawie

17.7.1. Odstąpienie od nałożenia kary

(509) Spółka Dahua na etapie postępowania wyjaśniającego złożyła pismem z 24 maja 2022 r. wniosek, o którym mowa w art. 113a u.o.k.k., który pierwotnie dotyczył jedynie ustaleń cenowych. Następnie pismem z 19 października 2022 r. Dahua uzupełniła swój wniosek obejmując nim również ustalenia podziałowe. Wniosek został złożony po przeprowadzeniu przez Prezesa Urzędu, w ramach postępowania wyjaśniającego przeszukań, w trakcie których Prezes Urzędu zabezpieczył dowody wskazujące na podejrzenie istnienia antykonkurencyjnych ustaleń między Dahua a dystrybutorami. Na podstawie dowodów pozyskanych w toku przeszukań Prezes Urzędu wszczął postępowanie antymonopolowe, w ramach którego wydawana jest decyzja.

(510) Zgodnie z art. 113b u.o.k.k., Prezes Urzędu odstępuje od nałożenia kary na przedsiębiorcę, jeżeli przedstawił on we wniosku złożonym przed wszczęciem postępowania antymonopolowego dowód wystarczający do wszczęcia takiego postępowania, o ile Prezes Urzędu nie posiadał w tym czasie takich informacji lub dowodów. W przedmiotowej sprawie Dahua złożyła wniosek na etapie postępowania wyjaśniającego, a zarazem, gdy Prezes Urzędu posiadał już dowody wystarczające do wszczęcia postępowania antymonopolowego. Powyższe sprawiało, że Prezes Urzędu nie mógł zastosować art. 113b u.o.k.k. i odstąpić od nałożenia kary na Dahua.

(511) Mając na względzie powyższe, Prezes Urzędu zbadał w kontekście zastosowania art. 113c u.o.k.k. spełnienie przesłanek skorzystania z możliwości obniżenia kary w ramach programu łagodzenia kar.

17.7.2. Obniżenie wysokości kary

- (512) Dahua złożyła wniosek, o którym mowa w art. 113a u.o.k.k. 24 maja 2022 r. w zakresie ustaleń cenowych, który następnie 19 października 2022 r. rozszerzyła o ustalenia podziałowe. Zgodnie z art. 113a ust. 6 u.o.k.k. wnioskodawca, który nie zaprzestał uczestnictwa w porozumieniu przed złożeniem wniosku, jest zobowiązany zaprzestać tego uczestnictwa niezwłocznie po złożeniu wniosku. Z dowodów pozyskanych w toku postępowania oraz informacji przekazanych przez Dahua¹⁴⁵ wynika, że spółka:
- (i) w zakresie ustaleń cenowych – zaprzestała praktyki 31 października 2021 r.;
 - (ii) w zakresie ustaleń podziałowych – zaprzestała 31 grudnia 2021 r. praktyki w zakresie, w jakim pracownicy Dahua kontaktowali się z dystrybutorami w celu nakłonienia ich do rezygnacji z ubiegania się o zarejestrowany projekt przygotowany od początku na produktach Dahua, a 17 października 2023 r. w zakresie, w jakim spółka przydzielała ww. projekty wyłącznie jednemu dystrybutorowi, który jako pierwszy je zgłosił.
- (513) Mając na uwadze powyższe, należy stwierdzić, że ustalenia między stronami postępowania trwały jeszcze częściowo – w zakresie niektórych ustaleń podziałowych – w październiku 2023 r., czyli ok. 1,5 roku po złożeniu wniosku przez Dahua i ok. roku po rozszerzeniu wniosku o ustalenia podziałowe. Powyższe oznacza, że Dahua nie zaprzestała uczestnictwa w porozumieniu przed złożeniem wniosku ani niezwłocznie po jego złożeniu. Okres roku między złożeniem wniosku a zaniechaniem praktyki podziałowej nie mieści się bowiem w pojęciu „niezwłoczności”.
- (514) Wnioskodawca, dla uzyskania nagrody w postaci redukcji kary, zaniechać musi w całości zachowań składających się na jednolite i ciągłe naruszenie. Prezes Urzędu uznał, że porozumienie Dahua z dystrybutorami polegające na ustaleniach cenowych oraz ustaleniach podziałowych stanowiło właśnie jedno jednolite i ciągłe porozumienie.¹⁴⁶ W konsekwencji dopiero zaniechanie wszystkich elementów praktyki, mogłoby zostać uznane za zaprzestanie uczestnictwa w porozumieniu, o którym mowa w art. 113a ust. 6 u.o.k.k., które pozwoliłoby na redukcję kary wyliczonej jako jedna kara za jedno naruszenie. Tym samym Dahua nie spełniła przesłanki obniżenia kary wskazanej w art. 113a ust. 6 u.o.k.k. i nie może być beneficjentem programu łagodzenia kar.
- (515) Mając na względzie powyższe okoliczności Prezes Urzędu nie obniżył kary nakładanej na Dahua na podstawie art. 113c u.o.k.k. Niemniej jak zostało wyjaśnione powyżej, równolegle

¹⁴⁵ Por. pkt 9 decyzji.

¹⁴⁶ Por. pkt 14.3 decyzji.

Prezes Urzędu uznał, że przedstawione przez Dahuę wyjaśnienia i dowody w ramach wniosku *leniency*, stanowią podstawę do obniżenia wysokości nakładanej na spółkę kary w ramach przesłanki łagodzącej w postaci współpracy z Prezesem Urzędu [patrz akapit (482) decyzji].

17.8. Wymiar kary

(516) W konsekwencji Prezes Urzędu uznał, że karami, które będą odznaczały się dolegliwością dla uczestników naruszenia i będą stanowiły adekwatną reakcję państwa na naruszenie prawa, będą kary wymierzone w następujący sposób:

Podmioty	Kara pieniężna
Dahua Technology Poland sp. z o.o.	22 191 472,31 zł
Alkam Security spółka z ograniczoną odpowiedzialnością sp. k.	1 750 168,85 zł
„Alpol” sp. z o.o.	1 880 340,62 zł
E-commerce Partners sp. z o.o. (obecnie Eltrox sp. z o.o.)	6 716 275,63 zł
Monika Matysiak, prowadząca działalność gospodarczą pod firmą „Delta-Opti Monika Matysiak”	2 746 100,63 zł
Marcin Gradzewicz, prowadzący działalność gospodarczą pod firmą „TECHGLOBAL Marcin Gradzewicz”	496 066,96 zł
Michał Gałęzowski, prowadzący działalność gospodarczą pod firmą „TECHGLOBAL Michał Gałęzowski”	496 066,97 zł

(517) W konsekwencji Prezes Urzędu orzekł jak w pkt II sentencji decyzji.

18. Kary pieniężne nałożone na podstawie art. 106a u.o.k.k.

Ramy prawne

(518) Zgodnie z art. 106a ust. 1 u.o.k.k. Prezes Urzędu może nałożyć na osobę zarządzającą, o której mowa w art. 6a u.o.k.k., karę pieniężną w wysokości do 2 000 000 zł, jeżeli osoba ta umyślnie dopuściła do naruszenia przez przedsiębiorcę zakazów określonych w art. 6 ust. 1 pkt 1-6 u.o.k.k. lub w art. 101 ust. 1 lit. a-e TFUE.

(519) W świetle art. 111 ust. 1 pkt 2 u.o.k.k., wymierzając osobie zarządzającej karę pieniężną, Prezes Urzędu uwzględni w szczególności okoliczności naruszenia przepisów ustawy oraz uprzednie naruszenie przepisów ustawy, a także stopień wpływu zachowania osoby zarządzającej na naruszenie, którego dokonał przedsiębiorca, przychody uzyskane przez osobę zarządzającą u danego przedsiębiorcy, z uwzględnieniem okresu trwania naruszenia, oraz okres i skutki rynkowe naruszenia lub skutki naruszenia dla konsumentów.

(520) Przy wymierzaniu kar pieniężnych dla osób zarządzających Prezes Urzędu uwzględni okoliczności obciążające i łagodzące, o których mowa w art. 111 ust. 3-4 u.o.k.k.

