



**PREZES
URZĘDU OCHRONY
KONKURENCJI I KONSUMENTÓW**

TOMASZ CHRÓSTNY

DOK-2.410.1.19.PG

Warszawa, 27 sierpnia 2021 r.

DECYZJA NR DOK-4/2021

- I.** Na podstawie art. 10 ust. 1 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (tekst jednolity: Dz. U. z 2021 r., poz. 275) oraz art. 3 ust. 1 i art. 5 Rozporządzenia Rady UE nr 1/2003 z dnia 16 grudnia 2002 r. w sprawie wprowadzenia w życie reguł konkurencji ustanowionych w art. 81 i 82 Traktatu ustanawiającego Wspólnotę Europejską (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 detalicznej sprzedaży suplementów diety zawarcie, na krajowym rynku hurtowej sprzedaży suplementów diety, przez Solgar Polska sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie z przedsiębiorcami prowadzącymi sprzedaż detaliczną produktów wprowadzanych do obrotu na terytorium Rzeczypospolitej Polskiej przez Solgar Polska sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie, 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 (Dz. U. z 2009 r., nr 203, poz. 1569, wersja skonsolidowana Dz. Urz. UE C 202 z 7.6.2016 r., s. 1–388), polegającego na uzgadnianiu minimalnych detalicznych cen odsprzedaży produktów wprowadzanych do obrotu na terytorium Rzeczypospolitej Polskiej przez Solgar Polska sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie, 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.
- II.** Na podstawie art. 10 ust. 2 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (tekst jednolity: Dz. U. z 2021 r., poz. 275) 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 nakazuje Solgar Polska sp. z o.o. z

siedzibą w Warszawie zaniechanie praktyki, o której mowa w pkt I sentencji niniejszej decyzji, w zakresie, w jakim nie została ona zaniechana.

- III.** Na podstawie art. 106 ust. 1 pkt 1 i 2 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (tekst jednolity: Dz. U. z 2021 r., poz. 275) 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 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów oraz w art. 101 ust. 1 lit. a Traktatu o funkcjonowaniu Unii Europejskiej (Dz. U. z 2009 r., nr 203, poz. 1569, wersja skonsolidowana Dz. Urz. UE C 202 z 7.6.2016 r., s. 1–388), w sposób, o którym mowa w pkt I sentencji niniejszej decyzji, nakłada na Solgar Polska sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie karę pieniężną w wysokości 1 251 734,76 zł (słownie: jeden milion dwieście pięćdziesiąt jeden tysięcy siedemset trzydzieści cztery złote siedemdziesiąt sześć groszy), płatną do budżetu państwa.
- 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 (tekst jednolity: Dz. U. z 2021 r., poz. 275), Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów stwierdza, że p. Grażyna Durkiewicz, przez swoje umyślne działanie i zaniechanie dopuściła do naruszenia przez Solgar Polska sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie art. 6 ust. 1 pkt 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów oraz art. 101 ust. 1 lit. a Traktatu o funkcjonowaniu Unii Europejskiej (Dz. U. z 2009 r., nr 203, poz. 1569, wersja skonsolidowana Dz. Urz. UE C 202 z 7.6.2016 r., s. 1–388), w sposób, o którym mowa w pkt I 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 (tekst jednolity: Dz. U. z 2021 r., poz. 275), Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów stwierdza, że p. Barbara Szymaniak, przez swoje umyślne działanie i zaniechanie dopuściła do naruszenia przez Solgar Polska sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie art. 6 ust. 1 pkt 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów oraz art. 101 ust. 1 lit. a Traktatu o funkcjonowaniu Unii Europejskiej (Dz. U. z 2009 r., nr 203, poz. 1569, wersja skonsolidowana Dz. Urz. UE C 202 z 7.6.2016 r., s. 1–388), w sposób, o którym mowa w pkt I sentencji niniejszej decyzji.
- VI.** Na podstawie art. 106a ust. 1 i 2 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (tekst jednolity: Dz. U. z 2021 r., poz. 275), Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów z tytułu odpowiedzialności, o której mowa w art. 6a ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, w zakresie o którym mowa w pkt IV sentencji niniejszej decyzji, nakłada na p.

Grażynę Durkiewicz karę pieniężną w wysokości 187 500,00 zł (słownie: sto osiemdziesiąt siedem tysięcy pięćset złotych), płatną do budżetu państwa.

VII. Na podstawie art. 106a ust. 1 i 2 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (tekst jednolity: Dz. U. z 2021 r., poz. 275), Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów z tytułu odpowiedzialności, o której mowa w art. 6a ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, w zakresie o którym mowa w pkt V sentencji niniejszej decyzji, nakłada na p. Barbarę Szymaniak, karę pieniężną w wysokości 93 750,00 zł (słownie: dziewięćdziesiąt trzy tysiące siedemset pięćdziesiąt złotych), płatną do budżetu państwa.

VIII. Na podstawie art. 77 ust. 1 oraz art. 80 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (tekst jednolity: Dz. U. z 2021 r., poz. 275) oraz na podstawie art. 263 § 1 i art. 264 § 1 ustawy z dnia 14 czerwca 1960 r. - Kodeks postępowania administracyjnego (t.j.: Dz. U. z 2021 r., poz. 735), w związku z art. 83 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów obciąża kosztami postępowania antymonopolowego:

1. Solgar Polska sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie w kwocie 164,00 zł (słownie: sto sześćdziesiąt cztery złote);
2. p. Grażynę Durkiewicz w kwocie 138,50 zł (słownie: sto trzydzieści osiem złotych pięćdziesiąt groszy);
3. p. Barbarę Szymaniak w kwocie 138,50 zł (słownie: sto trzydzieści osiem złotych pięćdziesiąt groszy);

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

UZASADNIENIE

- (1) Postępowanie antymonopolowe w sprawie, której dotyczy niniejsza decyzja, zostało wszczęte po uprzednim przeprowadzeniu przez Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów (dalej jako: „**Prezes Urzędu**”) postępowania wyjaśniającego o sygnaturze (znak: DOK2-400-10/17/DR), mającego na celu wstępne ustalenie, czy w zakresie dystrybucji produktów marki Solgar mogło dojść do naruszenia przepisów ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (tekst jednolity: Dz. U. z 2021 r., poz. 275 - dalej: „**u.o.k.k**”), uzasadniającego wszczęcie postępowania antymonopolowego, w tym ustalenie, czy sprawa ma charakter antymonopolowy.

- (2) W toku przedmiotowego postępowania wyjaśniającego Prezes Urzędu przeprowadził przeszukanie pomieszczeń i rzeczy Solgar Polska sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie (dalej: „**Solgar Polska**” lub „**Spółka**”).
- (3) Postanowieniem z dnia 25 kwietnia 2019 r. Prezes Urzędu wszczął postępowanie antymonopolowe (znak: DOK2-410.1.19/MUA), przeciwko Solgar Polska, a także przeciwko p. Grażynie Durkiewicz (dalej również jako: „**G. Durkiewicz**”) oraz p. Barbarze Szymaniak (dalej również jako: „**B. Szymaniak**”), w związku z podejrzeniem zawarcia porozumienia w rozumieniu art. 4 pkt 5 u.o.k.k., a zarazem porozumienia lub praktyki uzgodnionej w rozumieniu art. 101 ust. 1 Traktatu o Funkcjonowaniu Unii Europejskiej (Dz. U. z 2009 r., nr. 203, poz. 1569; wersja skonsolidowana Dz. Urz. UE C 202 z 7.6.2016 r., s. 1–388, dalej: „**TFUE**”), polegającego na uzgadnianiu przez Solgar Polska z przedsiębiorcami prowadzącymi sprzedaż detaliczną produktów wprowadzanych do obrotu na terytorium Rzeczypospolitej Polskiej przez Solgar Polska minimalnych detalicznych cen odsprzedaży tych produktów i zawiadomił o tym fakcie jego strony.
- (4) W toku postępowania antymonopolowego strony korzystały z prawa wglądu do akt postępowania antymonopolowego.
- (5) W dniu 30 listopada 2020 r. Prezes Urzędu, zgodnie z określoną w art. 9 ustawy z dnia 14 czerwca 1960 r. – Kodeks postępowania administracyjnego (t.j.: Dz.U. z 2021 r., poz. 735 - 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. Strony skorzystały z powyższej możliwości.
- (6) Pismami z dnia 2 i 3 sierpnia 2021 r. Prezes Urzędu zawiadomił strony o zakończeniu postępowania dowodowego w sprawie oraz o możliwości przedstawienia ostatecznego stanowiska. Strony odniosły się do przedmiotowego zawiadomienia.
- (7) 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 30 lipca 2021 r. Prezes Urzędu przedstawił Komisji przewidywaną decyzję w przedmiotowej sprawie.

- (8) 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.
- (9) Dane osobowe osób niebędących stronami postępowania antymonopolowego zostały zastąpione określeniami ogólnie wskazującymi na funkcję poszczególnych osób w strukturach przedsiębiorców. Firmy przedsiębiorców, którzy nie byli stronami postępowania antymonopolowego, zostały zastąpione określeniami wskazującymi ich rolę.

Prezes Urzędu na podstawie zebranego materiału dowodowego ustalił, co następuje

- (10) Przedmiotem postępowania w niniejszej sprawie jest ocena, pod kątem zawartego w art. 6 ust. 1 pkt 1 u.o.k.k. oraz w art. 101 ust. 1 lit. a TFUE zakazu zawierania porozumień ograniczających konkurencję, ustaleń dokonywanych przez Solgar Polska, w zakresie cen odsprzedaży produktów wprowadzanych do obrotu na terytorium Rzeczypospolitej Polskiej przez Solgar Polska.

1. Strony postępowania

1.1. Solgar Polska

- (11) Solgar Polska, wpisana do rejestru przedsiębiorców Krajowego Rejestru Sądowego prowadzonego przez Sąd Rejonowy dla m. st. Warszawy w Warszawie pod numerem KRS: 0000209961, jest podmiotem prowadzącym działalność w zakresie dystrybucji na terytorium Rzeczypospolitej Polskiej produktów wytwarzanych przez spółkę Solgar Inc. z siedzibą w Leonia (Stany Zjednoczone Ameryki Północnej) (dalej: „**Solgar Inc.**”). Dystrybucja przez Solgar Polska produktów wytwarzanych przez Solgar Inc. polega na ich wprowadzaniu do obrotu na terytorium Rzeczypospolitej Polskiej pod marką Solgar oraz ich odsprzedaży dystrybutorom detalicznym w celu ich dalszej odsprzedaży klientom końcowym. Zgodnie z wyjaśnieniami Spółki, produkty marki Solgar są jedynymi produktami, których dystrybucją zajmuje się Solgar Polska.

Dowody:

- A. informacje i dokumenty, dotyczące działalności Solgar Polska w zakresie dystrybucji produktów marki Solgar¹ (k. 236);
- B. pismo Solgar Polska z dnia 18.02.2019 r. (k. 27-29).
- (12) Prezes Urzędu ustalił, że Solgar Polska [informacja chroniona].

Dowód: pismo Solgar Polska z dnia 07.12.2018 r. (k. 24).

- (13) Jak wynika z informacji zebranych w toku postępowania, Solgar Polska [informacja chroniona], ani [informacja chroniona], ani [informacja chroniona].

Dowody:

- A. informacje i dokumenty, dotyczące działalności Solgar Polska w zakresie dystrybucji produktów marki Solgar² (k. 236);
- B. pismo Solgar Polska z dnia 07.12.2018 r. (k. 24).

1.2. Pani Grażyna Durkiewicz

- (14) Pani Grażyna Durkiewicz od 2004 r. do 2007 r. była Członkiem Zarządu Solgar Polska, natomiast począwszy od 2007 r. pełni funkcję Prezesa Zarządu Solgar Polska.

Dowód: informacja odpowiadająca odpisowi Solgar Polska z Rejestru Przedsiębiorców z dnia 27 lipca 2021 r. (k.1444-1450).

1.3. Pani Barbara Szymaniak

- (15) Pani Barbara Szymaniak jest od 2007 r. Członkiem Zarządu Solgar Polska.

Dowód: informacja odpowiadająca odpisowi Solgar Polska z Rejestru Przedsiębiorców z dnia 27 lipca 2021 r. (k. 1444-1450).

2. Produkty Solgar Polska

- (16) Niniejsze postępowanie dotyczy produktów wytwarzanych przez Solgar Inc., które są wprowadzane do obrotu na terytorium Rzeczypospolitej przez Solgar Polska pod marką Solgar (dalej: „**Produkty Solgar Polska**”).
- (17) Produkty Solgar Polska stanowią suplementy diety w rozumieniu przepisów ustawy z dnia 25 sierpnia 2006 r. *o bezpieczeństwie żywności i żywienia* (t. j. Dz. U. z 2020 r. poz. 2021 ze zm. - dalej: „**Ustawa o Bezpieczeństwie Żywności**”).

¹ Stanowi część pisma Solgar Polska złożonego w odpowiedzi na wezwanie Prezesa Urzędu z dnia 13.06.2018 r. (brak daty), które wpłynęło do Urzędu w dniu 23.07.2018 r. (k.22).

² Stanowi część pisma Solgar Polska złożonego w odpowiedzi na wezwanie Prezesa Urzędu z dnia 13.06.2018 r. (brak daty), które wpłynęło do Urzędu w dniu 23.07.2018 r. (k.22).

Dowód: pismo Solgar Polska z dnia 18.02.2019 r. (k.27).

- (18) Zgodnie z Ustawą o Bezpieczeństwie Żywności suplementy diety są specjalną kategorią środków spożywczych. Odwołując się do definicji legalnej zawartej w ww. ustawie, suplement diety stanowi „środek spożywczy, którego celem jest uzupełnienie normalnej diety, będący skoncentrowanym źródłem witamin lub składników mineralnych lub innych substancji wykazujących efekt odżywczy lub inny fizjologiczny, pojedynczych lub złożonych, wprowadzany do obrotu w formie umożliwiającej dawkowanie, w postaci: kapsulek, tabletek, drażetek i w innych podobnych postaciach, saszetek z proszkiem, ampulek z płynem, butelek z kroplomierzem i w innych podobnych postaciach płynów i proszków przeznaczonych do spożywania w małych, odmierzonych ilościach jednostkowych, z wyłączeniem produktów posiadających właściwości produktu leczniczego w rozumieniu przepisów prawa farmaceutycznego”³.
- (19) Wprowadzenie do obrotu nowego suplementu diety wymaga uprzedniego powiadomienia Głównego Inspektora Sanitarnego (dalej: „GIS”) o zamiarze wprowadzenia takiego nowego produktu do obrotu na terytorium Rzeczypospolitej Polskiej. Środki spożywcze wymagające zgłoszenia do GIS obejmują takie kategorie jak: suplementy diety, żywność wzbogacona (tj. środki spożywcze wzbogacone o witaminy, składniki mineralne lub inne substancje) oraz żywność specjalnego przeznaczenia (t.j. preparaty do początkowego żywienia niemowląt oraz dietetyczne środki spożywcze specjalnego przeznaczenia medycznego)⁴.
- (20) W skład Produktów Solgar Polska wchodzi przede wszystkim witaminy, mikroelementy i zioła. Solgar Polska wskazuje, że wszystkie dystrybuowane przez Spółkę Produkty Solgar Polska były wprowadzane do obrotu na terytorium Polski w latach 2010-2019, jak i wcześniej, jako suplementy diety i Solgar Polska każdorazowo dokonywała takiej ich kwalifikacji w ramach kierowanego do GIS powiadomienia o pierwszym wprowadzeniu do obrotu. Solgar Polska wskazuje ponadto, że wedle jej wiedzy wszystkie wprowadzane przez nią do obrotu produkty marki Solgar są kwalifikowane jako suplementy diety również w miejscu ich produkcji (Stany Zjednoczone), w państwie, w którym są przez nią nabywane [informacja chroniona], jak i w wielu innych państwach członkowskich Unii Europejskiej, w których znajdują się w obrocie.

Dowód: pismo Solgar Polska z dnia 18.02.2019 r. (k. 27).

³ Art. 3 ust. 3 pkt 39 Ustawy o Bezpieczeństwie Żywności.

⁴ Art. 29 ust. 1 Ustawy o Bezpieczeństwie Żywności.

- (21) Produkty Solgar Polska mogą zostać skategoryzowane w ramach **10 grup produktów**, w oparciu o kryteria mieszane (m.in. ze względu na ich skład, ale również ze względu na ich przeznaczenie)⁵, co przedstawiono w Tabeli nr 1:

Tabela nr 1: Kategorie Produktów Solgar Polska

L.P.	GRUPA PRODUKTÓW	ORIENTACYJNA LICZBA PRODUKTÓW SOLGAR POLSKA W DANYM ROKU					PRZYKŁADOWE PRODUKTY
		2012	2014	2015	2017	2019	
1.	Aminokwasy i proteiny	6	9	9	10	10	Amino 75, Karnityna, L-Arginina, L-Teanina
2.	Błonnik/ probiotyki/ trawienie	7	6	6	7	6	Błonnik, Jelitowa flora bakteryjna, Bromelaina
3.	Gold specifics	2	3	3	3	3	Cardiovascular Support, Modulatory glukozy, Modulatory homocysteiny
4.	Koenzym Q	1	1	1	1	1	Nutri-Nano CoQ-10
5.	Minerały	16	17	19	18	19	Cynk, Magnez, Potas, Selen, Wapń, Żelazo
6.	NNKT Omega 3, 6, 9	4	5	4	5	5	Olej z siemienia lnianego, Omega 3, Omega 3-6-9, Pełne Spektrum Omega Łosoś Alaskański
7.	Preparaty dla dzieci	4	4	4	4	4	DHA dla dzieci, Kanguwity – zestaw witamin i składników mineralnych
8.	Suplementy specjalne	15	21	22	23	22	Formuła Włosy, Skóra Paznokcie, Olej z dzikiego oregano, Pestki winogron, Kwas hialuronowy
9.	Witaminy	21	22	25	27	29	Kwas foliowy, Witamina D3, Witaminy z grupy B, Witamina C, Rutyna, Trany

⁵ Tabela przygotowana w oparciu o dane pochodzące z Biuletynów Solgar Polska oraz ze strony internetowej Solgar Polska.

10.	Ziola	11	14	15	16	19	Lucerna, Żurawina Cran Flora, Pokrzywa, Zielona herbata- Green tea
-----	-------	----	----	----	----	----	---

Dowody:

- A. pochodzący z Solgar „Biuletyn Produktów 2012” (k. 1265);
 - B. pochodzący z Solgar „Biuletyn Produktów 2014” (k. 1266);
 - C. pochodzący Solgar „Biuletyn Produktów 2015” (k. 1267);
 - D. pochodzący z Solgar „Biuletyn Produktów 2017” (k. 1268);
 - E. strona internetowa www.solgar.pl, dostęp w dn. 18.11.2019 r.
- (22) Zakres oferty Produktów Solgar Polska, wprowadzanych do obrotu na terytorium Rzeczypospolitej Polski począwszy od 2010 r., ulegał zmianom. Ponadto, nie wszystkie Produkty Solgar Polska w poszczególnych latach były w ciągłej sprzedaży, m.in. z uwagi na braki lub ograniczenia w ich dostępności wynikające z ograniczeń produkcyjnych występujących po stronie producenta.

Dowody:

- A. pochodzący z Solgar Polska dokument „Cennik produktów Solgar dostępnych na rynku polskim obowiązujący od dnia 01.03.2010” (k. 329);
 - B. pochodzący z Solgar Polska dokument „Cennik produktów Solgar dostępnych na rynku polskim listopad 2010” (k. 332);
 - C. pochodzący z Solgar Polska dokument „Cennik produktów Solgar dostępnych na rynku polskim listopad 2010” (k. 335);
 - D. pochodzący z Solgar Polska dokument „Cennik produktów Solgar dostępnych na rynku polskim 2011” (k. 337);
 - E. pochodzący z Solgar Polska dokument „Cennik-Produkty 2012” (k. 340);
 - F. pochodzący z Solgar Polska dokument „Cennik produktów Solgar dostępnych na rynku polskim sierpień 2012” (k. 341);
 - G. pochodzący z Solgar Polska dokument „Cennik – grudzień 2012 - 4” (k.342);
 - H. pochodzący z Solgar Polska dokument „Cennik” (z naniesioną odręcznie na pierwszej stronie w prawym górnym rogu datą: „04.2013”), (k.346);
 - I. pochodzący z Solgar Polska dokument „Cennik produktów od Lutego 2017” (k. 350);
 - J. pismo Solgar Polska z dnia 18.02.2019 r. (k. 27).
- (23) Zgodnie z art. 29 Ustawy o Bezpieczeństwie Żywności, podmiot działający na rynku spożywczym, który wprowadza lub ma zamiar wprowadzić po raz pierwszy do obrotu na

terytorium Rzeczypospolitej Polskiej suplement diety jest obowiązany powiadomić o tym Głównego Inspektora Sanitarnego, który prowadzi rejestr produktów objętych powiadomieniem o pierwszym wprowadzeniu do obrotu na terytorium Rzeczypospolitej Polskiej (dalej: „**Rejestr Produktów GIS**”)⁶. W Rejestrze Produktów GIS, wedle wyciągu przygotowanego przez Solgar Polska (stan na dzień: 13 lutego 2019 r.), figuruje 160 Produktów Solgar Polska, które zostały zgłoszone do ww. rejestru przez Spółkę (w tym również jako podmiot⁷ działający pod firmą NutriSol Medica Sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie). Przykładowo w ofercie Solgar Polska, na dzień 13 lutego 2019 r. znajdowało się tylko 71 Produktów Solgar Polska spośród wszystkich Produktów Solgar Polska zgłoszonych do Rejestru Produktów GIS. Spółka wskazuje, że nie wszystkie Produkty Solgar Polska widniejące w Rejestrze Produktów GIS zostały kiedykolwiek wprowadzone przez Solgar Polska do obrotu – w tym zakresie Spółka wskazała na orientacyjną listę obejmującą 73 takie produkty, które widnieją w Rejestrze Produktów GIS pomimo faktu, że nie były nigdy faktycznie wprowadzone do obrotu na terytorium Rzeczypospolitej Polskiej.

Dowody:

- A. pismo Solgar Polska z dnia 18.02.2019 r. (k. 27);
- B. pochodzący z Solgar Polska dokument „Lista produktów, które znajdują się w rejestrze, ale nie były wprowadzane do obrotu” (k. 357);
- C. pochodzący z Solgar Polska dokument – tabela: „Rejestr produktów objętych powiadomieniem” (k. 359).

(24) Podsumowując, można przedstawić następujące dane dotyczące liczby Produktów Solgar Polska wprowadzanych do obrotu na terytorium Rzeczypospolitej Polskiej począwszy od roku 2010:

Tabela 2: Liczba Produktów Solgar Polska wprowadzanych do obrotu na terytorium Rzeczypospolitej Polskiej

ROK	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Orientacyjna liczba produktów	78	84	86-92	96	102	108	b/d	116	121	118

Dowody:

⁶ Art. 30 ust. 5 Ustawy o Bezpieczeństwie Żywności „Główny Inspektor Sanitarny prowadzi rejestr produktów objętych powiadomieniem o pierwszym wprowadzeniu do obrotu na terytorium Rzeczypospolitej Polskiej, o których mowa w art. 29 ust. 1. Rejestr produktów prowadzony jest w formie elektronicznej i zawiera dane określone na podstawie art. 31 ust. 6 pkt 2 wprowadzone do rejestru w sposób, o którym mowa w art. 29 ust. 4”.

⁷ 24.12.2007 r. doszło do zmiany firmy Spółki na obecną firmę w brzmieniu: „Solgar Polska”.

- A. pismo Solgar Polska z dnia 18.02.2019 r. (k. 27);
- B. pochodzący z Solgar Polska dokument „Lista produktów, które znajdują się w rejestrze, ale nie były wprowadzane do obrotu” (k. 357);
- C. pochodzący z Solgar Polska dokument – tabela: „Rejestr produktów objętych powiadomieniem” (k. 359);
- D. pochodzący z Solgar Polska dokument „Cennik produktów Solgar dostępnych na rynku polskim obowiązujący od dnia 01.03.2010” (k. 329);
- E. pochodzący z Solgar Polska dokument „Cennik produktów Solgar dostępnych na rynku polskim listopad 2010” (k.332);
- F. pochodzący z Solgar Polska dokument „Cennik produktów Solgar dostępnych na rynku polskim listopad 2010” (k. 335);
- G. pochodzący z Solgar Polska dokument „Cennik produktów Solgar dostępnych na rynku polskim 2011” (k. 337);
- H. pochodzący z Solgar Polska dokument „Cennik-Produkty 2012” (k. 340);
- I. pochodzący z Solgar Polska dokument „Cennik produktów Solgar dostępnych na rynku polskim sierpień 2012” (k. 341);
- J. pochodzący z Solgar Polska dokument „Cennik – grudzień 2012 - 4” (k. 342);
- K. pochodzący z Solgar Polska dokument „Cennik”, (z naniesioną odręcznie na pierwszej stronie w prawym górnym rogu datą: „04.2013”), (k. 346);
- L. pochodzący z Solgar Polska dokument „Cennik Produktów od lutego 2017” (k. 350);
- M. pochodzący z Solgar „Biuletyn Produktów 2012” (k. 1265);
- N. pochodzący z Solgar „Biuletyn Produktów 2014” (k. 1266);
- O. pochodzący Solgar „Biuletyn z Produktów 2015” (k. 1267);
- P. pochodzący z Solgar „Biuletyn Produktów 2017” (k. 1268);
- Q. strona internetowa www.solgar.pl, dostęp w dniu 18.11.2019 r.

3. System dystrybucji Produktów Solgar Polska

- (25) Solgar Polska nie posiada własnej sieci sprzedaży detalicznej i nie zajmuje się samodzielnie sprzedażą detaliczną Produktów Solgar Polska klientom końcowym. Spółka współpracuje z niezależnymi przedsiębiorcami odsprzedającymi Produkty Solgar Polska – dystrybutorami detalicznymi, do których należą zarówno przedsiębiorcy prowadzący punkty stacjonarne (apteki i sklepy), jak i przedsiębiorcy prowadzący sprzedaż za pośrednictwem sieci Internet.

Dowód: informacje i dokumenty, dotyczące działalności Solgar Polska w zakresie dystrybucji produktów marki Solgar⁸ (k. 236).

- (26) Dystrybucja Produktów Solgar Polska przez Solgar Polska jest prowadzona w oparciu o współpracę z ograniczoną liczbą aptek, przede wszystkim z uwagi na potrzebę organizacji regularnych szkoleń personelu zatrudnionego w placówkach oferujących Produkty Solgar Polska, a także z uwagi na ograniczone możliwości produkcyjne producenta Solgar Inc.

Dowód: informacje i dokumenty, dotyczące działalności Solgar Polska w zakresie dystrybucji produktów marki Solgar⁹ (k. 236).

- (27) Kontaktami z poszczególnymi dystrybutorami detalicznymi zajmują się głównie przedstawiciele handlowi Solgar Polska, zwani „koordynatorami” oraz pracownicy Działu Telemarketingu Solgar Polska (występującego również pod nazwą: Dział Telefonicznej Obsługi Aptek). W Solgar Polska działają koordynatorzy regionalni odpowiedzialni za współpracę z dystrybutorami należącymi do regionów przyporządkowanych danemu koordynatorowi. Koordynatorzy regionalni podlegają z kolei koordynatorom krajowym, którzy nadzorują czynności wykonywane przez koordynatorów regionalnych. Koordynatorzy przeprowadzają szkolenia dla kierownictwa i pracowników dystrybutorów, na których omawiane są kwestie związane z dystrybucją Produktów Solgar Polska. Koordynatorzy odwiedzają dystrybutorów w różnych odstępach czasu, średnio raz na 4 miesiące. Podczas wizyt koordynatorzy omawiają z pracownikami i kierownictwem dystrybutorów bieżące kwestie organizacyjne i sprzedażowe związane z dystrybucją Produktów Solgar Polska, jak również kontrolują przestrzeganie przez dystrybutorów postanowień umownych. Pracownicy Solgar Polska utrzymują z dystrybutorami również kontakty telefoniczne oraz kontakty za pośrednictwem poczty elektronicznej. Oprócz koordynatorów, kontaktami z dystrybutorami zajmują się również pracownicy Działu Telemarketingu, którzy przesyłają informacje o nowościach, promocjach oraz inne informacje, które mają związek z dystrybucją Produktów Solgar Polska.

Dowody:

- A. informacje i dokumenty, dotyczące działalności Solgar Polska w zakresie dystrybucji produktów marki Solgar¹⁰ (k. 236);
- B. wyjaśnienia [Pracownik Solgar Polska] – koordynatora krajowego Solgar Polska z dnia 27.10.2017 r., odebrane w toku przeszukania Solgar Polska (k. 235).

⁸ Stanowi część pisma Solgar Polska złożonego w odpowiedzi na wezwanie Prezesa Urzędu z dnia 13.06.2018 r. (brak daty), które wpłynęło do Urzędu w dniu 23.07.2018 r. (k.22).

⁹ Stanowi część pisma Solgar Polska złożonego w odpowiedzi na wezwanie Prezesa Urzędu z dnia 13.06.2018 r. (brak daty), które wpłynęło do Urzędu w dniu 23.07.2018 r. (k.22).

¹⁰ Stanowi część pisma Solgar Polska złożonego w odpowiedzi na wezwanie Prezesa Urzędu z dnia 13.06.2018 r. (brak daty), które wpłynęło do Urzędu w dniu 23.07.2018 r. (k. 22).

- (28) Zasady współpracy Spółki z dystrybutorami detalicznymi Produktów Solgar Polska określają pisemne umowy dystrybucyjne.

3.1. Umowy dystrybucyjne

- (29) Umowy dystrybucyjne kształtujące zasady współpracy pomiędzy Solgar Polska a kontrahentami są co do zasady sporządzane według wzorca umownego, modyfikowanego w zależności od wyników indywidualnych negocjacji pomiędzy stronami umowy.
- (30) Od 2010 r. Spółka zawierała z kontrahentami umowy dystrybucyjne. Do marca 2015 r. stosowany był wzorzec umowny „umowa patronacka”. Natomiast od marca 2015 r. stosowany był wzorzec umowny „umowa o współpracy”.

3.1.1. Umowy patronackie

- (31) Z zebranych informacji i dokumentów wynika, że w latach 2010-2015, Solgar Polska zawierała ze swoimi kontrahentami „umowy patronackie”. W treści „załącznika nr 3” do umów patronackich zawarte były postanowienia umowne regulujące kwestie wysokości cen detalicznych. Zgodnie z tymi postanowieniami kontrahenci Solgar Polska mieli przestrzegać, by stosowane przez nich ceny detaliczne produktów były równe „sugerowanym” cenom detalicznym producenta, publikowanym w „Cenniku Sugerowanych Cen Producenta”:

„§ 5 Strony zgodnie oświadczają, iż wezmą pod uwagę aby ceny produktów spółki Solgar sprzedawane poprzez katalog, jak i poprzez internet były równe sugerowanym cenom detalicznym producenta publikowanym w Cenniku Sugerowanych Cen Producenta.”

- (32) Postanowienia umowne zawarte w treści „załącznika nr 3” do umów patronackich zawierały również zobowiązanie dystrybutorów (sprzedających), by nie prowadzić sprzedaży detalicznej Produktów Solgar Polska w ramach programów lojalnościowych organizowanych przez sprzedającego, jeżeli mogłoby to skutkować obniżką sugerowanej ceny detalicznej, w sprzedaży katalogowej lub internetowej:

„§ 6 Sprzedający produkty spółki Solgar oświadcza, iż produkty spółki Solgar nie będą sprzedawane w ramach żadnych programów lojalnościowych organizowanych przez sprzedającego, które mogłyby skutkować, w sprzedaży katalogowej lub internetowej, obniżką sugerowanej ceny detalicznej.”

Dowody do akapitów (31) i (32):

- A. informacje i dokumenty, dotyczące działalności Solgar Polska w zakresie dystrybucji produktów marki Solgar¹¹ (k.236);
- B. załącznik nr 3 do umowy nr 363/11/2013 zawartej w dniu 25.11.2013 r. pomiędzy Solgar Polska a [Partner] (k. 1127-1134);
- C. załącznik nr 3 do umowy nr 399/05/2014 zawartej w dniu 15.05.2014 r. pomiędzy Solgar Polska a [Partner] (k. 1042-1049);
- D. załączniki nr 3 do umów wskazanych jako dowody w akapitach (236) oraz (248) decyzji.

3.1.2. Umowy o współpracę

- (33) W 2015 r. „umowy patronackie” zostały zastąpione „umowami o współpracę”, a tym samym treść uprzednio zawartych „umów patronackich” została zmieniona zgodnie z nowym wzorcem umownym. W „umowach o współpracę” nie znalazły się odpowiedniki ww. postanowień, ujętych wcześniej w „załączniku nr 3” do „umów patronackich”.

3.2. Informowanie dystrybutorów detalicznych o cenach odsprzedaży (cenniki i biuletyny)

- (34) Pozyskane przez Prezesa Urzędu informacje wskazują, że w latach 2010-2017 Solgar Polska informowała dystrybutorów detalicznych o wysokości cen odsprzedaży Produktów Solgar Polska dla klientów detalicznych przekazując dystrybutorom cenniki oraz biuletyny. Ponadto, Spółka informowała o aktualnych poziomach cen odsprzedaży dla klientów detalicznych również na bieżąco, w kontaktach *ad hoc*, udzielając odpowiedzi na konkretne zapytania kontrahentów dotyczące aktualnych poziomów detalicznych cen odsprzedaży.
- (35) Cenniki przekazywane kontrahentom przez Solgar Polska oprócz zestawienia cen hurtowych Produktów Solgar Polska obejmowały również ceny odsprzedaży Produktów Solgar Polska dla klientów detalicznych. Cenniki przybierały zasadniczo dwie formy: cenników o charakterze podstawowym oraz cenników zawartych w arkuszach zamówień. W przypadku cenników podstawowych ceny odsprzedaży Produktów Solgar Polska dla klientów detalicznych były oznaczane jako „*sugerowana cena dla pacjenta*”, z kolei w przypadku cenników zawartych w arkuszach zamówień jako „*dla pacjenta*”. Ponadto, wszyscy kontrahenci otrzymywali cenniki o takiej samej treści [informacja chroniona]. Cenniki o charakterze podstawowym były przekazywane dystrybutorom detalicznym w różnych okolicznościach: przekazywane wraz z projektem umowy, wręczane osobiście podczas wizyt przedstawicieli handlowych Solgar Polska w placówkach dystrybutorów, wręczane osobiście przy zaopatrzeniu placówek dystrybutorów w towar, przesyłane drogą elektroniczną, gdy

¹¹ Stanowi część pisma Solgar Polska złożonego w odpowiedzi na wezwanie Prezesa Urzędu z dnia 13.06.2018 r. (brak daty), które wpłynęło do Urzędu w dniu 23.07.2018 r. (k. 22).

zmieniały się ceny lub portfolio dostępnych produktów, a także przekazywane w przypadkach konkretnych zapytań kontrahentów o aktualne ceny. Ponadto kontrahenci otrzymywali na bieżąco drogą elektroniczną cenniki zawarte w arkuszach zamówień, które służyły ułatwieniu składania zamówień. Arkusze występowały w postaci tzw. „arkuszy promocji”, przesyłanych w okresach promocji oraz tzw. „arkuszy bez promocji”, przesyłanych na żądanie kontrahenta lub razem z informacją o promocji.