- (521) Wymierzając kary dla osób zarządzających Prezes Urzędu posługuje się zasadami określonymi w wydanych przez siebie 30 lipca 2020 r., zgodnie z art. 31a u.o.k.k., „Wyjaśnieniach w sprawie sposobu wymierzania kar pieniężnych dla osób zarządzających na podstawie art. 106a i 111 u.o.k.k.” (dalej: „**Wyjaśnienia w sprawie kar dla osób zarządzających**”).
- (522) Wymierzając kary dla osób zarządzających Prezes Urzędu ma na względzie, że sytuacja tych osób różni się względem sytuacji podmiotów prowadzących działalność gospodarczą. Należy zwrócić uwagę, że ustawodawca określając maksymalny wymiar kar dla osób zarządzających posługuje się kwotowym wskazaniem maksymalnego wymiaru kary i oczekuje jedynie wzięcia pod uwagę przychodów takiej osoby, podczas gdy w przypadku podmiotów prowadzących działalność gospodarczą maksymalny wymiar kary odnoszony jest do całkowitego obrotu w roku obrotowym poprzedzającym rok nałożenia kary. Należy przyjąć w powyższym kontekście, że ustawodawca uznał, że podczas gdy prowadzenie działalności gospodarczej może odznaczać się tą specyfiką, że podmioty gospodarcze zasadniczo nie akumulują środków pieniężnych przeznaczając je, co do zasady, na bieżące prowadzenie działalności rynkowej (i w konsekwencji konieczne jest powiązanie maksymalnego wymiaru kary z odsetkiem obrotu za jeden rok obrotowy), w przypadku osób fizycznych podobna sytuacja nie zachodzi i możliwe jest odniesienie do kwotowego maksymalnego wymiaru kary, który nie musi pozostawać w ścisłym związku z przychodem w jednym roku rozliczeniowym. W samym przepisie art. 111 ust. 1 pkt. 2 u.o.k.k. ustawodawca czyni z kolei odniesienie do przychodu osoby zarządzającej, ale odnosi się do całkowitego przychodu u przedsiębiorcy „z uwzględnieniem okresu naruszenia” i wymaga jego uwzględnienia jako przesłanki wymiaru kary, ale nie głównego wyznacznika kar dla osób zarządzających.

Zastosowanie prawa w niniejszej sprawie

- (523) W niniejszej sprawie Prezes Urzędu wymierzył każdej z określonych w decyzji osób zarządzających jedną karę, która jest karą dotyczącą ustalania cen oraz w przypadku dwóch wskazanych w decyzji osób również dotyczącą podziału rynku, a więc praktyk naruszających zarówno unijne, jak i polskie reguły konkurencji. Kara nie podlegała podwyższeniu ze względu na liczbę kwalifikacji prawnych porozumienia (podwójna kwalifikacja prawna związana z zastosowaniem prawa unijnego i polskiego), co oznacza, że całość poszczególnych kar dla osób zarządzających Prezes Urzędu uznaje za adekwatne niezależnie od występowania podwójnej kwalifikacji prawnej naruszenia w odniesieniu do przedsiębiorców.¹⁴⁷

¹⁴⁷ Por. podobne uwagi w akapicie (449) decyzji.

(524) Ustalając należyty wymiar kar pieniężnych dla osób zarządzających, Prezes Urzędu miał na względzie przesłanki określone przez ustawodawcę, a całość analizy służącej wymierzeniu adekwatnych kar prowadził w etapach opisanych w Wyjaśnieniach w sprawie kar dla osób zarządzających, tj. uwzględniając kolejno:

1. charakter naruszenia, tj. jego wagę, skutki oraz inne okoliczności naruszenia nieodnoszące się jednak do stopnia wpływu zachowania osoby zarządzającej na naruszenie oraz jego okresu, a także niestanowiących okoliczności obciążających i łagodzących;
2. stopień wpływu osoby zarządzającej na naruszenie;
3. okoliczności obciążające i łagodzące;
4. okres naruszenia;
5. uprzednie naruszenia ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów inne niż naruszenia podobne do naruszenia, za które nakładana jest kara pieniężna;
6. adekwatność ewentualnej kary wynikającej z rozważań poczynionych we wcześniejszych krokach do naruszenia postrzeganego jako całość, w tym uwzględniając przychody uzyskane przez osobę zarządzającą u danego przedsiębiorcy (biorąc przy tym pod uwagę okres trwania naruszenia);
7. maksymalny wymiar kary.

18.1. Charakter naruszenia

(525) Oceniając charakter naruszenia Prezes Urzędu uwzględnił okoliczności, o których mowa w akapicie (460) decyzji – odpowiedzialność osób zarządzających jest pochodną kształtu naruszenia dokonanego przez przedsiębiorców i w tym kontekście brak jest podstaw do uwzględnienia okoliczności innych niż te, które w podstawowym zakresie charakteryzują naruszenie. W konsekwencji Prezes Urzędu uznał naruszenie, w którym uczestniczyły osoby zarządzające objęte decyzją, za poważne również na potrzeby wymierzenia kar osobom zarządzającym z tych samych względów.

(526) Zmierzając do ujednoczenia polityki karania, na pierwszym etapie rozważań na temat adekwatnych kar Prezes Urzędu określa kwotę, która na kolejnych etapach analizy służy ustaleniu wymierzonej kary pieniężnej – kwota ta mieści się w odpowiednim przedziale określonym w Wyjaśnieniach w sprawie kar dla osób zarządzających. W przypadku naruszeń scharakteryzowanych jako poważne, wskazana wyżej kwota jest kwotą z przedziału od 50 000 zł do 100 000 zł. Wartość ta jest odnoszona do jednego roku naruszenia, tj. Prezes Urzędu

ocenia na początkowym etapie rozważań wysokość ewentualnej kary w odniesieniu do jednego roku naruszenia, mając na względzie jego ogólną charakterystykę.

- (527) W niniejszej sprawie Prezes Urzędu uznał za uzasadnione określenie następujących kwot, służących ustaleniu wymiaru kar, w odniesieniu do następujących osób zarządzających:

Osoba zarządzająca	Kwota początkowa służąca określeniu kary
Artur Prusinowski	70 000,00 zł
Andrzej Jarzyna	50 000,00 zł
Dariusz Kondraciuk	50 000,00 zł
Piotr Bąchorek	50 000,00 zł
Paweł Zemła	50 000,00 zł
Zbigniew Dąbrowski	50 000,00 zł
Mateusz Kurowski	70 000,00 zł

- (528) Prezes Urzędu uznał, że kwota wynosząca 70 000 zł w odniesieniu do zakresu odpowiedzialności pana Artura Prusinowskiego (Dahua) i pana Mateusza Kurowskiego (E-commerce) jest odpowiednia, ponieważ uwzględnia okoliczność, że pan Artur Prusinowski (Dahua) i pan Mateusz Kurowski (E-commerce) ponoszą odpowiedzialność za udział przedsiębiorców zarówno w ustaleniach cenowych, jak i ustaleniach podziałowych. Zarazem kwota ta uwzględnia okoliczności opisane w akapicie (462)-(463), tj. fakt, że ustalenia podziałowe miały charakter uzupełniający względem ustaleń cenowych a dodatkowo, że praktyka podziałowa w aspekcie zniechęcania przez pracowników Dahua dystrybutorów do konkurowania o projekt zarejestrowany uprzednio na innego dystrybutora została zaniechana prawie 2 lata przed zakończeniem porozumienia.¹⁴⁸
- (529) Kwota 70 000 zł odpowiada, w ocenie Prezesa Urzędu, opisanemu wyżej naruszeniu – jest to kwota na tyle wysoka, aby stanowić dolegliwość i odstraszać przed przystąpieniem do naruszenia o charakterze cenowym i podziałowym, a jednocześnie uwzględniająca fakt, że w przypadku naruszenia stwierdzonego niniejszą decyzją, jego negatywny wpływ na rynek mógł być ograniczany przez okoliczności zewnętrzne względem naruszenia, tj. konkurencja zewnątrzmarkową ze strony innych przedsiębiorców (oferujących produkty innych niż Dahua marek).
- (530) W konsekwencji Prezes Urzędu postanowił przyjąć w odniesieniu do tych dwóch osób zarządzających kwotę w powyżej dolnej granicy przedziału kwotowego, ale niższą od maksymalnej przewidzianej dla tego typu naruszeń.

¹⁴⁸ Por. pkt 9 decyzji.