Dowody:

- A. pochodzący z Solgar Polska dokument „Informacje i dokumenty, dotyczące działalności Solgar Polska sp. z o.o. w zakresie dystrybucji produktów marki Solgar” (k. 236);
- B. pismo Solgar Polska z dnia 07.12.2018 r. (k. 23);
- C. cennik załączony do pochodzącej z Solgar Polska wiadomości e-mail z dnia 18.12.2015 r. przesłanej przez [Partner] do pracownicy Solgar Polska [Pracownik Solgar Polska], tytuł: „Re:Solgar – promocja 14-18.12.2015 + uzupełnienie advanced 40+, imbir, modulatory homocysteiny” (k. 722);
- D. pochodząca z Solgar korespondencja mailowa z dnia 21.11.2016 r. pomiędzy [Partner] a pracownikiem Solgar Polska [Pracownik Solgar Polska] (k. 575);
- E. pochodzący z Solgar Polska dokument „Cennik produktów Solgar dostępnych na rynku polskim obowiązujący od dnia 01.03.2010” (k. 329);
- F. pochodzący z Solgar Polska dokument „Cennik produktów Solgar dostępnych na rynku polskim listopad 2010” (k. 332);
- G. pochodzący z Solgar Polska dokument „Cennik produktów Solgar dostępnych na rynku polskim listopad 2010” (k. 335);
- H. pochodzący z Solgar Polska dokument „Cennik produktów Solgar dostępnych na rynku polskim 2011” (k. 337);
- I. pochodzący z Solgar Polska dokument „Cennik-produkty 2012” (k. 340);
- J. pochodzący z Solgar Polska dokument „Cennik produktów Solgar dostępnych na rynku sierpień 2012” (k. 341);
- K. pochodzący z Solgar Polska dokument „Cennik – grudzień 2012 - 4” (k. 342);
- L. pochodzący z Solgar Polska dokument „Cennik” (z naniesioną odręcznie na pierwszej stronie w prawym górnym rogu datą: „04.2013”), (k. 346);
- M. pochodzący z Solgar Polska dokument „Cennik produktów od lutego 2017” (k. 350);
- N. pochodzące z Solgar Polska dokumenty całość pakietu Solgar oraz Arkusz bez Promocji (k. 374 - 378) oraz k. (405-406).

- (36) Oprócz cenników, Spółka przekazywała kontrahentom biuletyny Produktów Solgar Polska, które obejmowały również ceny odsprzedaży tych produktów dla klientów detalicznych oznaczone jako: „*ceny sugerowane dla pacjenta*”. Biuletyny były wręczane osobiście podczas wizyt u kontrahentów lub wysyłane pocztą. Były one przekazywane co roku lub na żądanie kontrahenta.

Dowody:

- A. pochodzący z Solgar Polska dokument „Informacje i dokumenty, dotyczące działalności Solgar Polska w zakresie dystrybucji produktów marki Solgar¹²” (k. 236);
 - B. pismo Solgar Polska z dnia 07.12.2018 r. (k.23);
 - C. pochodzący z Solgar „Biuletyn Produktów 2012” (k. 1265);
 - D. pochodzący z Solgar „Biuletyn Produktów 2014” (k. 1266);
 - E. pochodzący Solgar „Biuletyn z Produktów 2015” (k.1267);
 - F. pochodzący z Solgar „Biuletyn Produktów 2017” (k. 1268).
- (37) Wysokość cen hurtowych i detalicznych była ustalana przez Zarząd Solgar Polska. Podstawowym sposobem określania hurtowych cen sprzedaży było dodanie marży do ceny zakupu przez Solgar Polska produktów marki Solgar od importera w [informacja chroniona]. Ww. narzut był określany w relacji do kosztów uzyskania przychodu. Z kolei cena detaliczna była ustalana przez Solgar Polska w oparciu o hurtową cenę sprzedaży dla dystrybutorów detalicznych – do tej ceny dodawany był narzut dystrybutora ustalany w oparciu o wiedzę rynkową na temat poziomu marż stosowanych przez niektóre apteki dla suplementów diety. Marża detaliczna mogła być wyższa w okresach promocyjnych, z uwagi na stosowanie przez Spółkę w tych okresach dodatkowych rabatów od hurtowych cen sprzedaży dla dystrybutorów detalicznych. W praktyce niepromocyjny narzut dystrybutora wynosił ok. [informacja chroniona]. Cena detaliczna netto była powiększana o 8% VAT, a cena detaliczna brutto była następnie zaokrąglana w dół do pełnego złotego.

Dowody:

- A. pochodzący z Solgar Polska dokument „Informacje i dokumenty¹³, dotyczące działalności Solgar Polska sp. z o.o. w zakresie dystrybucji produktów marki Solgar” (k. 236);
- B. pismo Solgar Polska z dnia 07.12.2018 r. (k.23).

¹² Stanowi część pisma Solgar Polska złożonego w odpowiedzi na wezwanie Prezesa Urzędu z dnia 13.06.2018 r. (brak daty), które wpłynęło do Urzędu w dniu 23.07.2018 r. (k.22).

¹³ Stanowi część pisma Solgar Polska złożonego w odpowiedzi na wezwanie Prezesa Urzędu z dnia 13.06.2018 r. (brak daty), które wpłynęło do Urzędu w dniu 23.07.2018 r. (k. 22).

4. Działania Solgar Polska będące przedmiotem niniejszej decyzji

- (38) Prezes Urzędu ustalił, że w ramach systemu dystrybucji Produktów Solgar Polska, Spółka ustalała z dystrybutorami detalicznymi minimalne detaliczne ceny odsprzedaży tych produktów, tj. ceny poniżej których dystrybutorzy nie mogli odsprzedawać Produktów Solgar Polska.
- (39) Okoliczności sprawy wskazują, że *cenę „dla pacjenta”* oraz *„sugerowane ceny dla pacjenta”* umieszczane w przekazywanych dystrybutorom detalicznym przez Solgar Polska cennikach i biuletynach, w istocie stanowiły ceny, poniżej których dystrybutorzy nie mogli odsprzedawać Produktów Solgar Polska.
- (40) Tym samym, Solgar Polska ustalała z dystrybutorami detalicznymi Produktów Solgar Polska stosowanie detalicznych cen odsprzedaży tych produktów nie niższych niż ceny określone jako *„dla pacjenta”* lub *„sugerowane ceny dla pacjenta”*, przekazywane dystrybutorom (za pomocą cenników i biuletynów) przez Solgar Polska.
- (41) Na ustalenie minimalnych cen odsprzedaży Produktów Solgar Polska dla klientów detalicznych pomiędzy Solgar Polska a dystrybutorami detalicznymi wskazują okoliczności, które zostaną szczegółowo omówione poniżej.

4.1. Ustalenia dotyczące stosowania minimalnych detalicznych cen odsprzedaży Produktów Solgar Polska

- (42) Z ustaleń Prezesa Urzędu wynika, że w okresie co najmniej od marca 2010 r. do przynajmniej 24 października 2017 r. Solgar Polska i dystrybutorzy detaliczni ustalali stosowanie detalicznych cen odsprzedaży w wysokości nie niższej od cen odsprzedaży określanych przez Solgar Polska w cennikach i biuletynach.
- (43) **W pierwszym okresie (od marca 2010 r. do marca 2015 r.)** ustalenia pomiędzy Solgar Polska a dystrybutorami detalicznymi dotyczące stosowania określonych przez Solgar Polska minimalnych cen odsprzedaży wynikały przede wszystkim z postanowień umownych zawartych w tzw. „umowach patronackich” zawieranych przez dystrybutorów detalicznych z Solgar Polska. Ww. „umowy patronackie” regulowały wprost kwestie dopuszczalnego poziomu cen odsprzedaży (zob. punkt 3.1.1 – *„Umowy patronackie”*). Dodatkowo porozumienie wspierane było przez działania o charakterze nieformalnym oparte na kontaktach e-mailowych, telefonicznych a także bezpośrednich spotkaniach. Z marca 2010 r. pochodzą pierwsze znajdujące się w materiale dowodowym cenniki zawierające detaliczne ceny *„dla pacjenta”*.

- (44) **W drugim okresie (w latach od marca 2015 r. do przynajmniej 24 października 2017 r.)** ustalenia pomiędzy Solgar Polska a dystrybutorami detalicznymi dotyczące stosowania określonych przez Solgar minimalnych cen odsprzedaży przybrały charakter wyłącznie nieformalny. W marcu 2015 r. doszło do zastąpienia „umów patronackich” nowymi „umowami o współpracy”, które nie zawierały już postanowień dotyczących stosowania określonych detalicznych cen odsprzedaży. Pomimo zmiany treści wzorca umownego w marcu 2015 r., Solgar Polska i dystrybutorzy detaliczni Produktów Solgar Polska w dalszym ciągu realizowali poczynione wcześniej ustalenia.
- (45) Ponadto, następujące fakty wskazują, że Solgar Polska wraz z dystrybutorami detalicznymi ustalała minimalne ceny detaliczne odsprzedaży Produktów Solgar Polska.
- (46) Dystrybutorzy detaliczni oraz pracownicy Solgar Polska wprost odwoływali się do istniejących ustaleń pomiędzy Solgar Polska a dystrybutorami detalicznymi dotyczących stosowania minimalnych detalicznych cen odsprzedaży Produktów Solgar Polska. Dla określenia poczynionych ustaleń używane były różne sformułowania, w tym m.in.: „*warunki umowy/ współpracy*” (Dowód A i B), „*utrzymywanie cen*” (Dowód A), „*strategia ujednoliconych cen*” (Dowód C), „*umowa*” (Dowód D, E i F), „*zasady*” (Dowód A), „*polityka cenowa*” (Dowód B i G) czy też „*współpraca*” (Dowód B).

Dowody:

- A. pochodzący z Solgar Polska „Raport z wizyt w dniach 18-19.12.2014 r. z aptek w Krakowie” sporządzony przez koordynatora Solgar Polska [Pracownik Solgar Polska] wraz z e-mailami z dnia 22.12.2014 r. od [Pracownik Solgar Polska] do [Pracownik Solgar Polska], od [Pracownik Solgar Polska] do B. Szymaniak, od B. Szymaniak (Członek Zarządu Solgar Polska) do G. Durkiewicz (Prezes Zarządu Solgar Polska) i [Pracownik Solgar Polska] (Członek Zarządu Solgar Polska) (k. 65-70);
- B. pochodząca z Solgar Polska wiadomość e-mail z dnia 06.07.2011 r. od [Pracownik Solgar Polska] do B. Szymaniak, temat: „Fw: Łamanie warunków współpracy” wraz z przekazaną wiadomością e-mail z dnia 06.07.2011 r. od [Partner] do [Pracownik Solgar Polska] (k. 422);
- C. pochodząca z Solgar Polska wiadomość e-mail z dnia 15.04.2016 r. od [Partner] do G. Durkiewicz, temat: „ceny Solgar” i pochodząca z Solgar Polska wiadomość e-mail z dnia 18.04.2016 r. od Prezes Zarządu Solgar Polska [G. Durkiewicz] do Członka Zarządu Solgar Polska B. Szymaniak, temat: „Fwd: ceny Solgar” (k. 75);
- D. pochodząca z Solgar Polska wiadomość e-mail z dnia 21.09.2015 r. od [Partner] do koordynatora Solgar Polska [Pracownik Solgar Polska] (brak tematu) (k. 74);
- E. pochodząca z Solgar Polska wiadomość e-mail z dnia 27.12.2011 r. od [Pracownik Solgar Polska] do B. Szymaniak, temat: „Fw: współpraca” [pisownia oryginalna] wraz z przekazaną wiadomością e-mail z dnia 27.12.2011 r. od [Partner] do [Pracownik Solgar Polska] (k. 421);

- F. pochodząca z Solgar Polska wiadomość e-mail z dnia 25.11.2016 r. od [Pracownik Solgar Polska] do [Pracownik Solgar Polska] temat: „Fwd: łamanie umowy – pilne!!!!” [pisownia oryginalna] wraz z przekazaną wiadomością e-mail z dnia 25.11.2016 r. z adresu [informacja chroniona] do [Pracownik Solgar Polska], temat: „łamanie umowy – pilne!!!! (k. 578);
- G. pochodząca z Solgar Polska wiadomość e-mail z dnia 21.07.2016 r. od [Pracownik Solgar Polska] do [Pracownik Solgar Polska], temat: „Fwd: Re: Solgar-punkty 11.2015 – 04.2016” wraz z przekazaną wiadomością e-mail z dnia 21.07.2016 r. od [Partner] do [Pracownik Solgar Polska], temat: „Re: Solgar-punkty 11.2015 – 04.2016” oraz dalszą korespondencją pomiędzy [Pracownik Solgar Polska] a [Partner] z okresu 13-21.07. 2016 r. (k. 552).

(47) Również sami dystrybutorzy detaliczni przyznawali, że ustalenia, odnośnie do minimalnego poziomu cen odsprzedaży Produktów Solgar, im odpowiadają i stosują się do nich. Przedstawiciel handlowy Solgar Polska w następujący sposób opisał rozmowę z jednym z dystrybutorów detalicznych Produktów Solgar Polska: *„W godzinach popołudniowych 18.12.2014 r. umówiłem się na spotkanie z panem [Partner] – kierownik (właściciel). (...) Po rozmowie i wyjaśnieniu warunków współpracy zapewnił mnie, iż bardzo mu odpowiada utrzymywanie sugerowanej ceny dla pacjenta i będzie się stosował do stałych cen (...)”* (Dowód A). Dowodem na okoliczność istnienia ustaleń oraz ich akceptacji przez dystrybutorów detalicznych jest fragment wiadomości skierowanej do Spółki przez jednego z dystrybutorów Solgar Polska: *„Bardzo cenię sobie że macie cenę narzuconą i pilnujecie tego. Cieszy nas że nie mamy obaw że 2 km dalej nie ma niższej ceny.”* (Dowód B). Kolejny dowód na okoliczność istnienia ustaleń oraz stosowania się do nich przez dystrybutorów stanowi fragment wiadomości skierowanej do Spółki przez dystrybutora: *„My zgodnie z umową utrzymujemy ceny katalogowe produktów.”* (Dowód C).

Dowody:

- A. pochodzący z Solgar Polska „Raport z wizyt w dniach 18-19.12.2014 r. z aptek w Krakowie” sporządzony przez koordynatora Solgar Polska [Pracownik Solgar Polska] wraz z e-mailami z dnia 22.12.2014 r. od [Pracownik Solgar Polska] do [Pracownik Solgar Polska], od [Pracownik Solgar Polska] do B. Szymaniak, od B. Szymaniak do G. Durkiewicz i [Pracownik Solgar Polska] (k. 65-70);
- B. pochodząca z Solgar Polska wiadomość e-mail z dnia 15.06.2015 r. przesłana przez sklep [Partner] do pracownicy Solgar Polska [Pracownik Solgar Polska] (k. 73);
- C. pochodząca z Solgar Polska wiadomość e-mail z dnia 21.09.2015 r. od [Partner] do koordynatora Solgar Polska [Pracownik Solgar Polska] (brak tematu) (k. 74).