- (531) W odniesieniu do osób zarządzających, które nie ponosiły odpowiedzialności za udział przedsiębiorców w ustaleniach podziałowych, Prezes Urzędu przyjął niższe kwoty, co wynika z faktu, że zakres ich odpowiedzialności był mniejszy obejmując tylko ustalenia cenowe. Ponadto Prezes Urzędu wziął pod uwagę, że negatywny wpływ porozumienia na rynek mógł być ograniczony przez istnienie konkurencji zewnątrzmarkowej. Mając na względzie powyższe Prezes Urzędu uznał, że w odniesieniu do pana Andrzeja Jarzyny (Dahua), pana Dariusza Kondraciuka (Alkam), pana Piotra Bąchorka (Alpol), pana Pawła Zemły (Alpol) i pana Zbigniewa Dąbrowskiego (E-commerce) odpowiednią kwotą służącą dostosowaniu na dalszych etapach analizy poziomu odpowiedniej kary będzie kwota na poziomie dolnej granicy przewidzianej dla tego typu naruszeń, tj. 50 000 zł.

Zastrzeżenia zgłoszone przez pana Artura Prusinowskiego

- (532) Pan Artur Prusinowski (Dahua) w swoim stanowisku z 17 października 2023 r., stanowiącym odpowiedź na Szczegółowe Uzasadnienie Zarzutów wskazał, że powinny być wobec niego uwzględnione te same okoliczności dotyczące specyfiki rynku, działalności Dahua oraz skutków rynkowych naruszenia, co wobec spółki Dahua.
- (533) Wskazane przez spółkę okoliczności nie zostały przez Prezesa Urzędu uwzględnione, a szczegółowa argumentacja w tym zakresie została przedstawiona w akapicie (472)-(475) decyzji. Z tych samych względów również wobec pana Artura Prusinowskiego (Dahua) okoliczności te nie mają wpływu na wymiar kary.

18.2. Stopień wpływu na naruszenie

- (534) Oceniając stopień wpływu na naruszenie osób zarządzających w niniejszej sprawie, Prezes Urzędu wziął pod uwagę, jak duże znaczenie dla dokonania naruszenia miało zachowanie tych osób. Zmierzając do ujednoczenia polityki karania w Wyjaśnieniach w sprawie kar dla osób zarządzających Prezes Urzędu podzielił rodzaje stopni wpływu na trzy kategorie (wysoki, średni, umiarkowany) i w ramach każdego z nich przewidział możliwość dalszego dostosowywania wpływu tej przesłanki na wymiar kary, tj. indywidualizację kary – w ten sposób Prezes Urzędu oceniał stopień wpływu na naruszenie również w niniejszej sprawie.
- (535) Mając na względzie stan faktyczny sprawy, Prezes Urzędu doszedł do wniosku, że stopień wpływu osób zarządzających na naruszenie miał zróżnicowany charakter. W ocenie Prezesa Urzędu zasadne jest przede wszystkim dokonanie rozróżnienia między odpowiedzialnością za naruszenie pana Artura Prusinowskiego (Dahua), pana Dariusza Kondraciuka (Alkam), pana Piotra Bąchorka (Alpol), pana Pawła Zemły (Alpol), pana Zbigniewa Dąbrowskiego (E-commerce), a z drugiej strony pana Andrzeja Jarzyny (Dahua) i pana Mateusza Kurowskiego (E-commerce).

(536) Pierwsza ze wskazanych wyżej grup osób w ocenie Prezesa Urzędu miała wysoki wpływ na naruszenie. Odnosząc się do każdej z osób osobno należy zwrócić uwagę, że:

- (i) pan Artur Prusinowski (Dahua) był Kierownikiem Działu Sprzedaży, *Country Leaderem*, a następnie *Country Managerem* w Dahua odpowiedzialnym za kontakty z dystrybutorami oraz realizację celów sprzedażowych. Pan Artur Prusinowski (Dahua) podejmował wyjątkowo intensywne kontakty z dystrybutorami, w ramach których doprowadzał do naruszenia reguł konkurencji;
- (ii) pan Dariusz Kondraciuk (Alkam) był prezesem zarządu w Alkam Security sp. z o.o., tj. spółki będącej komplementariuszem Alkam, który podejmował kontakty z Dahua, w ramach których doprowadzał do naruszenia reguł konkurencji;
- (iii) pan Piotr Bąchorek (Alpol) był prezesem zarządu Alpol, który mimo posiadania informacji o tym, że Alpol uczestniczy w naruszeniu reguł konkurencji nie zakończył udziału Alpol w tym naruszeniu;
- (iv) pan Paweł Zemła (Alpol) był wiceprezesem zarządu Alpol, który mimo posiadania informacji o tym, że Alpol uczestniczy w naruszeniu reguł konkurencji nie zakończył udziału Alpol w tym naruszeniu;
- (v) pan Zbigniew Dąbrowski (E-commerce) był prezesem zarządu E-commerce, który mimo posiadania informacji o tym, że E-commerce uczestniczy w naruszeniu reguł konkurencji nie zakończył udziału E-commerce w tym naruszeniu.

(537) Z kolei pan Andrzej Jarzyna (Dahua) był Dyrektorem Handlowym i Operacyjnym Dahua, a następnie Dyrektorem Operacyjnym ds. Sprzedaży na obszar CEE&NORDIC, który był odpowiedzialny m.in. za nadzór nad pracownikami zespołów sprzedaży w Dahua, a na kolejnym stanowisku za organizację i wspieranie sprzedaży w regionie. Ze zgromadzonych dowodów w sprawie wynika, że jego rola miała mniejsze znaczenie w porównaniu do pana Artura Prusinowskiego (Dahua), ponieważ nie podejmował on tak intensywnych kontaktów z dystrybutorami w celu zapewnienia stosowania i przestrzegania ustaleń cenowych.

(538) Pan Mateusz Kurowski (E-commerce) był prokurentem samoistnym E-commerce, który mimo posiadanej wiedzy o uczestnictwie E-commerce w naruszeniu reguł konkurencji nie zaniechał udziału E-commerce w naruszeniu. Stopień wpływu pana Mateusza Kurowskiego (E-commerce) na naruszenie ograniczony był przez fakt, że z uwagi na strukturę organizacyjną oraz sposób zarządzania przyjęty w spółce E-commerce, nie mógł on samodzielnie położyć

kresu naruszeniu, niemniej jednak nie zainicjował on działań wewnątrzcorporacyjnych służących zakończeniu naruszenia.

- (539) Analizując stopień wpływu na naruszenie Prezes Urzędu uwzględnił wobec pana Artura Prusinowskiego (Dahua) i pana Andrzeja Jarzyny (Dahua) dodatkową okoliczność w postaci tego, że w całym okresie trwania naruszenia, członkami zarządu Dahua byli obcokrajowcy, w stosunku do których nie ujawniono materiału dowodowego uzasadniającego twierdzenie, że brali czynny udział lub mieli wiedzę o naruszeniu. Nie ma dowodów wskazujących by pan Artur Prusinowski (Dahua) i pan Andrzej Jarzyna (Dahua) przedstawiali wspomnianym członkom zarządu do akceptacji poszczególnych ustaleń dokonanych z dystrybutorami. W tym względzie należy również wskazać, że także dystrybutorzy postrzegali pana Artura Prusinowskiego (Dahua) oraz pana Andrzeja Jarzynę (Dahua) jako osoby zajmujące najwyższe stanowiska w strukturze organizacyjnej Dahua. Jak wynika z materiału dowodowego dystrybutor E-commerce postrzegali pana Artura Prusinowskiego (Dahua) jako dyrektora operacyjnego, a pana Andrzeja Jarzynę (Dahua) jako prezesa zarządu.¹⁴⁹ W związku z tym Prezes Urzędu uznał, że chociaż pan Artur Prusinowski (Dahua) i pan Andrzej Jarzyna (Dahua) formalnie nie zajmowali najwyższych stanowisk w strukturze organizacyjnej Dahua, to w praktyce takie funkcję właśnie pełnili, wywierając swoimi działaniami odpowiednio wysoki lub średni wpływ na naruszenie dokonane przez Dahua.
- (540) W powyższym kontekście wpływ poszczególnych osób na naruszenie Prezes Urzędu skategoryzował w następujący sposób:

Osoba zarządzająca	Stopień wpływu
Artur Prusinowski	wysoki
Andrzej Jarzyna	średni
Dariusz Kondraciuk	wysoki
Piotr Bąchorek	wysoki
Paweł Zemła	wysoki
Zbigniew Dąbrowski	wysoki
Mateusz Kurowski	średni

- (541) W odniesieniu do każdej ze wskazanych wyżej osób Prezes Urzędu przeanalizował, w jak dużym stopniu wpływ danej osoby powinien oddziaływać na wysokość kary pieniężnej.
- (542) W przypadku pana Artura Prusinowskiego (Dahua) Prezes Urzędu uznał, że jego wpływ na naruszenie był szczególnie wysoki. Związane było to z wyjątkową aktywnością, jaką pan

¹⁴⁹ Por. akapit (51) decyzji.