(48) Dystrybutorzy przekazywali do Solgar Polska informacje o przypadkach nieprzestrzegania przez innych dystrybutorów ustaleń dotyczących minimalnych cen. Jednocześnie podkreślali przy tym, że poczynione ustalenia wiążą wszystkich dystrybutorów - stąd stosowanie przez

niektórych dystrybutorów detalicznych cen odsprzedaży Produktów Solgar Polska w wysokości niższej niż ustalone ceny minimalne było wprost określane jako łamanie wiążących wszystkich dystrybutorów ustaleń. Przykładowo dystrybutorzy detaliczni kierowali do Solgar Polska skargi o następującej treści: „Czyżby polityka cenowa firmy Solgar nie obowiązywała dla każdego ze sprzedawców? Przypomnę tylko, iż informowaliśmy o niezgodnych z umową działaniach wspomnianych sprzedawców już kilka miesięcy wcześniej. (...)” (Dowód A); „To co robi ta Apteka jest karygodne („psucie” rynku)” (Dowód B); „(...) prosi o weryfikację i kontrolę cen w innych aptekach (wszyscy współpracujemy na tych samych zasadach)” (Dowód C); „Chciałem zgłosić przypadki nieuczciwej konkurencji w trzech aptekach internetowych obniżane są marże na produktach firmy Solgar, poniżej linki” (Dowód D); „Chciałbym zapytać czy nadal aktualna jest strategia ujednoliconych cen na preparaty firmy Solgar. Zauważyliśmy na portalu „ceneo” iż nie wszystkie apteki stosują się do ww. zasady (...) Byłbym bardzo wdzięczny za informację, ponieważ jeśli firma SOLGAR nie przywiązuje już tak dużej wagi do wysokości cen, chcielibyśmy mieć możliwość zmodyfikowania również naszych cen w sprzedaży internetowej oraz aptecznej.” (Dowód E); „firmę dobra apteka która w wielu przypadkach nie stosuje ustalonych cen.” (Dowód F); „W sprawie stałych cen zgłaszamy kilka produktów na ceneo (...)” (Dowód G); temat wiadomości o brzmieniu: „łamanie umowy – pilne!!!!” [pisownia oryginalna] (Dowód H); „Chciałabym jeszcze zapytać Panią o politykę cenową. Była informacja, że życzenie sobie Państwo byśmy trzymali się cen sugerowanych przez Solgara (...) od czasu wprowadzenia tych zmian sprzedaż Solgara znacznie się nam zmniejszyła, bo pacjenci niestety są zbulwersowani cenami, które niejednokrotnie są wyższe nawet o 20 zł. Sami pacjenci informują nas, że w innej aptece mają zupełnie inne ceny, co stawia nas w złym świetle, bo pacjenci myślą, że po prostu kłamiemy i naciągamy mówiąc o jednej stałej cenie wszędzie.” (Dowód I).

Dowody:

- A. pochodząca z Solgar Polska wiadomość e-mail z dnia 27.12.2011 r. od [Pracownik Solgar Polska] do B. Szymaniak, temat: „Fw: współpraca” [pisownia oryginalna] wraz z przekazaną wiadomością e-mail z dnia 27.12.2011 r. od [Partner] do [Pracownik Solgar Polska] (k. 421);
- B. pochodząca z Solgar Polska wiadomość e-mail z dnia 24.02.2012 r. od [Pracownik Solgar Polska] do B. Szymaniak, temat: „Fw: Pytanie” wraz z przekazaną korespondencją e-mail: z dnia 24.02.2012 r. i 23.02.2012 r. prowadzoną pomiędzy [Partner] i [Pracownik Solgar Polska] (k. 424);
- C. pochodzący z Solgar Polska „Raport z wizyt w dniach 18-19.12.2014 r. z aptek w Krakowie” sporządzony przez koordynatora Solgar Polska [Pracownik Solgar Polska] wraz z e-mailami: z 22.12.2014 r. od [Pracownik Solgar Polska] do [Pracownik Solgar Polska], od [Pracownik Solgar

- Polska] do B. Szymaniak, od B. Szymaniak do G. Durkiewicz i [Pracownik Solgar Polska] (k. 65-70);
- D. pochodząca z Solgar Polska wiadomość e-mail z dnia 14.04.2015 r. przesłana przez [Partner] na adres info@solgar.pl, temat: „Solgar.pl: Nieuczciwa konkurencja” (k. 72);
- E. pochodząca z Solgar Polska wiadomość e-mail z dnia 15.04.2016 r. od [Partner] do G. Durkiewicz, temat: „ceny Solgar” i pochodząca z Solgar Polska wiadomość e-mail z dnia 18.04.2016 r. od Prezes Zarządu Solgar Polska G. Durkiewicz do Członka Zarządu Solgar Polska B. Szymaniak, temat: „Fwd: ceny Solgar” (k. 75);
- F. pochodząca z Solgar Polska wiadomość e-mail z dnia 15.07.2016 r. przesłana przez [Partner] na adres „Info Solgar” (k. 77);
- G. pochodząca z Solgar Polska wiadomość e-mail z dnia 26.07.2016 r. od [Pracownik Solgar Polska] do [Pracownik Solgar Polska], temat: „Fwd: Stałe ceny - Ceneo” wraz z przekazaną wiadomością e-mail z dnia 26.07.2016 r. z adresu [informacja chroniona] do [Pracownik Solgar Polska], temat: „Stałe ceny - Ceneo” (k. 556);
- H. pochodząca z Solgar Polska wiadomość e-mail z dnia 25.11.2016 r. od [Pracownik Solgar Polska] do [Pracownik Solgar Polska] temat: „Fwd: łamanie umowy – pilne!!!!” [pisownia oryginalna] wraz z przekazaną wiadomością e-mail z dnia 25.11.2016 r. z adresu [informacja chroniona] do [Pracownik Solgar Polska], temat: „łamanie umowy – pilne!!!!” (k. 578);
- I. pochodząca z Solgar Polska wiadomość e-mail z dnia 21.07.2016 r. od [Pracownik Solgar Polska] do [Pracownik Solgar Polska], temat: „Fwd: Re: Solgar-Punkty 11.2015 – 04.2016” wraz z przekazaną wiadomością e-mail z dnia 21.07.2016 r. od [Partner] do [Pracownik Solgar Polska], temat: „Re: Solgar-Punkty 11.2015 – 04.2016” oraz dalszą korespondencją pomiędzy [Pracownik Solgar Polska] a [Partner] z okresu 13- 21.07. 2016 r. (k. 552).
- (49) Dystrybutorzy informowali Solgar Polska o zbyt niskich cenach używając sformułowania „zaniżone” czy „obniżone”: „*Poniżej lista aptek reklamujących preparaty SOLGAR z zaniżoną ceną:*” (dowód A); „*Proszę o zwrócenie uwagi na zaniżone ceny produktów Solgara w wyszukiwarce ceneo*” (Dowód B), „*zgłaszamy kilka produktów na ceneo, gdzie apteki zaniżają wartość.*” (Dowód C); „*Proszę o interwencję w sprawie zaniżonych cen w aptece amika. Niektóre produkty mają normalne ceny a niektóre zaniżone.*” (Dowód D); „*Wszystkie produkty mają obniżoną cenę, proszę o sprawdzenie.*” (Dowód E); „[Partner] *zaniża ceny solgara o 15 zł na sztuce*” (Dowód F); „[Partner] *systematycznie zaniża ceny*” (Dowód G). Również pracownicy Solgar Polska w przypadkach, gdy dany dystrybutor stosował cenę niższą od ustalonej ceny minimalnej, określali taką sytuację w wewnętrznej korespondencji jako „*zaniżanie cen*”, „*obniżanie cen*”: „*Apteki skarżą się na zaniżanie cen produktów.*” (Dowód H); „*notorycznie zaniża ceny i to bardzo.*”; (Dowód I) „*niestety przeważnie apteki zaniżają przy tym ceny*” (Dowód J); „*wśród produktów zwróconych z apteki były produkty z naklejkami z zaniżonymi cenami*” (Dowód K). Tym samym

dystrybutorzy detaliczni oraz pracownicy Solgar Polska w korespondencji odwoływali się do konieczności utrzymania określonego, minimalnego poziomu cen.

Dowody:

- A. pochodząca z Solgar Polska wiadomość e-mail z dnia 06.07.2011 r. od [Pracownik Solgar Polska] do B. Szymaniak, temat: „Fw: Łamanie warunków współpracy ” wraz z przekazaną wiadomością e-mail z dnia 06.07.2011 r. od [Partner] do [Pracownik Solgar Polska] (k. 422);
- B. pochodząca z Solgar Polska wiadomość e-mail z dnia 15.07.2016 r. przesłana przez [Partner] na adres „Info Solgar”, temat: [Partner] (k. 77);
- C. pochodząca z Solgar Polska wiadomość e-mail z dnia 26.07.2016 r. od [Pracownik Solgar Polska] do [Pracownik Solgar Polska], temat: „Fwd: Stałe ceny - Ceneo” wraz z przekazaną wiadomością e-mail z dnia 26.07.2016 r. z adresu [informacja chroniona] do [Pracownik Solgar Polska], temat: „Stałe ceny - Ceneo” (k. 556);
- D. pochodząca z Solgar Polska wiadomość e-mail z dnia 10.11.2016 r. od [Pracownik Solgar Polska] do [Pracownik Solgar Polska], temat: „Fwd: Złe ceny na produkty Solgar w [Partner] – prośba o sprawdzenie.” wraz z przekazaną wiadomością e-mail z dnia 10.11.2016 r. przesłaną z adresu [informacja chroniona] do [Pracownik Solgar Polska], temat: „Złe ceny na produkty Solgar w [Partner] – prośba o sprawdzenie.” (k. 566);
- E. pochodząca z Solgar Polska wiadomość e-mail z dnia 16.09.2016 r. od [Pracownik Solgar Polska] do [Pracownik Solgar Polska], temat: „Fwd: Złe ceny na produkty Solgar” wraz z przekazaną wiadomością e-mail z dnia 16.09.2016 r. przesłaną z adresu: [informacja chroniona] do [Pracownik Solgar Polska], temat: „Złe ceny na produkty Solgar” (k. 591);
- F. pochodząca z Solgar Polska wiadomość e-mail z dnia 10.04.2017 r. od [Pracownik Solgar Polska] do [Pracownik Solgar Polska] (koordynatora krajowego Solgar Polska), temat: „Fwd: Fwd: solgar-ceny” wraz z przekazaną wiadomością e-mail z dnia 10.04.2017 r. od [Pracownik Solgar Polska] do [Pracownik Solgar Polska], temat: „Fwd: solgar ceny” oraz przekazaną wiadomością e-mail z dnia 10.04.2017 r. od [Partner] do [Pracownik Solgar Polska] (k. 624);
- G. pochodząca z Solgar Polska wiadomość e-mail z dnia 13.09.2017 r. od [Pracownik Solgar Polska] do [Partner], temat: „Re: Solgar-Ostatni Dzień Promocji” wraz z wiadomością e-mail z dnia 13.09.2017 r. od [Partner] do [Pracownik Solgar Polska], temat: „Re: Re: Solgar-Ostatni Dzień Promocji” (k. 673-674);
- H. pochodząca z Solgar Polska wiadomość e-mail z dnia 01.10.2012 r. od [Pracownik Solgar Polska] do B. Szymaniak, temat: „Raporty” wraz z załącznikiem: [Pracownik Solgar Polska]_Raport_2012.09.xls” (k. 429-430);
- I. pochodząca z Solgar Polska wiadomość e-mail z dnia 18.03.2011 r. od [Pracownik Solgar Polska] do [Pracownik Solgar Polska] i B. Szymaniak, temat: „Obniżone mocno ceny.” (k. 420);

- J. pochodząca z Solgar Polska wiadomość e-mail z dnia 24.03.2011 r. od B. Szymaniak do G. Durkiewicz, temat: „Fwd: sprzedaż internetowa produktów Solgar” oraz wiadomość e-mail z dnia 24.03.2011 r. od pracownika Solgar Polska [Pracownik Solgar Polska] do B. Szymaniak, temat: „Sprzedaż internetowa produktów Solgar” (k.52-59);
- K. pochodząca z Solgar Polska wiadomość e-mail z dnia 27.03.2014 r. od [Pracownik Solgar Polska] do B. Szymaniak, z kopią do [Pracownik Solgar Polska], temat: „Zaniżone ceny w – [Partner] (k. 64);
- L. Pochodząca z Solgar Polska wiadomość e-mail z dnia 13.09.2017 r. od [Pracownik Solgar Polska] do [Pracownik Solgar Polska], temat: zgłoszenie (k. 672).

(50) Ponadto, dystrybutorzy detaliczni prosili lub wzywali Solgar Polska do podjęcia interwencji w zakresie odstępstw cenowych: *„Proszę o interwencję w sprawie zaniżonych cen w [Partner]. Niektóre produkty mają normalne ceny a niektóre zaniżone.”* (Dowód A); *„w załączeniu strona zielarni z cenami solgara tańszymi średnio o 15%!!! (...) bardzo proszę o informacje, czy Państwo coś z tym zrobią”* [pisownia oryginalna] (Dowód B); *„Proszę o interwencję w sprawie zaniżonych cen na ceneo. W załączniku zdjęcie z ceneo”* (Dowód C); *„Wszystkie produkty mają obniżoną cenę, proszę o sprawdzenie.”* (Dowód D); *„Proszę o sprawdzenie zaniżonych cen na produkty Solgar w tej aptece:”* (Dowód E); *„W nawiązaniu do poprzedniego maila dotyczącego obniżania cen na Państwa preparaty informuję, że [Partner] w dalszym ciągu udziela rabatu na preparaty. (...) Uprzejmie proszę o skuteczną interwencję w tej sprawie.”* (Dowód F); *„Proszę o interwencję, ponieważ te apteki obniżają marżę na prawie wszystkich produktach i jest to nie w porządku w stosunku do aptek zachowujących zasady uczciwej konkurencji”* (Dowód G).

Dowody:

- A. pochodząca z Solgar Polska wiadomość e-mail z dnia 10.11.2016 r. od [Pracownik Solgar Polska] do [Pracownik Solgar Polska], temat: „Fwd: Złe ceny na produkty Solgar w [Partner] – prośba o sprawdzenie.” wraz z przekazaną wiadomością e-mail z dnia 10.11.2016 r. przesłaną z adresu [informacja chroniona] do [Pracownik Solgar Polska], temat: „Złe ceny na produkty Solgar w [Partner] – prośba o sprawdzenie.” (k. 566);
- B. pochodząca z Solgar Polska wiadomość e-mail z dnia 25.11.2016 r. od [Pracownik Solgar Polska] do [Pracownik Solgar Polska], temat: „Fwd: łamanie umowy – pilne!!!!” [pisownia oryginalna] wraz z przekazaną wiadomością e-mail z dnia 25.11.2016 r. z adresu [informacja chroniona] do [Pracownik Solgar Polska], temat: „łamanie umowy – pilne!!!! [pisownia oryginalna] (k. 578);
- C. pochodząca z Solgar Polska wiadomość e-mail z dnia 29.11.2016 r. od [Partner] do B. Szymaniak, temat: „Ceny” wraz z e-mailem z dnia 30.11.2016 r. od B. Szymaniak do [Pracownik Solgar Polska] (k. 79);

- D. pochodząca z Solgar Polska wiadomość e-mail z dnia 16.09.2016 r. od [Pracownik Solgar Polska] do [Pracownik Solgar Polska], temat: „Fwd: Złe ceny na produkty Solgar” wraz z przekazaną wiadomością e-mail z dnia 16.09.2016 r. przesłaną z adresu: [informacja chroniona] do [Pracownik Solgar Polska], temat: „Złe ceny na produkty Solgar” (k. 591);
- E. pochodząca z Solgar Polska wiadomość e-mail z dnia 16.12.2016 r. od [Pracownik Solgar Polska] do [Pracownik Solgar Polska], temat: „Fwd: Ceny solgar w [Partner]” wraz z przekazaną wiadomością e-mail z dnia 15.12.2016 r. przesłaną z adresu: [informacja chroniona] do [Pracownik Solgar Polska], temat: „Ceny Solgar w [Partner]” (k. 590);
- F. pochodząca z Solgar Polska wiadomość e-mail z dnia 18.07.2017 r. od [Pracownik Solgar Polska] do [Pracownik Solgar Polska], temat: „Fwd: Re: Ceny preparatów Solgar” wraz z przekazaną wiadomością e-mail z dnia 18.07.2017 r. od [Partner] do [Pracownik Solgar Polska] i [Pracownik Solgar Polska] wraz z załącznikiem: „Scan_20170718_103842.jpg”(skanem paragonu fiskalnego) oraz wraz z przekazaną wiadomością e-mail z dnia 10.02.2017 r. od [Partner], (brak adresatów, brak tematu), (k. 643-644);
- G. pochodząca z Solgar Polska wiadomość e-mail z dnia 14.04.2015 r. przesłana przez [Partner] na adres info@solgar.pl, temat: „Solgar.pl: Nieuczciwa konkurencja”) (k. 72).

(51) Jako przejaw naruszania ustaleń w zakresie minimalnych detalicznych cen odsprzedaży Produktów Solgar Polska traktowane były przypadki stosowania stałych rabatów na Produkty Solgar Polska opisywane w przekazywanych Solgar Polska przez dystrybutorów sygnałach: *„Będąc podczas Świąt w konkretnej aptece, nie jest istotne w której, zobaczyłam preparaty Solgar ze stałym rabatem 5 % ... Na moje pytanie czy produkty rabatowane są z krótszą datą uzyskałam odpowiedź, że nie. „Taki mamy rabat”. Proszę o odpowiedź czy wprowadziliście Państwo rabaty dla Pacjentów i na jakich warunkach.”* (Dowód A); *„(...) Tak na marginesie, będąc na Święta we Wrocławiu w jednej z aptek widziałem promocję - 5% na cały asortyment Solgar. Z rozmowy z osobą obsługującą wynikało, że to raczej stała obniżka cen.”* (Dowód B); *„W nawiązaniu do poprzedniego maila dotyczącego obniżania cen na Państwa preparaty informuję, że [Partner] w dalszym ciągu udziela rabatu na preparaty. W dniu dzisiejszym nasza pracownica zakupiła w tej aptece witaminy włosy, skóra, paznokcie. W załączniku przesyłam skan paragonu. Uprzejmie proszę skuteczną interwencję w tej sprawie [pisownia oryginalna].”* (Dowód C).

- A. pochodząca z Solgar Polska wiadomość e-mail z dnia 2.01.2017 r. przesłana od [Partner] do koordynatora Solgar Polska [Pracownik Solgar Polska], temat: [Partner] oraz odpowiedź [Pracownik Solgar Polska], tj. e-mail z dnia 02.01.2017 r., temat: „[Partner] informacje” (k. 81 i 82);
- B. pochodząca z Solgar Polska wiadomość e-mail z dnia 2.01.2017 r. od [Partner] do pracownicy Solgar Polska [Pracownik Solgar Polska], temat: „Solgar zmiana cen z dn. 01.02.2017” i pochodząca z Solgar Polska wiadomość e-mail z dnia 25.01.2017 r. (godz. 15:17), od pracownicy

Solgar Polska [Pracownik Solgar Polska] wraz z wiadomością e-mail z dnia 26.01.2017 r. od [Partner] do [Pracownik Solgar Polska], temat: „Solgar nowy cennik” oraz dalsza korespondencja z tego samego dnia pomiędzy [Pracownik Solgar Polska] a [Partner] (e-maile z godz. 11:46 i godz. 12:00) (k. 84 i 85);

C. pochodząca z Solgar Polska wiadomość e-mail z dnia 18.07.2017 r. od [Pracownik Solgar Polska] do [Pracownik Solgar Polska], temat: „Fwd: Re: Ceny preparatów Solgar” wraz z przekazaną wiadomością e-mail z dnia 18.07.2017 r. od [Partner] do [Pracownik Solgar Polska] i [Pracownik Solgar Polska] wraz z załącznikiem: „Scan_20170718_103842.jpg” (skanem paragonu fiskalnego) oraz wraz z przekazaną wiadomością e-mail z dnia 10.02.2017 r. od [Partner] (brak adresatów, brak tematu), (k. 643-644).

(52) Stosowanie przez dystrybutorów rabatów było postrzegane przez Spółkę jako „problem” - pracownicy Spółki w wewnętrznych dokumentach oraz korespondencji zastanawiali się, w jaki sposób zareagować na przedmiotowe sytuacje. Przykładowo, w swoim raporcie z wizytacji placówek dystrybutorów w jednym z miast, koordynator regionalny Solgar Polska w następujący sposób opisał sytuację stosowania przez dystrybutorów rabatów: *„Rynek naszych aptek w Krakowie jeżeli chodzi o ceny produktów jest rozregulowany. Ogólne przyzwolenie na 5% rabat (ze strony naszej firmy – ponoć) jest standardem. Do tego apteki udzielają dodatkowego rabatu w zależności od pacjenta nawet do 21%. Wynika to z ogólnego przekonania, że tak można i nic się nikomu złego z tego powodu nie dzieje – takie informacje uzyskałem z rozmów z osobami które ustalały ceny. Dodatkowo manipulacja ze strony innych aptek na rynku potęguje ten problem, powodując widoczny wachlarz rozpiętości cenowych od 7% wzwyż.”* W tym kontekście warto również zwrócić uwagę na komentarz koordynatora krajowego Solgar Polska do ww. raportu, który sytuację stosowania przez dystrybutorów rabatów określił jako: *„niepotrzebne sytuacje”* oraz *„problem cen”*. Jednocześnie zasugerował możliwość rozwiązania problemu, która przyniosła efekt w odniesieniu do wizytowanych przez niego dystrybutorów: *„W mojej opinii nie powinno się mówić o żadnych rabatach bo to tylko tworzy niepotrzebne sytuacje. My z Łukaszem w naszych aptekach wykluczaliśmy słowo rabat ze słownika służbowego już na samym początku i dlatego problem cen pojawia się rzadko.”* (Dowód A). Ponadto koordynator Solgar Polska w swojej korespondencji do Członka Zarządu Solgar Polska wskazał: *„Apteki skarżą się na zaniżanie cen produktów, nie są to sporadyczne przypadki.”* (Dowód B).

Dowody:

A. pochodzący z Solgar Polska „Raport z wizyt w dniach 18-19.12.2014 r. z aptek w Krakowie” sporządzony przez koordynatora Solgar Polska [Pracownik Solgar Polska] wraz z e-mailami z dnia 22.12.2014 r. od [Pracownik Solgar Polska] do [Pracownik Solgar Polska], od [Pracownik Solgar Polska] do B. Szymaniak, od B. Szymaniak do G. Durkiewicz i [Pracownik Solgar Polska] (k.65-70);

B. pochodząca z Solgar Polska wiadomość e-mail z dnia 01.10.2012 r. od [Pracownik Solgar Polska] do B. Szymaniak, temat: „Raporty” wraz z załącznikiem: [Pracownik Solgar Polska]_Raport_2012.09.xls” (k. 429-430).

- (53) Solgar Polska zapewniała dystrybutorów o podejmowaniu stosownych działań, mających na celu przestrzeganie ustaleń dotyczących stosowania minimalnych detalicznych cen odsprzedaży Produktów Solgar Polska w sieci dystrybucji Spółki. O powyższym świadczą następujące deklaracje składane dystrybutorom przez Solgar Polska: „(...) *Dziękujemy za informację w sprawie apteki – sprawdzimy to.*” (Dowód A); „*Będziemy sprawdzać i robić wszystko co w naszej mocy żeby wszędzie ceny były takie same.*” (Dowód B). Inny przykład stanowią również następujące wiadomości od dystrybutorów: „*właśnie rozmawiałem z Waszym przedstawicielem i macie się podobno zająć zbyt niskimi marżami stosowanymi przez niektóre apteki.*” (Dowód C); „*Zauważyliśmy, że nadal część aptek nie dostosowuje ceny sugerowanych przez Państwa łamiąc tym samym warunki umowy. Jakiś czas temu gwarantowali Państwo jako producent, że sytuacja taka nie będzie mieć miejsca. (...)*” (Dowód D).

Dowody:

- A. pochodząca z Solgar Polska wiadomość e-mail z dnia 02.01.2017 r. od [Partner] do pracownicy Solgar Polska [Pracownik Solgar Polska], temat: „Solgar zmiana cen z dn. 01.02.2017” i pochodząca z Solgar Polska wiadomość e-mail z dnia 25.01.2017 r. (godz. 15:17), od pracownicy Solgar Polska [Pracownik Solgar Polska] wraz z wiadomością e-mail z dnia 26.01.2017 r. od [Partner] do [Pracownik Solgar Polska], temat: „Solgar nowy cennik” oraz dalsza korespondencja z tego samego dnia pomiędzy [Pracownik Solgar Polska] a [Partner] (e-maile z godz. 11:46 i godz. 12:00) (k. 84 i 85);
- B. pochodząca z Solgar Polska wiadomość e-mail z dnia 10.11.2016 r. od [Pracownik Solgar Polska] do [Pracownik Solgar Polska], temat: „Fwd: Złe ceny na produkty Solgar w [Partner] – prośba o sprawdzenie.” wraz z przekazaną wiadomością e-mail z dnia 10.11.2016 r. przesłaną z adresu [informacja chroniona] do [Pracownik Solgar Polska], temat: „Złe ceny na produkty Solgar w [Partner] – prośba o sprawdzenie.” (k. 566);
- C. pochodząca z Solgar Polska wiadomość e-mail z dnia 24.02.2012 r. od [Pracownik Solgar Polska] do B. Szymaniak, temat: „Fw: Pytanie” wraz z przekazaną korespondencją e-mail z dnia 24.02.2012 r. i 23.02.2012 r. prowadzoną pomiędzy [Partner] i [Pracownik Solgar Polska] (k. 424);
- D. pochodząca z Solgar Polska wiadomość e-mail z dnia 06.07.2011 r. od [Pracownik] do B. Szymaniak, temat: „Fw: Łamanie warunków współpracy ” wraz z przekazaną wiadomością e-mail z dnia 06.07.2011 r. od [Partner] do [Pracownik Solgar Polska] (k. 422).
- (54) Solgar Polska zabiegała o przestrzeganie ustaleń dotyczących stosowania minimalnych detalicznych cen odsprzedaży Produktów Solgar Polska przez dystrybutorów. W tym celu

Spółka szkoliła i instruowała kierownictwo oraz pracowników dystrybutorów. Dystrybutorzy – zgodnie z treścią warunków umów dystrybucyjnych – byli zobowiązani do udziału w szkoleniach. Ich tematyka była ustalana wspólnie przez Członków Zarządu Solgar Polska i pracowników Spółki – przedstawicieli handlowych (koordynatorów). Z kolei samym prowadzeniem szkoleń zajmowali się bezpośrednio koordynatorzy. Na szkoleniach Solgar Polska prezentowała korzyści płynące ze stosowania przez wszystkich dystrybutorów ustalonych cen oraz wskazywała, że stosowanie polityki rabatowej nie jest korzystne dla przedsiębiorców. Szkolenia były organizowane przy rozpoczęciu współpracy z danym dystrybutorem Solgar Polska oraz cyklicznie w formie szkoleń uzupełniających i powtórzeniowych w celu przypomnienia dystrybutorom zasad współpracy. Potwierdzenie opisanych powyżej okoliczności stanowi fragment wiadomości e-mail od dystrybutora Solgar Polska, który powołał się na przekazane mu na szkoleniu wytyczne w zakresie polityki cenowej: „(...) to o czym rozmawialiśmy na ostatnim szkoleniu odnośnie jednolitych cen we wszystkich punktach nie przynosi żadnych efektów.” (Dowód A). Jako inny przykład należy wskazać na fragmenty wiadomości e-mail od p. [Pracownik Solgar Polska] do p. Grażyny Durkiewicz, w której koordynator ustalił z Prezes Zarządu tematykę jednego ze szkoleń wskazując na potrzebę przypomnienia dystrybutorom o nieopłacalności stosowania rabatów: „Cześć Grażyna, po przejrzeniu prezentacji i bardzo żywych dyskusjach udało nam się ustalić kilka kluczowych punktów, które chcielibyśmy żeby zostały poruszone na warsztatach w tym roku. I. (...) Tutaj tak jak rozmawialiśmy, także chcielibyśmy żeby im konsekwentnie przypomnieć, że rabaty na Solgar są nieopłacalne.” (Dowód B). Można również wskazać fragmenty raportu sporządzonego przez jednego z koordynatorów regionalnych, w którym po wizytacji jednej z aptek koordynator, jako powód nierespektowania przez aptekę ustaleń cenowych, zidentyfikował niezrozumienie zasad współpracy z Solgar Polska wynikające z braku udziału personelu w szkoleniach: „Na spotkaniu z osobami decyzyjnymi okazało się, iż Panie nie do końca znały zasady współpracy z Solgarem. Informacje odnośnie cen traktowały jako dobrowolne i pozostawiały w decyzji kierowników aptek, bądź personelu który ustalał je sam na dowolnym poziomie. Dodatkowo wskazały, iż jedna z Pań która mnie obsługiwała jest nową osobą w aptece bez przeszkolenia (duża liczba nowych osób w aptekach). Dodatkowo osoba odpowiedzialna za zamawianie produktów Solgara nie była na żadnym szkoleniu Solgara. (...) Ustaliliśmy również konieczność przeprowadzenia szkoleń pierwszego stopnia dla nowych osób i szkoleń uzupełniających i powtórzeniowych dla już pracujących włącznie z osobami z biura, które są odpowiedzialne za markę Solgar (osoba zmieniająca ceny otrzymała biuletyn ode mnie, który widziała po raz pierwszy w życiu – jak mnie poinformowała). Finał rozmów bardzo pozytywny. Całość problemów wynikała z niewiedzy, niedomówień i braku jasno określonych zasad współpracy (mam na myśli ceny, szkolenia, ulotki, nawet zamówienia i możliwość domówienia torebek, o których nikt apteki

nie poinformował). Ustaliłem spotkanie na styczeń 2015r w celu dalszych działań w zakresie szkoleń i pracy z produktem.” (Dowód C).

Dowody:

- A. pochodząca z Solgar Polska wiadomość e-mail z dnia 23.05.2013 r. od [Pracownik Solgar Polska] do B. Szymaniak, temat: „Fwd: FW: Solgar Ceny” wraz z przekazaną wiadomością e-mail z dnia 23.05.2013 r. od [Partner] do [Pracownik Solgar Polska] oraz [Pracownik Solgar Polska] z kopią do [Partner] oraz wiadomością e-mail z dnia 23.05.2013 r. od [Partner] do [Pracownik Solgar Polska] z kopią do [Partner] wraz z załącznikiem: „Paragon Solgar.jpeg” – skanem paragonu fiskalnego (k. 431);
- B. pochodząca z Solgar Polska wiadomość e-mail z dnia 18.09.2015 r. od [Pracownik Solgar Polska] do G. Durkiewicz, z kopią do [Pracownik Solgar Polska], temat: „Tematy na warsztaty jesień 2015r” (k. 507);
- C. pochodzący z Solgar Polska „Raport z wizyt w dniach 18-19.12.2014 r. z aptek w Krakowie” sporządzony przez koordynatora Solgar Polska [Pracownik Solgar Polska] wraz z e-mailami: z 22.12.2014 r. od [Pracownik Solgar Polska] do [Pracownik Solgar Polska], od [Pracownik Solgar Polska] do B., Szymaniak, od B. Szymaniak do G. Durkiewicz i [Pracownik Solgar Polska] (k. 65-70).

- (55) Okazją do bieżącego przekazywania dystrybutorom wytycznych w zakresie obowiązku stosowania się do minimalnych detalicznych cen odsprzedaży były wizytacje w placówkach dystrybutorów, przeprowadzane przez przedstawicieli handlowych Spółki (koordynatorów). Koordynatorzy Solgar Polska, w reakcji na dostrzeżone przypadki nierespektowania ustalonej polityki cenowej w wizytowanych przez siebie placówkach, przypominali dystrybutorom o obowiązku stosowania minimalnych detalicznych cen odsprzedaży, w celu skłonienia dystrybutorów do zmiany cen. Na powyższe wskazuje wizytacja, opisana w raporcie sporządzonym przez jednego z koordynatorów regionalnych Spółki: *„Po omówieniu warunków współpracy, zasad i możliwości wynikających ze współpracy, natychmiast zostały zmieniane ceny, włącznie z założeniem tzw. klódek (tylko osoby w biurze wprowadzające są w stanie zmienić ceny [pisownia oryginalna]). Dodatkowo zapewniono mnie, iż produkty już obecne w aptekach z zaniżonymi cenami zostaną przemetkowane na ceny sugerowane w trybie natychmiastowym.”* (Dowód A). Innym dowodem jest wiadomość e-mail od jednego z koordynatorów Spółki: *„(...) [informacja chroniona] ma swój pogląd na ten temat..., trzymał kiedyś ceny, ale jak widzi obniżone na internecie, to i on czasem obniża... Rozmawiałem z nim o tym, ale oczywiście ponownie interwencję.”* (Dowód B). Na interwencje koordynatorów w wizytowanych placówkach wskazuje również korespondencja pomiędzy pracownikami Spółki, w której w reakcji na sygnały p. [Pracownik Solgar Polska] o przypadkach niestosowania się przez dystrybutorów do polityki cenowej p. [Pracownik

Solgar Polska] wskazał, że: „*Wrocław jest dobrze przypilnowane już. Ale Czechowice są dziwne nie spodziewał się po nich.*” [pisownia oryginalna], po czym dodatkowo zakończył swoją wiadomość następującą deklaracją: „*Zalatię to.*” (Dowód C).