Artur Prusinowski przejawiał w zakresie funkcjonowania, jak i utrzymania ustaleń Dahua z dystrybutorami, które naruszały prawo konkurencji. Wskazać należy, że z uwagi na zajmowane przez niego w strukturze organizacyjnej Dahua stanowiska (tj. Kierownika Działu Sprzedaży, *Country Leadera*, a następnie *Country Managera* odpowiedzialnego za kontakty z dystrybutorami oraz realizację celów sprzedażowych), był on osobą bezpośrednio odpowiedzialną za kształtowanie polityki cenowej Dahua w relacjach z dystrybutorami. W praktyce pan Prusinowski (Dahua) posiadał szeroką możliwość kształtowania polityki cenowej Dahua, co przejawiało się w tym, że pan Prusinowski (Dahua) regularnie przekazywał dystrybutorom cenniki oraz informacje o rabatach maksymalnych, jakie dystrybutorzy powinni stosować przy odsprzedaży produktów Dahua. Pan Prusinowski (Dahua) przekazywał również regularnie dystrybutorom informacje o warunkach promocji inicjowanych przez Dahua, jakie dystrybutorzy Dahua byli obowiązani przeprowadzić, a także akceptował warunki promocji organizowanych przez dystrybutorów. Pan Prusinowski (Dahua) we współpracy z panem Andrzejem Jarzyną (Dahua) opracował również zasady dotyczące przyznawania gratisów przez dystrybutorów ich własnym klientom, które miały zapobiec „wojnom cenowym” między dystrybutorami.

- (543) Pan Prusinowski (Dahua) był również osobą, która na bieżąco podejmowała decyzje o tym, jakie działania należy podjąć wobec dystrybutorów nieprzestrzegających ustaleń. Świadczą o tym wiadomości e-mail, w których opiekunowie handlowi współpracujący na co dzień z dystrybutorami wielokrotnie zwracali się do pana Prusinowskiego (Dahua) z informacją o nieprzestrzeganiu ustaleń, w odpowiedzi na co pan Prusinowski (Dahua) przekazywał im wytyczne, dotyczące działań – w tym również działań dyscyplinujących – jakie należy wobec danych dystrybutorów podjąć. Również sami dystrybutorzy postrzegali pana Prusinowskiego (Dahua), jako osobę decyzyjną w tym zakresie i bezpośrednio do niego lub dodając pana Prusinowskiego (Dahua) na kopii wiadomości e-mail, przekazywali skargi na nieprzestrzegających ustaleń dystrybutorów, w tym wprost zwracali się z prośbą o podjęcie interwencji w tej sprawie. Pan Prusinowski niejednokrotnie również sam podejmował działania dyscyplinujące wobec dystrybutorów, zwracając się do nich w sprawie dokonania zmiany cen lub wskazując, że nieprzestrzeganie ustaleń może doprowadzić do wstrzymania współpracy z Dahua.
- (544) Mając na względzie powyższe, a także szczególnie obszerny materiał dowodowy obrazujący liczne działania podejmowane przez pana Artura Prusinowskiego (Dahua), Prezes Urzędu uznał, że konieczne jest maksymalne uwzględnienie przesłanki stopnia wpływu pana Artura Prusinowskiego (Dahua) na naruszenie.
- (545) W odniesieniu do pana Dariusza Kondraciuka (Alkam) Prezes Urzędu przyjął, że jego stopień wpływu na naruszenie był wysoki, ale mniejszy niż w przypadku pana Artura Prusinowskiego

(Dahua). Związane to było z faktem, że podejmował on mniej intensywne działania niż pan Artur Prusinowski (Dahua) w zakresie utrzymania ustaleń podjętych przez Dahua z dystrybutorami. Niemniej jednak nadal stopień wpływu na naruszenie pana Dariusza Kondraciuka (Alkam) pozostawał wysoki. Mianowicie pan Dariusz Kondraciuk (Alkam) sam bezpośrednio zwrócił się do Dahua z pytaniem o ceny, jakie Alkam powinien stosować na produkty Dahua, a także z pytaniem jaką wysokość cen na portalu Allegro może oferować współpracujący z nim redystrybutor. Ponadto pan Dariusz Kondraciuk (Alkam) zastosował się do interwencji podjętej przez Dahua i w jej konsekwencji skontaktował się z własnych redystrybutorem w celu usunięcia części (niezgodnych z polityką cenową Dahua) ofert na portalu Allegro. Pan Kondraciuk (Alkam) ponadto samodzielnie przekazał do Dahua informacje o nieprzestrzeganiu ustaleń w zakresie rabatów maksymalnych przez innego dystrybutora. Jednocześnie pan Kondraciuk (Alkam) miał wiedzę o innych niezgodnych z prawem konkurencji ustaleniach Alkam z Dahua, na co wskazują wiadomości e-mail, w których był osobą dodaną na kopii, a które także wskazuje na to jego obecność na tzw. spotkaniach partnerów Dahua, na których przekazywane były informacje o poziomach maksymalnych rabatów, jakie dystrybutorzy powinni stosować przy odsprzedaży produktów Dahua do różnych grup odbiorców.

- (546) Dodatkowo oceniając jego stopień wpływu na naruszenie Prezes Urzędu uwzględnił zajmowaną przez pana Dariusza Kondraciuka (Alkam) funkcję w strukturach Alkam, tj. prezesa zarządu spółki Alkam Security sp. z o.o. będącej komplementariuszem Alkam. Pan Dariusz Kondraciuk (Alkam) posiadał na zajmowanym stanowisku szeroką możliwość kształtowania działań Alkam w odniesieniu do sprzedaży produktów Dahua na rynku, co przejawiało się w tym, że kadra wyższego i niższego szczebla odpowiadała ostatecznie przed nim. Decyzje i instrukcje wydawane przez pana Dariusza Kondraciuka (Alkam) nie mogły być zasadniczo przez nikogo kwestionowane, ponieważ w strukturze organizacyjnej Alkam nie istniało stanowisko wyższe od tego zajmowanego przez pana Dariusza Kondraciuka (Alkam). Tym samym pan Kondraciuk (Alkam) miał decydujący wpływ na doprowadzenie przez Alkam do naruszenia.
- (547) W odniesieniu do pana Piotra Bąchorka (Alpol), pana Pawła Zemły (Alpol) oraz Zbigniewa Dąbrowskiego (E-commerce) Prezes Urzędu przyjął, że ich stopień wpływu na naruszenie był wysoki, ale mniejszy niż w przypadku pana Artura Prusinowskiego (Dahua) oraz pana Dariusza Kondraciuka (Alkam).
- (548) Na uwzględnienie przesłanki wpływu na naruszenie w mniejszym stopniu wpływ miało ustalenie okoliczności, że w rozpatrywanym okresie pan Piotr Bąchorek (Alpol), pan Paweł Zemła (Alpol) oraz pan Zbigniew Dąbrowski (E-commerce) nie podejmowali aktywnych działań w zakresie ustaleń z Dahua naruszających reguły konkurencji. Niemniej jednak

zarówno pan Piotr Bąchorek (Alpol) oraz pan Zbigniew Dąbrowski (E-commerce) w rozpatrywanym okresie posiadali wiedzę o ustaleniach z Dahua, bowiem otrzymywali od swoich pracowników korespondencję e-mail, która wprost na takie niezgodne z regułami konkurencji ustalenia wskazywała.¹⁵⁰

- (549) Odnosząc się do pana Pawła Zemły (Alpol) wskazać należy, że o ile na stanowisku *product managera* podejmował on aktywne działania prowadzące do naruszenia reguł konkurencji, to z chwilą objęcia stanowiska wiceprezesa Alpol, w ramach którego przypisywana jest mu odpowiedzialność za naruszenie, jego wpływ na naruszenie zmniejszył się. Niemniej jednak, pan Paweł Zemła (Alpol), z chwilą objęcia funkcji wiceprezesa zarządu dysponował wiedzą w powyższym zakresie, co wynikało z działań podejmowanych przez niego bezpośrednio na stanowisku *product managera* w celu utrzymania, a także przestrzegania ustaleń z Dahua. Pomimo posiadania tej wiedzy nie doprowadził do zakończenia udziału Alpol w naruszeniu.
- (550) Dodatkowo w odniesieniu do pana Zbigniewa Dąbrowskiego (E-commerce) wskazać również należy, że miał on świadomość bezprawności ustaleń podejmowanych z Dahua. Informacja w tym zakresie została mu przekazana dwukrotnie. Najpierw od pracownika E-commerce, który w wiadomości e-mail w 2016 r. poinformował, że ustalenia z Dahua w zakresie polityki rabatowej stanowią znowę cenową, za którą E-commerce również może ponosić odpowiedzialność.¹⁵¹ Następnie w 2017 r. pan Artur Prusinowski (Dahua) na spotkaniu z panem Zbigniewem Dąbrowskim (E-commerce) wskazał na konieczność zachowania ostrożności przez Dahua, polegającej na niewymienianiu korespondencji e-mail na temat cen „z uwagi na urząd ochrony konkurencji”¹⁵².
- (551) Mimo posiadanej wiedzy o uczestnictwie w naruszeniu pan Piotr Bąchorek (Alpol), pan Paweł Zemła oraz pan Zbigniew Dąbrowski (E-commerce) nie podjęli działań mających na celu zaprzestanie uczestnictwa w naruszeniu, co z racji pełnionych przez siebie funkcji w spółkach mogli uczynić. Tym samym uznać należy, że wyrażali milczącą aprobatę dla tego typu działań.
- (552) W odniesieniu do pana Andrzeja Jarzyny (Dahua) Prezes Urzędu stwierdził, że jego wpływ na naruszenie był średni, niemniej powinien zostać wyceniony w górnym przedziale mnożnika. Powyższy wniosek wynika z faktu, że pan Andrzej Jarzyna (Dahua) przejawiał znacznie mniejszą aktywność w zakresie funkcjonowania, jak i utrzymania ustaleń Dahua z dystrybutorami, które naruszały prawo konkurencji niż pan Artur Prusinowski (Dahua). Prezes Urzędu wziął pod uwagę, że mniejszy stopień aktywności pana Andrzeja Jarzyny (Dahua) wynikał z faktu, że zajmował się w Dahua nadzorem nad działem sprzedaży i w związku z

¹⁵⁰ W odniesieniu do pana Piotra Bąchorka (Alpol) por. akapit (417) decyzji, a w odniesieniu do pana Zbigniewa Dąbrowskiego (E-commerce) por. akapit (427) decyzji.

¹⁵¹ Pkt. akapit (222) decyzji.

¹⁵² Pkt. akapit (221) decyzji.

tym nie miał powodów, aby kontaktować się bezpośrednio z dystrybutorami, jak czynił to pan Artur Prusinowski (Dahua), który był odpowiedzialny w Dahua za relacje z dystrybutorami oraz sprzedaż produktów Dahua.

- (553) W przypadku pana Mateusza Kurowskiego (E-commerce) Prezes Urzędu stwierdził, że jego stopień wpływu na naruszenie był również średni, ale jednocześnie mniejszy niż pana Andrzeja Jarzyna (Dahua). Powyższe wynika z faktu, że pan Mateusz Kurowski (E-commerce) wyjątkowo aktywnie uczestniczył w ustaleniach z Dahua, które naruszały reguły konkurencji, ale miało to miejsce jeszcze przed objęciem funkcji prokurenta samoistnego, w związku z którą jest przypisywana mu odpowiedzialność za naruszenie. W związku z tym, z chwilą objęcia funkcji prokurenta samoistnego posiadał on co prawda wiedzę o naruszeniu, ale jego wpływ na dokonywane przez E-commerce naruszenie zmniejszyło się, chociaż nadal otrzymywał on informacje od innych pracowników E-commerce, z których jednoznacznie wynikało uczestnictwo E-commerce w naruszeniu oraz jego zakres.
- (554) W konsekwencji Prezes Urzędu w celu odzwierciedlenia stopnia wpływu osób zarządzających na naruszenie zastosował następujące mnożniki w odniesieniu do początkowo określonych kwot, służących jako punkt odniesienia dla ustalenia wymiaru kar:

Osoba zarządzająca	Kwota początkowa służąca określeniu kary	Mnożnik służący odzwierciedleniu stopnia wpływu na naruszenie	Kwota po uwzględnieniu stopnia wpływu na naruszenie
Artur Prusinowski	70 000,00 zł	1,25	87 500,00 zł
Andrzej Jarzyna	50 000,00 zł	0,6	30 000,00 zł
Dariusz Kondraciuk	50 000,00 zł	1,00	50 000,00 zł
Piotr Bąchorek	50 000,00 zł	0,85	42 500,00 zł
Paweł Zemła	50 000,00 zł	0,85	42 500,00 zł
Zbigniew Dąbrowski	50 000,00 zł	0,85	42 500,00 zł
Mateusz Kurowski	70 000,00 zł	0,35	24 500,00 zł

18.3. Okoliczności obciążające i łagodzące

- (555) Okoliczności obciążające przemawiają za wymierzeniem kary bardziej dolegliwej, a okoliczności łagodzące za karą niższego wymiaru. Prezes Urzędu ocenia te okoliczności łącznie, przyjmując zarazem, że poszczególne okoliczności obciążające i łagodzące mogą mieć różną doniosłość. Zmierzając do zwiększania spójności w polityce karania, Prezes Urzędu przyjmuje w Wyjaśnieniach w sprawie kar dla osób zarządzających, że z uwagi na okoliczności obciążające i łagodzące kwota ustalona na wcześniejszych etapach analizy odpowiedniego wymiaru kar może ulec zwiększeniu bądź zmniejszeniu maksymalnie o 50%.

- (556) Prezes Urzędu po przeanalizowaniu materiału dowodowego zidentyfikował występowanie okoliczności łagodzących wyłącznie w odniesieniu do pana Artura Prusinowskiego.
- (557) Prezes Urzędu uwzględnił wobec pana Artura Prusinowskiego okoliczność łagodzącą w postaci współpracy z Prezesem Urzędu z tożsamych powodów, które zostały wskazane wobec spółki Dahua w akapicie (482) decyzji. W szczególności pan Prusinowski wraz ze spółką Dahua przedstawiał wyjaśnienia, w tym również dowody obrazujące sposób funkcjonowania porozumienia, które miały wartość dowodową i przyczyniły się do wyjaśnienia okoliczności sprawy.
- (558) Prezes Urzędu ocenił, że okoliczności obciążające również występowały wyłącznie w odniesieniu do pana Artura Prusinowskiego (Dahua). W tym względzie Prezes Urzędu wziął pod uwagę, że podejmował on osobiście lub za pośrednictwem opiekunów handlowych dystrybutorów działania służące wywieraniu presji na dystrybutorach Dahua w celu zapewnienia funkcjonowania i przestrzegania naruszenia, co zostało omówione w akapicie (396) decyzji.
- (559) W konsekwencji Prezes Urzędu uwzględnił wpływ okoliczności obciążających i łagodzących na wymiar kar w następujący sposób:

Osoba zarządzająca	Kwota po uwzględnieniu stopnia wpływu na naruszenie	Zmiana wynikająca z uwzględnienia okoliczności obciążających i łagodzących	Kwota po uwzględnieniu okoliczności obciążających i łagodzących
Artur Prusinowski	87 500,00 zł	- 20%	70 000,00 zł
Andrzej Jarzyna	30 000,00 zł	-	30 000,00 zł
Dariusz Kondraciuk	50 000,00 zł	-	50 000,00 zł
Piotr Bąchorek	42 500,00 zł	-	42 500,00 zł
Paweł Zemła	42 500,00 zł	-	42 500,00 zł
Zbigniew Dąbrowski	42 500,00 zł	-	42 500,00 zł
Mateusz Kurowski	24 500,00 zł	-	24 500,00 zł

Zastrzeżenia zgłoszone przez pana Artura Prusinowskiego

- (560) Pan Artur Prusinowski (Dahua) w swoim stanowisku z 17 października 2023 r., stanowiącym odpowiedź na Szczegółowe Uzasadnienie Zarzutów wskazał, że powinny być wobec niego uwzględnione te same okoliczności łagodzące co wobec spółki Dahua.
- (561) Prezes Urzędu uwzględnił wobec pana Artura Prusinowskiego okoliczność łagodzącą w postaci współpracy z Prezesem Urzędu, natomiast w zakresie pozostałych okoliczności

łagodzących brak jest podstaw do ich uwzględnienia. Szczegółowa argumentacja w tym zakresie została przedstawiona w akapicie (497)-(498) decyzji w odniesieniu do spółki Dahua.