Dowody:

- A. pochodzący z Solgar Polska „Raport z wizyt w dniach 18-19.12.2014 r. z aptek w Krakowie” sporządzony przez koordynatora Solgar Polska [Pracownik Solgar Polska] wraz z e-mailami z dnia 22. 12. 2014 r. od [Pracownik Solgar Polska] do [Pracownik Solgar Polska], od [Pracownik Solgar Polska] do B., Szymaniak, od B. Szymaniak do G. Durkiewicz i [Pracownik Solgar Polska] (k. 65-70);
 - B. pochodząca z Solgar Polska wiadomość e-mail z dnia 20.01.2014 r. od [Pracownik Solgar Polska] do B. Szymaniak, temat: „Fwd:Re: Zaniżone ceny” wraz z przekazaną korespondencją e-mail pomiędzy [Pracownik Solgar Polska] a [Pracownik Solgar Polska] z dnia 15.01.2014 r., temat: „Re: Zaniżone ceny” (k. 437-438);
 - C. pochodząca z Solgar Polska wiadomość e-mail z dnia 27.03.2014 r. od [Pracownik Solgar Polska] do B. Szymaniak, z kopią do [Pracownik Solgar Polska], temat: „Zaniżone ceny w [Partner]” (k. 447); wiadomość e-mail z dnia 27.03.2014 r. od [Pracownik Solgar Polska] do [Pracownik Solgar Polska], temat: „Re: Re: zaniżone ceny w [Partner]”, wraz z korespondencją e-mail przekazaną przez [Pracownik Solgar Polska] do [Pracownik Solgar Polska] dnia 27.03.2014 r., temat: „Fwd: Re: „zaniżone ceny w [Partner]”, obejmującą przekazaną wiadomość e-mail z dnia 27.03.2014 r. od [Pracownik Solgar Polska] do [Pracownik Solgar Polska], temat: „Re: „zaniżone ceny w [Partner] oraz przekazaną wiadomość e-mail z dnia 27.03.2014 r. od [Pracownik Solgar Polska] do [Pracownik Solgar Polska] przekazującą wiadomość e-mail z dnia 27.03.2014 r. [Pracownik Solgar Polska] do B. Szymaniak, z kopią do [Pracownik Solgar Polska], temat: „zaniżone ceny w [Partner]” (k. 478) oraz wiadomość e-mail z dnia 27.03.2014 r. od [Pracownik Solgar Polska] do B. Szymaniak, z kopią do [Pracownik Solgar Polska], temat: „Zaniżone ceny w [Partner]” (k. 447-450).
- (56) Członkowie Zarządu jak również inni pracownicy Solgar Polska zwracali się do koordynatorów o przypomnienie dystrybutorom o obowiązku stosowania ustalonej polityki cenowej i skłonienie dystrybutorów do zmiany cen. Jako przykład należy wskazać fragmenty korespondencji pomiędzy p. Barbarą Szymaniak i p. [Pracownik Solgar Polska] (koordynatorem krajowym Solgar Polska), w której p. Barbara Szymaniak poinformowała koordynatora o przypadku niespektowania ustaleń przez dwóch dystrybutorów z rejonu koordynatora i prosi go o reakcję: „*Czy mogę prosić o interwencję i rozmowę z nimi w tej sprawie?*”, na co p. [Pracownik Solgar Polska] odpowiedział: „*Oczywiście, będę z nimi rozmawiał*” (Dowód A). Innymi dowodami na przedmiotową okoliczność są następujące fragmenty korespondencji e-mail pomiędzy pracownikami Solgar Polska a koordynatorami: „*(...) podobno [Partner] nie trzyma cen w aptece (ceny są podobno bardzo obniżone).*”

Bardzo proszę o interwencje:)” (Dowód B); *„Zajmę się tym jak tylko skończę szkolenie w Wieliczce”* [odpowiedź koordynatora na przekazany przez pracownika sygnał dotyczący nierespektowania ustaleń cenowych przez dystrybutora pochodzącego z rejonu koordynatora – wyjaśnienie Prezesa Urzędu] (Dowód C); *„(...) Mamy sygnał od pacjenta, że [Partner] ma zaniżone ceny produktów (...) Zwracam się z uprzejmą prośbą, aby to Pan sprawdził.”* (Dowód D); *„Zadzwoń dzisiaj Pani z [Partner] i powiedz, że [Partner] podobno obniża ceny. Proszę o interwencję w tej sprawie.”* (Dowód E); *„Znowu mamy sygnał od [Partner], że któraś Apteka na Saskiej Kępie zaniża ceny. (...) Zwracam się do Pana z prośbą o sprawdzenie.”* (Dowód F); *„Wczoraj znowu otrzymaliśmy sygnał o tym, że któraś Apteka na Konstancinie zaniża ceny. Proszę mieć ten sygnał na uwadze.”* (Dowód G); *„Łukasz, zajmij się tym proszę jak najszybciej.”* [dyspozycja koordynatora krajowego do koordynatora regionalnego razem z przekazanym sygnałem dotyczącym nierespektowania ustaleń cenowych przez dystrybutora pochodzącego z rejonu tego koordynatora regionalnego – wyjaśnienie Prezesa Urzędu] (Dowód H).

Dowody:

- A. pochodząca z Solgar Polska wiadomość e-mail z dnia 30.08.2011 r. od [Pracownik Solgar Polska] do B. Szymaniak wraz z przekazaną wiadomością e-mail z dnia 30.08.2011 r. od B. Szymaniak do [Pracownik Solgar Polska], temat: „Apteki w Internecie” (k. 423);
- B. pochodząca z Solgar Polska wiadomość e-mail z dnia 05.09.2013 r. od [Pracownik Solgar Polska] do [Pracownik Solgar Polska] z kopią do B. Szymaniak, temat: „[Partner]” (k. 433);
- C. pochodząca z Solgar Polska wiadomość e-mail z dnia 18.09.2013 r. od [Pracownik Solgar Polska] do [Pracownik Solgar Polska], temat: „Odp: Zaniżanie cen w [Partner] wraz z przekazaną wiadomością e-mail (brak daty) od [Pracownik Solgar Polska] do [Pracownik Solgar Polska] z kopią do B. Szymaniak, temat: „Zaniżanie cen w [Partner]” (k. 435);
- D. pochodząca z Solgar Polska wiadomość e-mail z dnia 07.01.2014 r. od [Pracownik Solgar Polska] do [Pracownik Solgar Polska] i B. Szymaniak, temat: „Ceny-[Partner]” (k. 436);
- E. pochodząca z Solgar Polska wiadomość e-mail z dnia 20.01.2014 r. od [Pracownik Solgar Polska] do [Pracownik Solgar Polska] z kopią do B. Szymaniak, temat: „Ceny w aptece” (k. 440);
- F. wiadomość e-mail z dnia 11.03.2014 r. od [Pracownik Solgar Polska] do [Pracownik Solgar Polska] i B. Szymaniak, temat: „Zaniżone ceny” (k. 445);
- G. pochodząca z Solgar Polska wiadomość e-mail z dnia 03.04.2014 r. od [Pracownik Solgar Polska] do [Pracownik Solgar Polska], z kopią do B. Szymaniak, temat: „Zaniżone ceny Konstancin” (k. 451);
- H. pochodząca z Solgar Polska wiadomość e-mail z dnia 19.08.2014 r. od [Pracownik Solgar Polska] do [Pracownik Solgar Polska], temat: „Fwd: Zaniżone ceny w [Partner]” wraz z przekazaną wiadomością e-mail z dnia 19.08.2014 r. od [Pracownik Solgar Polska] do B. Szymaniak i

[Pracownik Solgar Polska], z kopią do [Pracownik Solgar Polska], temat: „Zaniżone ceny w [Partner]” (k. 475 i 477).

- (57) Poza prowadzonymi przez koordynatorów wizytacjami w placówkach, pracownicy Spółki przekazywali dystrybutorom na bieżąco wytyczne w zakresie obowiązku stosowania się do minimalnych detalicznych cen odsprzedaży, kontaktując się z nimi telefonicznie i przypominając o powyższym obowiązku. Opisane powyżej okoliczności potwierdza korespondencja pomiędzy pracownikami Spółki, z której wynika, że w przypadkach odstępstw od wymaganych poziomów minimalnych cen odsprzedaży kontaktowali się telefonicznie z dystrybutorem w celu skłonienia go do zmiany ceny. W odpowiedzi dystrybutor tłumaczył przyczyny niestosowania się przez niego do ustaleń, bądź składał deklarację dostosowania swoich cen do ustalonego minimalnego poziomu. O wskazanych powyżej okolicznościach świadczą następujące fragmenty korespondencji e-mail pomiędzy koordynatorem Solgar Polska p. [Pracownik Solgar Polska] a pracownikiem Solgar Polska p. [Pracownik Solgar Polska]: „*Jest to błąd. Zostało wszystko wyjaśnione podczas rozmowy telefonicznej. Zostanie jak najszybciej poprawione.*”, „*Błąd zaraz to poprawią.*”, „*Zaszła pomyłka. Już wyjaśnione. Tylko 1 produkt był z obniżoną ceną.*”. „*Rozmawiałam z Panią Dorotą do jutra to zmieni.*”, „*[Partner] obniżyła cenę ale już to poprawiają.*” (Dowód A). Dodatkowo, w stosunku do dystrybutorów, którzy pomimo wcześniejszych telefonicznych interwencji p. [Pracownik Solgar Polska], mających na celu skłonienie dystrybutora do zmiany ceny, nie dostosowali swoich cen do ustalonych minimalnych detalicznych cen odsprzedaży Produktów Solgar Polska, koordynator Solgar Polska p. [Pracownik Solgar Polska] zwrócił się do pracownika Solgar Polska p. [Pracownik Solgar Polska] o sprawdzenie detalicznych cen odsprzedaży stosowanych przez tych dystrybutorów oraz podjęcie dodatkowej interwencji mającej na celu skłonienie ich do zmiany cen. W korespondencji tej p. [Pracownik Solgar Polska], odnosząc się do fragmentu wiadomości p. [Pracownik Solgar Polska] o treści: „*[Partner]. Cena na ceneo 130 zł, prawidłowa 138. Na swojej stronie nie mają tego produktu*”, zwrócił się do niej: „*Aniu, sprawdź to, bo nadal jest w tej cenie na ich stronie też...*” (Dowód B). Ponadto p. [Pracownik Solgar Polska], odnosząc się do fragmentu wiadomości p. [Pracownik Solgar Polska] o treści: „*Imbir- cena prawidłowa 91 zł*”, wskazał: „*Tu masz jeszcze jedno, też do interwencji :)* [pisownia oryginalna]” (Dowód C).

Dowody:

- A. pochodząca z Solgar Polska wiadomość e-mail z dnia 18.12.2014 r. od [Pracownik Solgar Polska] do [Pracownik Solgar Polska], temat: „linki” (k. 486);
- B. pochodząca z Solgar Polska wiadomość e-mail z dnia 02.01.2015 r. (godz. 12:33) od [Pracownik Solgar Polska] do [Pracownik Solgar Polska], temat: „Re: linki” wraz z przekazanym fragmentem

wiadomości e-mail z dnia 18.12.2014 r. od [Pracownik Solgar Polska] do [Pracownik Solgar Polska] (k. 488);

C. pochodząca z Solgar Polska wiadomość e-mail z dnia 02.01.2015 r. (godz. 12:49) od [Pracownik Solgar Polska] do [Pracownik Solgar Polska], temat: „Re: linki” wraz z przekazanym fragmentem wiadomości e-mail z dnia 18.12.2014 r. od [Pracownik Solgar Polska] do [Pracownik Solgar Polska] (k. 489).

(58) Prezes Urzędu ustalił, że w okresie funkcjonowania ustaleń dystrybutorzy zwracali się do Solgar Polska z zapytaniami o poziom cen detalicznych, jaki powinni stosować w odniesieniu do poszczególnych Produktów Solgar Polska. Dystrybutorzy detaliczni konsultowali z Solgar Polska również swoją politykę cenową w przypadku oferowania klientom różnego rodzaju promocji. Na powyższe wskazuje korespondencja e-mail pomiędzy Solgar Polska a dystrybutorami, w której dystrybutorzy wprost zwracają się do Spółki z zapytaniem o ceny produktów: *„Jaka powinna być cena za cytryninan magnezu dla pacjenta. Nie mam nowego katalogu.”* (Dowód A); temat wiadomości: *„JAKA POWINNA BYĆ CENA BOTANICZNEGO KOMPLEKSU DLA KOBIEC”* (Dowód B). O fakcie konsultowania z Solgar Polska kwestii związanych z polityką cenową w przypadku promocji świadczyć może e-mail, w którym jeden z dystrybutorów Spółki zwrócił się do Solgar Polska a akceptację oferowania klientom Produktów Solgar Polska w zestawie: *„(...) chcielibyśmy zaproponować naszym klientom zakup w zestawie 3-5 (200-250zł) produktów Solgara (...) czy mogę prosić o sugestie”*, w odpowiedzi na co p. Barbara Szymaniak wskazała, że: *„Odnośnie do Pani pytania mam pytanie jak to się będzie miało do trzymania cen sugerowanych- skoro zrobimy zestaw 3-5 produktów za 200zł. Jeśli pakiet nie będzie wpływał na zmianę cen to chętnie przekażę sprawę Panu Wojtkowi, aby pomógł w doborze produktów.”* (Dowód C).

Dowody:

A. pochodząca z Solgar Polska wiadomość e-mail z dnia 28.01.2016 r. od [Pracownik Solgar Polska] na adres [informacja chroniona], temat: „Re: pytanie” wraz z wiadomością e-mail z dnia 28.01.2016 r. z adresu [informacja chroniona] do [Pracownik Solgar Polska] (k. 515);

B. pochodząca z Solgar Polska wiadomość e-mail z dnia 16.01.2017 r., od [Partner] do [Pracownik Solgar Polska], temat: „Jaka powinna być cena botanicznego kompleksu dla kobiet” (k. 594);

C. pochodząca z Solgar Polska wiadomość e-mail z dnia 18.09.2012 r. od B. Szymaniak do [Partner], temat: „Re: pomoc w przygotowaniu propozycji dla klientów” wraz z przekazaną wiadomością e-mail z dnia 13.09.2012 r. od [Partner] do B. Szymaniak (k. 427).

(59) Dowodem na istnienie ustaleń pomiędzy Solgar Polska a dystrybutorami detalicznymi Produktów Solgar Polska w zakresie minimalnych detalicznych cen Produktów Solgar Polska jest również dostosowywanie przez dystrybutorów swoich cen do nowego

minimalnego poziomu cen odsprzedaży ww. produktów, w reakcji na zmianę cenników przez Solgar Polska w lutym 2017 r.

- (60) Z dniem 1 lutego 2017 r. Spółka dokonała podwyżki obowiązujących cen hurtowych o ok. 4%, co wiązało się z podniesieniem również wysokości detalicznych cen odsprzedaży „dla pacjenta”. Solgar Polska poinformowała dystrybutorów o planowanej podwyżce, a następnie przesyłała im zmodyfikowane cenniki. Nowy cennik uwzględniający modyfikacje poziomu cen po podwyżce został przygotowany przez Zarząd Solgar Polska i oprócz cen hurtowych zawierał również rubrykę „dla pacjenta brutto” (Dowody A-C).

Dowody do akapitów (59) i (60):

- A. pochodząca z Solgar Polska wiadomość e-mail z dnia 09.12.2016 r. od G. Durkiewicz do [Pracownik Solgar Polska] i B. Szymaniak, temat: „Podwyżka cen” wraz z załącznikiem „Ceny 12.2016 Symulacja podwyżki xls.” (k. 585-589);
- B. pochodząca z Solgar Polska wiadomość e-mail z dnia 25.01.2017 r., od [Pracownik Solgar Polska] do „ukryci adresaci”, z ukrytą kopią przesłaną na adres: „[informacja chroniona]”, „[informacja chroniona]”, „[informacja chroniona]” i in., temat: „Solgar – nowy cennik” (k. 600);
- C. pochodząca z Solgar Polska wiadomość e-mail z dnia 31.01.2017 r. od [Pracownik Solgar Polska] do [Pracownik Solgar Polska], B Szymaniak i in., temat: „Pakiet Solgar – nowe ceny” (k. 603-605).
- (61) W reakcji na spływające od dystrybutorów zapytania, czy podwyżka cen hurtowych z lutego 2017 r. wiąże się z koniecznością podniesienia również stosowanej przez dystrybutorów „ceny dla pacjenta”, Spółka potwierdzała konieczność dokonania takich modyfikacji, a także zapewniała, że ustalenia dotyczą wszystkich dystrybutorów i Solgar Polska będzie kontrolowała respektowanie ustaleń przez wszystkich dystrybutorów. O powyższym świadczy korespondencja pomiędzy jednym z dystrybutorów a pracownikami Solgar Polska, w której na pytanie dystrybutora: „*proszę o informację, czy podwyżka dotyczy wszystkich produktów? (...) Czy podwyżka dotyczy cen zakupu, czy również sugerowanych cen detalicznych dla pacjenta?*” pracownik Solgar Polska poinformował, że: „*(...) Jeżeli ulega zmianie cena zakupu to również cena sugerowana dla Pacjenta. Tak wszystkich produktów.*” (Dowód A). W innej wiadomości na informacje od dystrybutora: „*Dziękujemy za informację. Bardzo prosimy o przesłanie nowego cennika detalicznego. Czy w związku z powyższym dostaniemy również aktualne biuletyny, zawierające już nowe ceny detaliczne? Czy nie będzie problemu z dopilnowaniem podwyżek cen produktów oferowanych w internecie? (...)*” pracownik Solgar Polska udzielił następującej odpowiedzi: „*Wyślemy Państwu później aktualny cennik, czekamy również na Nowe biuletyny które są w trakcie drukowania i będzie je do Państwa wysyłać jak już będziemy mieć na magazynie. Będziemy sprawdzać i robić wszystko co w naszej mocy żeby wszędzie ceny były takie same. (...)*”

(Dowód B). Kolejnym dowodem na powyższą okoliczność jest skierowane do Spółki pytanie dystrybutora: „Czy to oznacza że od 1 lutego mam zmienić ceny detaliczne dla pacjenta?”, na które pracownik Solgar Polska odpowiedział: „TAK” (Dowód C) jak również wymiana korespondencji pomiędzy dystrybutorem a pracownikiem Solgar Polska, w której na pytanie dystrybutora: „nowe ceny będą wszędzie obowiązywać od 1 lutego?” pracownik Solgar Polska odpowiedział: „Tak Pani Marto od 1 lutego obowiązują już te nowe ceny.” Ponadto na ponowne pytanie dystrybutora o treści: „Chcę się upewnić, czy np. w internecie też będą nowe ceny. Czy np. nie będzie takiej sytuacji, że apteki internetowe będą sprzedawać zapasy w starych cenach?” pracownik Solgar Polska odpowiedział: „Wszędzie mają być nowe ceny. Będziemy kontrolować, aby zmiana cen dotyczyła wszystkich.” (Dowód D). Podobnie na pytanie innego dystrybutora: „Czy nowe ceny detaliczne obowiązują też na preparaty zakupione przed 01 lutego? Czy możemy utrzymać stare do wyczerpania zapasów?” pracownik Solgar Polska, powołując się na informacje otrzymane od Członka Zarządu Solgar Polska, odpowiedział: „Z informacji jaką otrzymałam od przełożonej pani B. Szymaniak z dniem 1 lutego powinny się zmienić ceny na wszystkie produkty, nawet te zakupione przed podwyżką.” (Dowód E). Jeszcze innym dowodem na przedmiotową okoliczność jest sytuacja, w której na pytanie dystrybutora: „(...) I co ze sprzedażą internetową? Czy nowy cennik powinien pojawić się u wszystkich 1 lutego czy nie interesuje Was to za bardzo?” pracownik Solgar Polska odpowiedział: „Od 1 lutego jest zmiana cen i powinny być one zmienione w aptece jak i na stronie internetowej.” (Dowód F).