18.4. Okres naruszenia

- (562) Zmierając do ujednoczenia polityki karania w Wyjaśnieniach w sprawie kar dla osób zarządzających Prezes Urzędu uznał, że ograniczy dyskrecjonalność swojej oceny co do wpływu przesłanki okresu naruszenia na wysokość kar. Prezes Urzędu przyjął, że będzie ustalał najpierw kwotę służącą określeniu wymiaru kary w odniesieniu do jednego roku, a następnie kwota ta zostanie ewentualnie powiększona tak, aby odzwierciedlać pełny okres naruszenia.
- (563) W konsekwencji, w przypadku, gdy kara nakładana na osobę zarządzającą odnoszona jest do okresu trwającego pół roku lub mniej, Prezes Urzędu obniża wcześniej określoną kwotę służącą określeniu wymiaru kary o połowę, tj. stosując mnożnik wynoszący 0,5.
- (564) Jeżeli natomiast Prezes Urzędu zamierza nałożyć karę w odniesieniu do okresu trwającego od więcej niż pół roku do roku, wcześniej określona kwota pozostawiona jest bez zmian, co jest równoznaczne z zastosowaniem mnożnika wynoszącego 1.
- (565) Z kolei w przypadku, gdy kara odnoszona jest do okresu trwającego więcej niż rok, mnożnik, który Prezes Urzędu stosuje na potrzeby dostosowania wysokości wcześniej określonej kwoty rozważanej kary, równy jest liczbie pełnych lat naruszenia. Jeżeli w ostatnim rozpoczętym roku okresu, za który wymierzana jest kara, czas trwania w naruszeniu wynosi więcej niż 6 miesięcy, to Prezes Urzędu powiększa wcześniej określony mnożnik o 0,5.
- (566) W niniejszej sprawie okresy, za które Prezes Urzędu przypisał osobom zarządzającym odpowiedzialność wskazane zostały w pkt. 16 uzasadnienia decyzji.
- (567) W praktyce oznaczało to, że panu Arturowi Prusinowskiemu (Dahua) Prezes Urzędu wymierzył karę obejmującą 7 lat uczestnictwa w naruszeniu, natomiast panu Dariuszowi Kondraciukowi (Alkam), panu Piotrowi Bąchorkowi (Alpol) i panu Zbigniewowi Dąbrowskiemu (E-commerce) Prezes Urzędu wymierzył karę obejmującą 5 lat uczestnictwa w naruszeniu, panu Mateuszowi Kurowskiemu (E-commerce) wynoszącą 3,5 lata, panu Andrzejowi Jarzynie (Dahua) wynoszącą 2,5 roku, a panu Pawłowi Zemle (Alpol) wynoszącą rok. W konsekwencji zważywszy, że kwoty określone na wcześniejszym etapie analizy Prezes Urzędu odnosił do uczestnictwa w naruszeniu przez jeden rok, w celu ich dostosowania Prezes Urzędu zwiększył w odniesieniu do pana Artura Prusinowskiego (Dahua) określoną wcześniej kwotę z wykorzystaniem mnożnika „7”, pana Dariusza Kondraciuka (Alkam), pana Piotra Bąchorka (Alpol) i pana Zbigniewa Dąbrowskiego (E-commerce) z wykorzystaniem mnożnika „5”, w odniesieniu do pana Mateusza Kurowskiego (E-commerce) z

wykorzystaniem mnożnik „3,5”, w odniesieniu do pana Andrzeja Jarzyny (Dahua) z wykorzystaniem mnożnik „2,5”, a w odniesieniu do pana Pawła Zemły (Alpol) kwotę określoną na wcześniejszym etapie analizy pozostawił bez zmian, z uwagi na zastosowanie mnożnika wynoszącego „1”.

- (568) W konsekwencji w odniesieniu do poszczególnych osób okres ich uczestnictwa w naruszeniu wpływał następująco na określenie wymiaru kar:

Osoba zarządzająca	Kwota po uwzględnieniu okoliczności obciążających i łagodzących	Mnożnik służący odzwierciedleniu okresu naruszenia	Kwota po uwzględnieniu okresu naruszenia
Artur Prusinowski	70 000,00 zł	7	490 000,00 zł
Andrzej Jarzyna	30 000,00 zł	2,5	75 000,00 zł
Dariusz Kondraciuk	50 000,00 zł	5	250 000,00 zł
Piotr Bąchorek	42 500,00 zł	5	212 500,00 zł
Paweł Zemła	42 500,00 zł	1	42 500,00 zł
Zbigniew Dąbrowski	42 500,00 zł	5	212 500,00 zł
Mateusz Kurowski	24 500,00 zł	3,5	85 750,00 zł

18.5. Uprzednie naruszenie

- (569) Prezes Urzędu nie stwierdził, aby którakolwiek z osób zarządzających naruszyła wcześniej przepisy ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów w sposób inny niż przez dokonanie naruszenia podobnego do naruszenia, za które kara jest wymierzana. W konsekwencji Prezes Urzędu stwierdził, że brak jest podstaw do zaostrzenia wymiaru kar z uwagi na tę przesłankę.

18.6. Adekwatność kary, w tym uwzględnienie przychodów osób zarządzających

- (570) Oceniając, czy określone wcześniej kwoty, służące określeniu ostatecznego wymiaru kar, będą miały charakter adekwatny do naruszenia w przypadku wymierzenia kar w tych wysokościach, Prezes Urzędu przeanalizował przede wszystkim wysokości przychodów (w okresie naruszenia) osób zarządzających u przedsiębiorców, których działań dotyczyło postępowanie. Przychody te Prezes Urzędu ustalił na podstawie informacji przekazanych przez przedsiębiorców.

- Dowód:**
- pismo Alkam z 4 października 2023 r., zał. 2, k. 5867-5869;
 - pismo E-commerce z 4 października 2023 r., k. 5970, 5971;
 - pismo Alpol z 5 października 2023 r., zał. 5, k. 5993;
 - pismo Dahua z 13 października 2023 r., k. 6070.

- (571) Na potrzeby przeanalizowania adekwatności nakładanych kar w niniejszej sprawie Prezes Urzędu wziął pod uwagę w odniesieniu do:
- (i) pana Artura Prusinowskiego – przychody u Dahua;
 - (ii) pana Andrzeja Jarzyny – przychody u Dahua;
 - (iii) pana Dariusza Kondraciuka – przychody u Alkam;
 - (iv) pana Piotra Bąchorka – przychody u Alpol;
 - (v) pana Pawła Zemły – przychody u Alpol;
 - (vi) pana Zbigniewa Dąbrowskiego – przychody u E-commerce;
 - (vii) pana Mateusza Kurowskiego – przychody u E-commerce.
- (572) W odniesieniu do pana Andrzeja Jarzyny (Dahua) i pana Pawła Zemły (Alpol) Prezes Urzędu ustalił, że rozważane w odniesieniu do nich kwoty służąca określeniu wysokości kary pieniężnej są porównywalne do **[informacje chronione]**. W konsekwencji Prezes Urzędu uznał, że przyjęcie takiej kwoty jako wymiaru kary będzie adekwatne. W konsekwencji określone wcześniej kwoty wobec pana Andrzeja Jarzyny (Dahua) i pana Pawła Zemły (Alpol) nie wymagały ani obniżenia, ani podwyższenia.
- (573) Oceniając adekwatność wcześniej określonych kwot służących ustaleniu wymiaru kar w odniesieniu do pozostałych osób zarządzających, Prezes Urzędu miał na względzie, okoliczności, o których mowa w akapicie (522) decyzji, a także, że kary nakładane na osoby zarządzające, jakkolwiek nie powinny stawać się nieproporcjonalnie wysokie, powinny mieć też charakter realnej sankcji za dokonanie naruszenia prawa, tj. odznaczać się dolegliwością.
- (574) W związku z tym Prezes Urzędu ustalił, że przychody pana Dariusza Kondraciuka (Alkam), pana Piotra Bąchorka (Alpol), pana Pawła Zemły (Alpol) i pana Mateusza Kurowskiego (E-commerce) pozostawały zasadniczo na porównywalnym poziomie. Przychody pana Zbigniewa Dąbrowskiego (E-commerce) i pana Artura Prusinowskiego (Dahua) **[informacje chronione]**.
- (575) Prezes Urzędu po porównaniu określonych wcześniej kwot, służących określeniu wymiaru kar, do przychodów pana Artura Prusinowskiego (Dahua), pana Dariusza Kondraciuka (Alkam), pana Piotra Bąchorka (Alpol), pana Zbigniewa Dąbrowskiego (E-commerce) i pana Mateusza Kurowskiego (E-commerce) uznał, że kwoty te pozostają w zbyt dużej dysproporcji do osiągniętych przez te osoby całkowitych oraz średnich miesięcznych przychodów osiągniętych u wskazanych wyżej podmiotów w okresie trwania naruszenia. Wobec pana Artura Prusinowskiego (Dahua), pana Dariusza Kondraciuka (Alkam), pana Piotra Bąchorka (Alpol) kwoty te stanowią **[informacje chronione]**. A w odniesieniu do pana Zbigniewa

Dąbrowskiego (E-commerce) i pana Mateusza Kurowskiego (E-commerce) stanowią **[informacje chronione]**.

- (576) Mając na uwadze powyższe, Prezes Urzędu uznał za zasadne obniżenie tych kwot w kontekście osiągniętych przez te osoby przychodów w stosunku do pana Dariusza Kondraciuka (Alkam) i pana Piotra Bąchorka (Alpol) o 60%. Tak określone kwoty przyjmują w odniesieniu do pana Dariusza Kondraciuka (Alkam) i pana Piotra Bąchorka (Alpol) poziom równy ich **[informacje chronione]** przychodom osiągniętym w okresie naruszenia. W ocenie Prezesa Urzędu obniżenie w tej wysokości jest z jednej strony na tyle duże, aby wziąć pod uwagę różnice między sytuacją wskazanych wyżej osób, a pozostałych osób zarządzających, które odpowiadają zarówno za ustalenia cenowe jak i podziałowe, ale z drugiej nie sprawia, że kary określone z wykorzystaniem kwot wskazanych wyżej tracą swój charakter dolegliwości związanej z naruszeniem reguł konkurencji ustanowionych przez ustawodawcę oraz Państwa Członkowskie.
- (577) W odniesieniu do pana Artura Prusinowskiego (Dahua) i pana Mateusza Kurowskiego (E-commerce) Prezes Urzędu uznał z kolei za wystarczające obniżenie kwoty służącej określeniu wymiaru kary (na tym etapie analizy) o 50%. Tak określone kwoty przyjmują w odniesieniu do pana Artura Prusinowskiego (Dahua) poziom **[informacje chronione]** i pana Mateusza Kurowskiego (E-commerce) poziom równy jego **[informacje chronione]** osiągniętym w okresie naruszenia. Zastosowanie w odniesieniu do nich takiego samego obniżenia jak w przypadku pana Dariusza Kondraciuka (Alkam), pana Piotra Bąchorka (Alpol), prowadziłoby do nieuzasadnionego zaniżenia nakładanych kar wobec pana Artura Prusinowskiego (Dahua) i pana Mateusza Kurowskiego (E-commerce), które zdaniem Prezesa Urzędu powinny pozostać na wyższym poziomie z uwagi na to, że ponoszą oni odpowiedzialność za ustalenia cenowe, jak i podziałowe.
- (578) Natomiast w odniesieniu do pana Zbigniewa Dąbrowskiego (E-commerce) Prezes Urzędu uznał za zasadne obniżenie kwoty w kontekście osiągniętych przez niego przychodów o 30%. Tak określona kwota przyjmuje w odniesieniu do pana Zbigniewa Dąbrowskiego (E-commerce) poziom równy **[informacje chronione]**. Zastosowana wobec pana Zbigniewa Dąbrowskiego (E-commerce) kwota obniżenia uwzględnia okoliczność, że wysokość **[informacje chronione]**. Tym samym kwota przyjmująca w odniesieniu do pana Zbigniewa Dąbrowskiego (E-commerce) poziom równy **[informacje chronione]** odznacza się wystarczającą dolegliwością związaną z naruszeniem prawa konkurencji.
- (579) W konsekwencji w odniesieniu do poszczególnych osób uwzględnienie adekwatności miało na określenie wymiaru kar następujący wpływ:

Osoba zarządzająca	Kwota po uwzględnieniu okresu naruszenia	Zmiana wynikająca z uwzględnienia adekwatności kary	Kwota po uwzględnieniu adekwatności kary
Artur Prusinowski	490 000,00 zł	-50%	245 000,00 zł
Andrzej Jarzyna	75 000,00 zł	-	75 000,00 zł
Dariusz Kondraciuk	250 000,00 zł	-60%	100 000,00 zł
Piotr Bąchorek	212 500,00 zł	-60%	85 000,00 zł
Paweł Zemła	42 500,00 zł	-	42 500,00 zł
Zbigniew Dąbrowski	212 500,00 zł	-30%	148 750,00 zł
Mateusz Kurowski	85 750,00 zł	-50%	42 875,00 zł

18.7. Maksymalny wymiar kary

(580) Prezes Urzędu zbadał, czy wskazane wcześniej wymiary kar nie wykraczają poza ich maksymalny poziom i stwierdził, że wszystkie one mieszczą się w progu określonym przez ustawodawcę.

(581) W konsekwencji Prezes Urzędu wymierzył następującym osobom zarządzającym następujące kary:

Osoba zarządzająca	Nalożona kara
Artur Prusinowski	245 000,00 zł
Andrzej Jarzyna	75 000,00 zł
Dariusz Kondraciuk	100 000,00 zł
Piotr Bąchorek	85 000,00 zł
Paweł Zemła	42 500,00 zł
Zbigniew Dąbrowski	148 750,00 zł
Mateusz Kurowski	42 875,00 zł

18.8. Zastosowanie programu łagodzenia kar

Ramy prawne

(582) Prezes Urzędu omówił podstawowe zasady zastosowania programu łagodzenia kar w pkt. 17.7 uzasadnienia.

(583) Jednocześnie zgodnie z art. 113j u.o.k.k. wniosek złożony przez przedsiębiorcę obejmuje również jego osoby zarządzające. W przypadku zastosowania art. 113c u.o.k.k. Prezes Urzędu

obniża karę pieniężną nakładaną na te osoby na tych samych zasadach, na jakich kara zostaje obniżona w stosunku do przedsiębiorcy.

Zastosowanie prawa w niniejszej sprawie

- (584) Jak omówione zostało wcześniej, w sprawie został złożony wniosek w ramach programu łagodzenia kar przez Dahua. Pan Artur Prusinowski (Dahua) i pan Andrzej Jarzyna (Dahua) byli osobami zarządzającymi w tym podmiocie. W konsekwencji Prezes Urzędu stwierdził, że wniosek objął te osoby.
- (585) Z uwagi na to, że Prezes Urzędu uznał, że Dahua nie spełniła wszystkich przesłanek do odstąpienia od nałożenia kary, jak i jej obniżenia, pan Artur Prusinowski (Dahua) i pan Andrzej Jarzyna (Dahua) nie mogą być beneficjentem programu łagodzenia kar.
- (586) Natomiast w przypadku Pana Artura Prusinowskiego, jak zostało wyjaśnione powyżej, równoległe Prezes Urzędu uznał, że przedstawione wyjaśnienia i dowody w ramach nieuwzględnionego wniosku *leniency*, stanowią podstawę do obniżenia wysokości nakładanej kary w ramach przesłanki łagodzącej w postaci współpracy z Prezesem Urzędu [patrz akapit (482) oraz (557) decyzji].

18.9. Wymiar kar

- (587) W podsumowaniu uwag poczynionych wyżej, Prezes Urzędu uznał, że karami, które będą odznaczały się dolegliwością dla uczestników naruszenia i będą stanowiły adekwatną reakcję państwa na naruszenie prawa, nie prowadząc jednocześnie do przekształcenia represyjnego charakteru kar pieniężnych za naruszenia reguł konkurencji oraz za naruszenia interesów innych uczestników w kary zbyt daleko idące, będą kary wymierzone w następujący sposób:

Osoba zarządzająca	Nalożona kara
Artur Prusinowski	245 000,00 zł
Andrzej Jarzyna	75 000,00 zł
Dariusz Kondraciuk	100 000,00 zł
Piotr Bąchorek	85 000,00 zł
Paweł Zemła	42 500,00 zł
Zbigniew Dąbrowski	148 750,00 zł
Mateusz Kurowski	42 875,00 zł

- (588) W konsekwencji Prezes Urzędu orzekł jak w pkt X-XVI sentencji decyzji.