Dowody:

- A. pochodząca z Solgar Polska wiadomość e-mail z dnia 02.01.2017 r. od [Pracownik Solgar Polska] do [Partner], temat: „Re: Solgar zmiana cen z dniem 01.02.2017” wraz z wiadomością e-mail z dnia 02.01.2017 r. od [Partner] do [Pracownik Solgar Polska] (brak tematu) oraz wiadomością e-mail z dnia 02.01.2017 r. od [Pracownik Solgar Polska] do „ukryci-adresaci” (brak tematu) (k. 593);
- B. pochodząca z Solgar Polska wiadomość e-mail z dnia 2.01.2017 r. od [Partner] do pracownicy Solgar Polska [Pracownik Solgar Polska], temat: „Solgar zmiana cen z dn. 01.02.2017” i pochodząca z Solgar Polska wiadomość e-mail z dnia 25.01.2017 r. (godz. 15:17), od pracownicy Solgar Polska [Pracownik Solgar Polska] wraz z wiadomością e-mail z dnia 26.01.2017 r. od [Partner] do [Pracownik Solgar Polska], temat: „Solgar nowy cennik” oraz dalsza korespondencja z tego samego dnia pomiędzy [Pracownik Solgar Polska] a [Partner] (e-maile z godz. 11:46 i godz. 12:00 - k. 84 i 85);
- C. pochodząca z Solgar Polska wiadomość e-mail z dnia 25.01.2017 r. od [Pracownik Solgar Polska] do [Partner], temat: „Re: Solgar – nowy cennik” wraz z wiadomością e-mail z dnia 25.01.2017 r. (godz. 15:46) od [Partner] do [Pracownik Solgar Polska], (brak tematu) oraz wiadomością e-mail z

dnia 25.01.2017 r. (godz. 15:35) od [Pracownik Solgar Polska], (brak adresatów; brak tematu) (k. 596);

D. pochodząca z Solgar Polska wiadomość e-mail z dnia 25.01.2017 r. (godz. 15:17), od pracownicy Solgar Polska [Pracownik Solgar Polska] wraz z wiadomością e-mail z dnia 26.01.2017 r. od [Partner] do [Pracownik Solgar Polska], temat: „Solgar nowy cennik” oraz dalsza korespondencja z tego samego dnia pomiędzy [Pracownik Solgar Polska] a [Partner] (e-maile z godz. 11:46 i godz. 12:00) (k. 84 i 85);

E. pochodząca z Solgar Polska wiadomość e-mail z dnia 26.01.2017 r., od [Pracownik Solgar Polska] do [Partner], temat: „RE: Solgar – nowy cennik” wraz z wiadomością e-mail z dnia 25.01.2017 r. od [Partner] do [Pracownik Solgar Polska], (brak tematu) oraz wiadomością e-mail z dnia 25.01.2017 r. od [Pracownik Solgar Polska] do „ukryci-adresaci”, temat: „Solgar – nowy cennik”) (k. 598);

F. pochodząca z Solgar Polska wiadomość e-mail z dnia 08.02.2017 r., od [Pracownik Solgar Polska] do [Partner], temat: „Re: zapytanie” wraz z wiadomością e-mail z dnia 08.02.2017 r. od [Partner] do [Pracownik Solgar Polska] (brak tematu) (k. 607).

(62) Spółka kierowała wiadomości do dystrybutorów w celu skłonienia ich do dostosowania detalicznych cen odsprzedaży Produktów Solgar Polska do cen po podwyżce z lutego 2017 r. W treści komunikatów kierowanych przez Solgar Polska do dystrybutorów, pojawiały się następujące sformułowania: *„Przypominamy o nowym cenniku, który obowiązuje od 1 lutego 2017 r.”*; *„Zwracamy uwagę, iż w dbałości o Państwa, sugerowane ceny dla Pacjentów, również uległy zmianie.”* (Dowód A).

Dowód: pochodząca z Solgar Polska wiadomość e-mail z dnia 21.03.2017 r. od [informacja chroniona] do [Pracownik Solgar Polska], temat: „Re: Solgar-cennik” wraz z wiadomością e-mail z dnia 21.03.2017 r. od [Pracownik Solgar Polska] (brak adresatów), temat: „Solgar-cennik” (k. 614).

(63) W odpowiedzi na kolejne kierowane do dystrybutorów wezwania do podniesienia detalicznych cen odsprzedaży Produktów Solgar Polska, Spółka otrzymywała wyraźne informacje od dystrybutorów, że zastosowali się do ogłoszonej podwyżki z lutego 2017 r., podnosząc swoje detaliczne ceny odsprzedaży Produktów Solgar Polska. Niektórzy dystrybutorzy informowali jednocześnie, że nie wszyscy dystrybutorzy zastosowali się do podwyżki: *„My ze swojej strony się zastosowaliśmy, jednak obserwujemy w internecie, że większość aptek zachowała niższe ceny.”* (Dowód A); *„Podnieśliśmy ceny i pacjenci zgłaszają nam, że „tylko u Was taka cena””* (Dowód B); *„zmieniliśmy ceny równo 1 lutego, więc u nas jest wszystko jak najbardziej w porządku.”* (Dowód C); *„Już wszystkie znowelizowane.”* (Dowód D); *„w naszym sklepie ceny zostały uaktualnione w lutym 2017 roku.”* (Dowód E); *„cennik został poprawiony. Dzięki za przypomnienie.”* (Dowód F);

„Zmiany wprowadziliśmy od 01 lutego i wszystko powinno być w porządku.” (Dowód G); „Dziękujemy za informację. Tym samym pragnę poinformować, iż nasza apteka w pełni dostosowała poziomy cen do przesłanych. Bardzo proszę o zwrócenie uwagi innym sprzedawcom, którzy nadal tych cen nie zmienili. Głównie tych listujących oferty w serwisie ceneo.pl Z góry dziękuję za sprawną interwencję.” (Dowód H); „(...) prosiłbym o zwrócenie uwagi właścicielowi [Partner] (...) wystawiającemu na allegro jako [Partner], że są już od lutego nowe ceny. Sprzedawca ma stare ceny niższe od obowiązujących. [tutaj zostaje podany adres do aukcji internetowej dystrybutora w portalu aukcyjnym – wyjaśnienia Prezesa Urzędu]” (Dowód I). Na opisane powyżej okoliczności wskazuje również korespondencja pomiędzy Prezes Zarządu Solgar Polska, a koordynatorem krajowym Solgar Polska, w której p. Grażyna Durkiewicz przekazała p. [Pracownik Solgar Polska] otrzymaną od jednego z dystrybutorów Solgar Polska wiadomość e-mail o treści: „Pani Prezes, piszę do Pani gdyż spadła nam bardzo sprzedaż internetowa preparatów. Podnieśliśmy ceny wg Waszego nowego cennika, ale niestety wiele aptek w tym nasza bezpośrednia konkurencja utrzymuje stare ceny, nie mamy szans konkurować. Prosimy o informacje czy mamy obniżyć ceny czy będziecie Państwo wyciągać konsekwencje wobec firm, które działają wg własnego uznania?”, na co p. [Pracownik Solgar Polska] odpowiedział: „już się tym zajmuję” (Dowód J).

Dowody:

- A. pochodząca z Solgar Polska wiadomość e-mail z dnia 10.02.2017 r. od [Pracownik Solgar Polska] do [Pracownik Solgar Polska], temat: „Fwd: ceny (zmiana od lutego)” wraz z przekazaną wiadomością e-mail z dnia 10.02.2017 r. przesłaną z adresu: [informacja chroniona] do [Pracownik Solgar Polska], temat: „ceny (zmiana od lutego)” (k. 606);
- B. pochodząca z Solgar Polska wiadomość e-mail z dnia 14.02.2017 r. od [Pracownik Solgar Polska] do [Pracownik Solgar Polska], temat: „Re: Fwd: Re: Solgar zmiana cen z dn. 01.02.2017” wraz z wiadomością e-mail z dnia 14.02.2017 r. od [Partner] do [Pracownik Solgar Polska] i [Pracownik Solgar Polska] oraz z wiadomością e-mail z dnia 02.01.2017 r. od [Pracownik Solgar Polska] (brak adresatów, brak tematu), (k. 608);
- C. pochodząca z Solgar Polska wiadomość e-mail z dnia 21.03.2017 r. od [informacja chroniona] do [Pracownik Solgar Polska], temat: „Re: Solgar-cennik” wraz z wiadomością e-mail z dnia 21.03.2017 r. od [Pracownik Solgar Polska] (brak adresatów), temat: „Solgar-cennik” (k. 614);
- D. pochodząca z Solgar Polska wiadomość e-mail z dnia 21.03.2017 r. od [Partner] do [Pracownik Solgar Polska], temat: „Odp: Solgar-cennik” wraz z wiadomością e-mail z dnia 21.03.2017 r. od [Pracownik Solgar Polska] (brak adresatów, brak tematu), (k. 615);
- E. pochodząca z Solgar Polska wiadomość e-mail z dnia 22.03.2017 r. (godz. 15:40) od [Pracownik Solgar Polska] do [Partner], temat: „Re: Solgar-cennik” wraz z wiadomością e-mail z dnia

- 22.03.2017 r. (godz. 15:39) od [Partner] do [Pracownik Solgar Polska], (brak tematu), oraz wiadomością e-mail z dnia 21.03.2017 r. od [Pracownik Solgar Polska] (brak adresatów, brak tematu), (k. 616);
- F. pochodząca z Solgar Polska wiadomość e-mail z dnia 31.03.2017 r. od [Partner] do [Pracownik Solgar Polska], temat: „Re: Solgar-cennik”, wraz z wiadomością e-mail z dnia 21.03.2017 r. od [Pracownik Solgar Polska] do „ukryci-adresaci”, temat: „Solgar-cennik” (k. 618);
- G. pochodząca z Solgar Polska wiadomość e-mail z dnia 04.04.2017 r. (godz. 14:14) od [Pracownik Solgar Polska] do [Partner], temat: „Re: Solgar-cennik” wraz z wiadomością e-mail z dnia 04.04.2017 r. (godz. 14:13) od [Partner] do [Pracownik Solgar Polska], (brak tematu) oraz wiadomością e-mail z dnia 04.04. 2017 r. (godz. 9:15) od [Pracownik Solgar Polska] do „ukryci adresaci”, temat: „Solgar-cennik” (k. 623);
- H. pochodząca z Solgar Polska wiadomość e-mail z dnia 22.03.2017 r. od pracownicy Solgar Polska [Pracownik Solgar Polska] do ukrytych adresatów, temat: „Solgar – cennik ” wraz z odpowiedzią [Partner], tj. e-mailem z 07.04.2017 r. (k. 94);
- I. pochodząca z Solgar Polska wiadomość e-mail z dnia 02.08.2017 r. od [Partner] do [Pracownik Solgar Polska], temat: „Ceny na allegro” (k. 654);
- J. pochodząca z Solgar Polska wiadomość e-mail z dnia 03.04.2017 r. od [Pracownik Solgar Polska] do G. Durkiewicz, temat: „Re: Ceny w internecie [Partner] wraz z wiadomością e-mail z dnia 03.04. 2017 r. od G. Durkiewicz do [Pracownik Solgar Polska] (brak tematu) wraz z przekazaną wiadomością e-mail z dnia 02.04.2017 r. od [Partner] do G. Durkiewicz, [Pracownik Solgar Polska] i [Partner], temat: „Ceny w internecie [Partner]” (k. 619).
- (64) Po podwyższeniu cen w 2017 r., Solgar Polska nie tylko odbierała sygnały od dystrybutorów, ale również we własnym zakresie monitorowała, czy wszyscy dystrybutorzy dostosowali ceny do podwyżki detalicznych cen odsprzedaży Produktów Solgar Polska ogłoszonych przez Spółkę. Pracownicy Solgar Polska przygotowywali zestawienia dystrybutorów, którzy nie zmienili cen. W przypadku zidentyfikowania dystrybutorów, którzy nie zmienili cen, pracownicy Solgar Polska zwracali się do nich o zmianę ceny. Z treści przedmiotowych zestawień wynikało, że pracownicy Solgar Polska kontaktowali się telefonicznie z dystrybutorami, którzy nie zmienili cen w celu przypomnienia im o podwyższeniu i skłonienia ich do podwyższenia cen: *„Zmienili, ale nie wszystkie ceny”, „nie wszystkie zmienione”, „nie odbierają”, „tylko część cen zmieniona, nie odbierają”, „nie wszystkie zmienione ceny”, „nie było osoby odpowiedzialnej, później nie odbierali”, „numer zajęty cały czas”, „problemy ze stroną internetową, jak naprawią od razu zmienią ceny”* (Dowód A); *„do 19.05 wszystko zmienią”, „OBIECAŁ ŻE ZMIENI, NIE ZMIENIAŁ BO INNI NIE ZMIENIAJĄ”, „pojedyncze ceny nie zmienione”, „Marcin dzwonił ”, „nie odbierają”, „mało zmienionych cen”, „obiecał, że zmieni”, „Problemy ze stroną internetową, jak naprawią od razu zmienią ceny”* (Dowód B); *„NIE WSZYSTKIE CENY ZMIENIONE” do*

19.05 wszystko zmienia”, „OBIECAŁ ŻE ZMIENI, NIE ZMIENIAŁ BO INNI NIE ZMIENIAJĄ”, „pojedyncze ceny nie zmienione”, „NIE ZMIENIONE”, „wyższe ceny, niż powinno być”, „obiecała, że zmieni, nie zmienione” (Dowód C).

Dowody:

- A. pochodząca z Solgar Polska wiadomość e-mail z dnia 18.04.2017 r. od [Pracownik Solgar Polska] do [Pracownik Solgar Polska] i [Pracownik Solgar Polska], temat: „Apteki- Ceny” wraz załącznikiem: „Apteki, które nie Zmieniły Ceny 1xlsx” (k. 625-626);
- B. pochodząca z Solgar Polska wiadomość e-mail z dnia 17.05.2017 r., od [Pracownik Solgar Polska] do [Pracownik Solgar Polska] i [Pracownik Solgar Polska] (brak tematu) wraz załącznikiem: „Apteki, Które nie Zmieniły Ceny 1.xlsx (k. 627-628);
- C. pochodząca z Solgar Polska wiadomość e-mail z dnia 06.06.2017 r. (godz. 13:36) od [Pracownik Solgar Polska] do [Pracownik Solgar Polska], temat: „Re” wraz z wiadomością e-mail z dnia 06.06.2017 r. od [Pracownik Solgar Polska] do [Pracownik Solgar Polska] z adnotacją, że do wiadomości był załączony załącznik: „Apteki Które nie Zmieniły Ceny 1 – Kopia.xlsx” (brak treści załącznika) (k. 633) oraz pochodząca z Solgar Polska wiadomość e-mail z dnia 06.06.2017 r. (godz. 20:45) od [Pracownik Solgar Polska] do [Pracownik Solgar Polska], temat: „Re” wraz z wiadomością e-mail z dnia 06.06.2017 r. od [Pracownik Solgar Polska] do [Pracownik Solgar Polska], (brak tematu), wraz z załącznikiem – tabelą zawierającą zestawienie aptek) (k. 634-635).

4.2. Monitorowanie przez Solgar Polska cen odsprzedaży Produktów Solgar Polska stosowanych przez dystrybutorów detalicznych

- (65) Prezes Urzędu dokonał ustaleń świadczących o monitorowaniu przez Spółkę cen odsprzedaży Produktów Solgar Polska stosowanych przez dystrybutorów detalicznych zarówno w ramach sprzedaży realizowanej za pośrednictwem sieci Internet, jak i za pośrednictwem placówek stacjonarnych. Monitoring ten był z jednej strony prowadzony we własnym zakresie przez samą Spółkę, a z drugiej strony opierał się na sygnałach otrzymywanych przez Spółkę od dystrybutorów detalicznych.

4.2.1. Monitoring prowadzony przez Solgar Polska we własnym zakresie

- (66) Spółka stosowała różnorodne metody monitoringu prowadzonego we własnym zakresie. e Monitoring prowadzony był za pośrednictwem koordynatorów (przedstawicieli) Spółki, którzy przeprowadzali wizytacje w punktach stacjonarnych dystrybutorów detalicznych. Z przeprowadzonych kontroli były sporządzane raporty, przekazywane następnie Zarządowi Spółki (Dowody A-E).