19. Koszty postępowania

Ramy prawne

- (589) Zgodnie z art. 77 ust. 1 u.o.k.k., jeżeli w wyniku postępowania Prezes Urzędu stwierdził naruszenie przepisów ustawy, przedsiębiorca, który dopuścił się tego naruszenia oraz osoba zarządzająca, o której mowa w art. 6a u.o.k.k., są obowiązani ponieść koszty postępowania. Natomiast zgodnie z art. 80 u.o.k.k., Prezes Urzędu rozstrzyga o kosztach w drodze postanowienia, które może być zamieszczone w decyzji kończącej postępowanie.
- (590) Z przepisów u.o.k.k. nie wynika wprost, co składa się na koszty postępowania, o których mowa w art. 77 u.o.k.k. Jednocześnie jednak art. 83 u.o.k.k. zawiera generalne odesłanie w sprawach nieuregulowanych do przepisów k.p.a. W konsekwencji należy przyjąć, że zakres tych kosztów wyznacza art. 263 § 1 k.p.a. i uznać za nie: (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. Stosownie do art. 264 § 1 k.p.a. jednocześnie z wydaniem decyzji organ administracji publicznej ustali w drodze postanowienia wysokość kosztów postępowania, osoby zobowiązane do ich poniesienia oraz termin i sposób ich uiszczenia.

Zastosowanie prawa w niniejszej sprawie

- (591) W pkt I oraz pkt III-IX sentencji niniejszej decyzji stwierdzono naruszenie przepisów ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów przez wskazanych tam przedsiębiorców oraz osoby zarządzające. Na koszty postępowania składały się m.in. wydatki związane z doręczaniem stronom, w odniesieniu do których stwierdzono naruszenie, pism urzędowych, które wyniosły w odniesieniu do:
1. Dahua Technology Poland sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie – **233,71 zł** (słownie: dwieście trzydzieści trzy złote siedemdziesiąt jeden groszy)
 2. Alkam Security spółka z ograniczoną odpowiedzialnością sp. k. z siedzibą w Jabłonnej – **33,51 zł** (słownie: trzydzieści trzy złote pięćdziesiąt jeden groszy);
 3. „Alpol” sp. z o.o. z siedzibą w Katowicach – **213,31 zł** (słownie: dwieście trzynaście złotych trzydzieści jeden groszy);
 4. Eltrox sp. z o.o. z siedzibą w Częstochowie (dawniej: E-commerce Partners sp. z o.o. z siedzibą w Częstochowie) – **204,11 zł** (słownie: dwieście cztery złote jedenaście groszy);

5. Moniki Matysiak, prowadzącej działalność gospodarczą pod firmą „Delta - Opti Monika Matysiak” w Poznaniu – **176,51 zł** (słownie: sto siedemdziesiąt sześć złotych pięćdziesiąt jeden groszy);
 6. Marcina Gradzewicza, prowadzącego działalność gospodarczą pod firmą „TECHGLOBAL Marcin Gradzewicz (wspólnik spółki cywilnej)” w Gdańsku – **194,91 zł** (słownie: sto dziewięćdziesiąt cztery złote dziewięćdziesiąt jeden groszy);
 7. Michała Gałęzowskiego, prowadzącego działalność gospodarczą pod firmą „TECHGLOBAL Michał Gałęzowski (wspólnik spółki cywilnej)” w Gdańsku – **167,41 zł** (słownie: sto sześćdziesiąt siedem złotych czterdzieści jeden groszy);
 8. Artura Prusinowskiego – **110,21 zł** (słownie: sto dziesięć złotych dwadzieścia jeden groszy);
 9. Andrzeja Jarzyny – **156,11 zł** (słownie: sto pięćdziesiąt sześć złotych jedenaście groszy);
 10. Dariusza Kondraciuka – **156,11 zł** (słownie: sto pięćdziesiąt sześć złotych jedenaście groszy);
 11. Piotra Bąchorka – **137,81 zł** (słownie: sto trzydzieści siedem złotych osiemdziesiąt jeden groszy);
 12. Pawła Zemły – **137,81 zł** (słownie: sto trzydzieści siedem złotych osiemdziesiąt jeden groszy);
 13. Zbigniewa Dąbrowskiego – **177,11 zł** (słownie: sto siedemdziesiąt siedem złotych jedenaście groszy);
 14. Mateusza Kurowskiego – **156,11 zł** (słownie: sto pięćdziesiąt sześć złotych jedenaście groszy).
- (592) Mając na względzie uwagi przedstawione wcześniej Prezes Urzędu postanowił o obciążeniu wskazanych wyżej stron postępowania tymi kosztami.
- (593) Koszty postępowania należy uiścić w terminie **14 dni od daty uprawomocnienia się niniejszej decyzji** na konto Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów:
- NBP O/O Warszawa 51 1010 1010 0078 7822 3100 0000**
- (594) Przy dokonywaniu wpłaty należy dopisać numer decyzji Prezesa Urzędu stanowiącej podstawę jej dokonania.

20. Inne pouczenia

(595) Zgodnie z art. 112 ust. 3 u.o.k.k. **karę pieniężną należy uiścić w terminie 14 dni od dnia uprawomocnienia się niniejszej decyzji.** Karę należy uiścić na konto Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów:

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

(596) Przy dokonywaniu wpłaty należy dopisać numer decyzji Prezesa Urzędu stanowiącej podstawę jej dokonania.

(597) Zgodnie z art. 81 ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów w związku z art. 479²⁸ § 2 ustawy z dnia 17 listopada 1964 r. Kodeks postępowania cywilnego od decyzji przysługuje odwołanie do Sądu Okręgowego w Warszawie – Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów, za pośrednictwem Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów, w terminie miesiąca od dnia doręczenia niniejszej decyzji.

(598) W przypadku kwestionowania wyłącznie postanowienia o kosztach postępowania, na podstawie art. 264 § 2 kodeksu postępowania administracyjnego w związku z art. 83 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, jak również stosownie do art. 81 ust. 5 tej ustawy w związku z art. 479³² § 1 oraz 2 Kodeksu postępowania cywilnego, stronie przysługuje zażalenie do Sądu Okręgowego w Warszawie – Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów, za pośrednictwem Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów, w terminie tygodnia od dnia doręczenia niniejszej decyzji z postanowieniem.

(599) 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 2023 r. poz. 1144 ze zm.), odwołanie od decyzji Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów podlega opłacie stałej w kwocie 1000 zł, a zażalenie na postanowienie Prezesa Urzędu w kwocie 500 zł.

(600) 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. 102 ust. 1 ustawy o kosztach sądowych w sprawach cywilnych zwolnienia od kosztów sądowych może się domagać osoba fizyczna, jeżeli złoży oświadczenie, z którego wynika, że nie jest w stanie ich ponieść bez uszczerbku utrzymania koniecznego dla siebie i rodziny lub ich poniesienie narazi ją na taki uszczerbek. Zgodnie z art. 105 ust. 1 ustawy o kosztach sądowych w sprawach cywilnych, wniosek o przyznanie zwolnienia od kosztów sądowych należy zgłosić na piśmie lub ustnie do protokołu w sądzie, w którym sprawa ma być wytoczona lub już się toczy.

(601) Zgodnie z art. 117 § 1 Kodeksu postępowania cywilnego strona zwolniona przez sąd od kosztów sądowych w całości lub części, może domagać się ustanowienia adwokata lub radcy prawnego. Zgodnie z art. 117 § 2 Kodeksu postępowania cywilnego osoba fizyczna, niezwolniona przez sąd od kosztów sądowych, może się domagać ustanowienia adwokata lub radcy prawnego, jeżeli złoży oświadczenie, z którego wynika, że nie jest w stanie ponieść kosztów wynagrodzenia adwokata lub radcy prawnego bez uszczerbku utrzymania koniecznego dla siebie i rodziny. Zgodnie z art. 117 § 3 Kodeksu postępowania cywilnego osoba prawna lub inna jednostka organizacyjna, której ustawa przyznaje zdolność sądową, niezwolniona przez sąd od kosztów sądowych, może się domagać ustanowienia adwokata lub radcy prawnego, jeżeli wykaże, że nie ma dostatecznych środków na poniesienie kosztów wynagrodzenia adwokata lub radcy prawnego. Zgodnie z art. 117 § 4 Kodeksu postępowania cywilnego 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. Osoba fizyczna, która nie ma miejsca zamieszkania w siedzibie tego sądu, może złożyć wniosek o ustanowienie adwokata lub radcy prawnego w sądzie rejonowym właściwym ze względu na miejsce swego zamieszkania, który niezwłocznie przesyła ten wniosek sądowi właściwemu.

*Z upoważnienia
Prezesa Urzędu Ochrony
Konkurencji i Konsumentów
Dyrektor Departamentu Ochrony Konkurencji
Anna Sekinda-Maicka*