Dowody:

- A. pochodzący z Solgar Polska „Raport z wizyt w dniach 18-19.12.2014 r. z aptek w Krakowie” sporządzony przez koordynatora Solgar Polska [Pracownik Solgar Polska] wraz z e-mailami z dnia 22.12.2014 r. od [Pracownik Solgar Polska] do [Pracownik Solgar Polska], od [Pracownik Solgar Polska] do B., Szymaniak, od B. Szymaniak do G. Durkiewicz i [Pracownik Solgar Polska] (k. 65-70);
- B. pochodząca z Solgar Polska wiadomość e-mail z dnia 10.03.2015 r. od [Pracownik Solgar Polska] do B. Szymaniak, [Pracownik Solgar Polska] i G. Durkiewicz, z kopią do [Pracownik Solgar Polska], temat: „Raport – [Partner]” wraz z załącznikiem „Raport – [Partner]” (k. 497-503);
- C. pochodząca z Solgar Polska wiadomość e-mail z dnia 01.10.2012 r. od [Pracownik Solgar Polska] do B. Szymaniak, temat: „Raporty” wraz z załącznikiem: [Pracownik Solgar Polska]_Raport_2012.09.xls” (k. 429-430);
- D. pochodząca z Solgar Polska wiadomość e-mail z dnia 22.08.2013 r. od [Pracownik Solgar Polska] do [Pracownik Solgar Polska] z kopią do B. Szymaniak i G. Durkiewicz, temat: „[Partner]” (k. 432);
- E. pochodząca z Solgar Polska wiadomość e-mail z dnia 1.02.2017 r. od koordynatora Solgar Polska [Pracownik Solgar Polska] do Członków Zarządu Solgar Polska B. Szymaniak, [Pracownik Solgar Polska], G. Durkiewicz, temat: „Raport ze spotkania koordynatorów – styczeń 2017” wraz załącznikiem „Raport ze spotkania koordynatorów 24.01” (k. 86-90).

(67) Koordynatorzy dokonywali weryfikacji detalicznych cen Produktów Solgar Polska stosowanych przez dystrybutorów za pomocą różnych metod. Kontrola cen była dokonywana w szczególności poprzez obserwację cen i rozmowy z kierownictwem podczas wizytacji placówek dystrybutora. Powyższe okoliczności potwierdza treść raportu z wizytacji placówek dystrybutorów w jednym z miast, przesłanego przez koordynatora Solgar Polska do Zarządu Solgar Polska, w którym koordynator wskazywał na poziomy cen stosowane u poszczególnych dystrybutorów oraz opisywał rozmowy przeprowadzane przez siebie z kierownictwem aptek. W przypadku niezgodności ceny detalicznej stosowanej przez dystrybutora z ustaloną minimalną detaliczną ceną odsprzedaży Produktów Solgar Polska, koordynator określał ceny jako „zaniżone”: „Ceny płynne w aptece od 5 do 10 % rabatu – ustaliłem w rozmowie z kierownictwem”; „Cena WSP 59,99 zł – zaniżone” (Dowód A). Podobnie w korespondencji z Zarządem Solgar Polska jeden z koordynatorów, relacjonując wizytację w placówce dystrybutora, porównywał detaliczne ceny odsprzedaży poszczególnych Produktów Solgar Polska stosowane przez tego dystrybutora z ustaloną minimalną detaliczną ceną odsprzedaży Produktów Solgar Polska – np. „53 vs 57”, „74,70 vs 88”, podając jednocześnie poziom zaobserwowanych przez siebie rozbieżności – np. „-4 zł”, „OK”, „-13,30 zł” (Dowód B).

Dowody:

- A. pochodzący z Solgar Polska „Raport z wizyt w dniach 18-19.12.2014 r. z aptek w Krakowie” sporządzony przez koordynatora Solgar Polska [Pracownik Solgar Polska] wraz z e-mailami z dnia 22.12.2014 r. od [Pracownik Solgar Polska] do [Pracownik Solgar Polska], od [Pracownik Solgar Polska] do B., Szymaniak, od B. Szymaniak do G. Durkiewicz i [Pracownik Solgar Polska] (k. 65-70);
- B. pochodząca z Solgar Polska wiadomość e-mail z dnia 22.08.2013 r. od [Pracownik Solgar Polska] do [Pracownik Solgar Polska] z kopią do B. Szymaniak i G. Durkiewicz, temat: [Partner] (k. 432).

(68) Ponadto koordynatorzy, podczas wizytacji placówek - w celu kontroli stosowanych przez dystrybutorów detalicznych cen odsprzedaży Produktów Solgar Polska - przeprowadzali tzw. „zakupy kontrolowane”. Powyższe potwierdza treść raportu z wizytacji placówek dystrybutorów przesłanego przez koordynatora do Zarządu Solgar Polska, w którym opisane zostało niestosowanie się przez dystrybutora do ustaleń dotyczących minimalnych cen odsprzedaży: *„Ceny produktów zaniżane – WSP zakupiłem za 54,95 zł na paragon (około 11% taniej)”*; *„Ceny podaje sugerowane, ale przy zakupie dwóch sztuk już zaczynają się widelki 5-7% rabatu. Na pytanie czy to ostateczna cena, uzyskałem odpowiedź, że po 14 jak będzie kierownik to może jeszcze coś „urwie dodatkowo”*; *„Zakupiłem 2 produkty po zaniżonych cenach: około 6% taniej na paragon (Female Multiple w cenie 82,78 zł oraz Gentle Iron w cenie 53, 72 zł).”*; *„ceny zaniżane: Female Multiple zakupiłem za 69,90 zł (około 21%)”* (Dowód A). W korespondencji pomiędzy pracownikami Solgar Polska, jeden z koordynatorów wskazał Solgar Polska, że przeprowadził u dystrybutora tzw. „zakup kontrolowany”: *„przekazałem wczoraj Pani Barbarze Szymaniak paragon oraz produkt z zakupu kontrolowanego, którego dokonał Pan [Pracownik Solgar Polska] adres jw. Wcześniej wysyłał kopie tego paragonu w rozliczeniu miesięcznym.”* (Dowód B).

Dowody:

- A. pochodzący z Solgar Polska „Raport z wizyt w dniach 18-19.12.2014 r. z aptek w Krakowie” sporządzony przez koordynatora Solgar Polska [Pracownik Solgar Polska] wraz z e-mailami z dnia 22.12.2014 r. od [Pracownik Solgar Polska] do [Pracownik Solgar Polska], od [Pracownik Solgar Polska] do B., Szymaniak, od B. Szymaniak do G. Durkiewicz i [Pracownik Solgar Polska] (k. 65-70);
- B. pochodząca z Solgar Polska wiadomość e-mail z dnia 23.11.2016 r. od pracownika Solgar [Pracownik Solgar Polska] do [Pracownik Solgar Polska], temat: „Zakup kontrolowany – [Pracownik Solgar Polska], [Partner] (k. 78).

(69) Spółka prowadziła również monitoring detalicznych cen odsprzedaży Produktów Solgar Polska w Internecie, czym zajmowali się pracownicy Działu Telemarketingu Solgar Polska oraz koordynatorzy Solgar Polska. Powyższe potwierdza korespondencja, z której wynika, że pracownicy Solgar Polska monitorowali poziom detalicznych cen odsprzedaży Produktów

Solgar Polska stosowanych przez dystrybutorów i porównywali te ceny z poziomem ustalonych minimalnych detalicznych cen odsprzedaży. W wiadomości do Członka Zarządu Solgar Polska, koordynator Solgar Polska przekazał adres internetowy apteki, która jak wskazał: „*notorycznie zaniża ceny i to bardzo.*” (Dowód A). W innej wiadomości do Członka Zarządu Solgar Polska, koordynator Solgar Polska przedstawił efekty przeprowadzonego przez siebie monitoringu detalicznych cen odsprzedaży Produktów Solgar Polska u dystrybutorów prowadzących sprzedaż za pośrednictwem Internetu, który - według przekazanych przez niego informacji - objął „*jakiś 70-90% adresów w Polsce, gdzie nasze produkty są sprzedawane w sieci*”. W ramach przedmiotowego podsumowania koordynator wskazał, że „*niestety przeważnie apteki zaniżają przy tym ceny*”. W dalszej części koordynator wymienił dystrybutorów ze wskazaniem adresów ich stron internetowych oraz aukcji internetowych prowadzonych przez tych dystrybutorów na platformach internetowych wskazując każdorazowo, czy ceny są „*zaniżone*”, czy „*zgodne z cennikiem*” (Dowód B). Innym dowodem na okoliczność prowadzenia przez Spółkę monitoringu detalicznych cen odsprzedaży Produktów Solgar Polska w Internecie jest korespondencja pomiędzy pracownikiem Solgar Polska a koordynatorem Solgar Polska, w ramach której pracownik Solgar Polska podał adresy stron internetowych porównywarki cenowej ceneo.pl obrazujące poziom detalicznych cen odsprzedaży Produktów Solgar Polska u kilkunastu dystrybutorów prowadzących sprzedaż za pośrednictwem sieci Internet. W ramach przedmiotowej korespondencji pracownik Solgar Polska dokonał następnie porównania detalicznych cen odsprzedaży Produktów Solgar Polska stosowanych przez danego dystrybutora z ceną odpowiadającą ustalonej minimalnej detalicznej cenie odsprzedaży, którą określał jako: „*cenę prawidłową*” (Dowód C). Kolejnym dowodem na okoliczność prowadzenia przez Spółkę monitoringu detalicznych cen odsprzedaży Produktów Solgar Polska w Internecie jest wiadomość, w której pracownik Solgar Polska przekazał koordynatorom Solgar Polska listę aptek, które – jak wskazał – „*nie trzymają cen*” (Dowód D). Dowód na ww. okoliczność stanowi również wiadomość, w której pracownik Solgar Polska - w reakcji na przekazane przez jednego z dystrybutorów sygnały dotyczące cen detalicznych na aukcjach internetowych prowadzonych w portalu aukcyjnym -informuje, że: „*Ceny w internecie są przez Nas na bieżąco monitorowane [pisownia oryginalna]*” (Dowód E).

Dowody:

- A. pochodząca z Solgar Polska wiadomość e-mail z dnia 18.03.2011 r. od [Pracownik Solgar Polska] do [Pracownik Solgar Polska] i B. Szymaniak, temat: „Obniżone mocno ceny.” (k. 420);
- B. pochodząca z Solgar Polska wiadomość e-mail z dnia 24.03.2011 r. od B. Szymaniak do G. Durkiewicz, temat: „Fwd: sprzedaż internetowa produktów Solgar” oraz wiadomość e-mail z dnia

24.03.2011 r. od pracownika Solgar Polska [Pracownik Solgar Polska] do B. Szymaniak, temat: „Sprzedaż internetowa produktów Solgar” (k.52-59);

- C. pochodząca z Solgar Polska wiadomość e-mail z dnia 18.12.2014 r. od [Pracownik Solgar Polska] do [Pracownik Solgar Polska], temat: „linki” (k. 486), pochodząca z Solgar Polska wiadomość e-mail z dnia 02.01.2015 r. (godz. 12:33) od [Pracownik Solgar Polska] do [Pracownik Solgar Polska], temat: „Re: linki” wraz z przekazanym fragmentem wiadomości e-mail z dnia 18.12.2014 r. od [Pracownik Solgar Polska] do [Pracownik Solgar Polska] (k. 488) oraz pochodząca z Solgar Polska wiadomość e-mail z dnia 02.01.2015 r. (godz. 12:49) od [Pracownik Solgar Polska] do [Pracownik Solgar Polska], temat: „Re: linki” wraz z przekazanym fragmentem wiadomości e-mail z dnia 18.12.2014 r. od [Pracownik Solgar Polska] do [Pracownik Solgar Polska] (k. 486-489);
- D. pochodząca z Solgar Polska wiadomość e-mail z dnia 13.10.2017 r. od [Pracownik Solgar Polska] do [Pracownik Solgar Polska], temat: „Fwd: Apteki Internetowe” wraz z przekazaną wiadomością e-mail z dnia 12.10.2017 r. od [Pracownik Solgar Polska] do [Pracownik Solgar Polska], [Pracownik Solgar Polska] i [Pracownik Solgar Polska] temat: „Apteki Internetowe” (k. 677);
- E. pochodząca z Solgar Polska wiadomość e-mail z dnia 15.10.2015 r. (godz. 14:31) od [Partner] do [Pracownik Solgar Polska], temat: „RE: z internetu z piekła rodem” wraz z wiadomością e-mail z dnia 15.10.2015 r. od [Pracownik Solgar Polska] do [Partner], temat: „RE: z internetu z piekła rodem” oraz wiadomością e-mail z dnia 15.10.2015 r. (godz. 12:57) od [Partner] do [Pracownik Solgar Polska] (brak tematu), (k. 511 i 512).

(70) Ponadto, informacje o poziomie stosowanych przez dystrybutorów detalicznych cen odsprzedaży Produktów Solgar Polska i zgodności tych cen z poziomem ustalonych minimalnych detalicznych cen odsprzedaży Produktów Solgar Polska gromadził także Dział Administracyjno-Finansowy Solgar Polska, który analizował ceny umieszczone na opakowaniach produktów pochodzących ze zwrotów. Opisane powyżej okoliczności potwierdzają wiadomości e-mail przesyłane przez pracownika Działu Administracyjno-Finansowego Solgar Polska – p. [Pracownik Solgar Polska] m.in. do Członków Zarządu Solgar Polska, w ramach których p. [Pracownik Solgar Polska] zgłaszała, u których dystrybutorów dostrzegła stosowanie detalicznych cen odsprzedaży Produktów Solgar Polska na poziomie poniżej ustalonych minimalnych detalicznych cen odsprzedaży Produktów Solgar Polska. Należy tu wskazać wiadomości e-mail przesłane przez p. [Pracownik Solgar Polska] do Członków Zarządu Solgar Polska i koordynatorów Solgar Polska o treści: „*wśród produktów zwróconych z apteki były produkty z naklejkami z zaniżonymi cenami*” (Dowód A i Dowód B). W dalszej części korespondencji p. [Pracownik Solgar Polska] informowała o tym, jakie ceny znajdowały się na naklejkach oraz jakie ceny: „*powinny*” się na nich znajdować: „*wapń chelat – było 49,50 zł, powinno być 64 zł chrom – było 70,65 zł, powinno być 76 zł*” (Dowód A); „*HCA – było 85 zł, powinno być 97 zł all in*”

one – było 41,90 zł, powinno być 43 zł” (Dowód B). Z kolei w odniesieniu do detalicznych cen odsprzedaży, zgodnych z ustaloną minimalną detaliczną ceną odsprzedaży Produktów Solgar Polska, p. [Pracownik Solgar Polska] wskazywała, że: „pozostałe 2 szt. miały już naklejoną po raz drugi, ale poprawną cenę”, „reszta produktów – dobre ceny” (Dowód A). Pani [Pracownik Solgar Polska] wielokrotnie informowała Członków Zarządu Solgar Polska, koordynatorów Solgar Polska oraz innych pracowników Solgar Polska o dostrzeżonych przez nią, na podstawie analizy cen umieszczonych na opakowaniach produktów pochodzących ze zwrotów, przypadkach stosowania przez dystrybutorów detalicznych cen odsprzedaży Produktów Solgar Polska na poziomie poniżej ustalonych minimalnych detalicznych cen odsprzedaży Produktów Solgar Polska (Dowody C-LL).

Dowody:

- A. pochodząca z Solgar Polska wiadomość e-mail z dnia 27.03.2014 r. od [Pracownik Solgar Polska] do B. Szymaniak, z kopią do [Pracownik Solgar Polska], temat: „Zaniżone ceny w [Partner] (k. 64);
- B. pochodząca z Solgar Polska wiadomość e-mail z dnia 27.03.2014 r. od [Pracownik Solgar Polska] do B. Szymaniak, z kopią do [Pracownik Solgar Polska], temat: „Zaniżone ceny w [Partner] (k. 450);
- C. pochodząca z Solgar Polska wiadomość e-mail z dnia 24.03.2014 r. od [Pracownik Solgar Polska] do B. Szymaniak, z kopią do [Pracownik Solgar Polska], temat: „Zaniżone ceny w [Partner] (k. 446);
- D. pochodząca z Solgar Polska wiadomość e-mail z dnia 25.04.2014 r. od [Pracownik Solgar Polska] do B. Szymaniak, z kopią do [Pracownik Solgar Polska], temat: „Zaniżone ceny w [Partner] (k. 452);
- E. pochodząca z Solgar Polska wiadomość e-mail z dnia 29.04.2014 r. (godz. 12.09) od [Pracownik Solgar Polska] do B. Szymaniak, z kopią do [Pracownik Solgar Polska] i [Pracownik Solgar Polska], temat: „Zaniżone ceny w [Partner]; [treść wiadomości e-mail dotyczy [Partner] – wyj. Prezesa Urzędu] (k. 453);
- F. pochodząca z Solgar Polska wiadomość e-mail z dnia 29.04.2014 r. (godz. 12:11) od [Pracownik Solgar Polska] do B. Szymaniak, z kopią do [Pracownik Solgar Polska] i [Pracownik Solgar Polska], temat: „Zaniżone ceny w ” [Partner]” (k. 454);
- G. pochodząca z Solgar Polska wiadomość e-mail z dnia 29.04.2014 r. (godz. 12:57) od [Pracownik Solgar Polska] do B. Szymaniak, z kopią do [Pracownik Solgar Polska] i [Pracownik Solgar Polska], temat: „Zaniżone ceny w [Partner] (k. 455);
- H. pochodząca z Solgar Polska wiadomość e-mail z dnia 05.05.2014 r. od [Pracownik Solgar Polska] do B. Szymaniak, z kopią do [Pracownik Solgar Polska] i [Pracownik Solgar Polska], temat: „Zaniżone ceny w [Partner] (kolejne zgłoszenie)” (k. 456);

- I. pochodząca z Solgar Polska wiadomość e-mail z dnia 14.05.2014 r. od [Pracownik Solgar Polska] do B. Szymaniak, z kopią do [Pracownik Solgar Polska] i [Pracownik Solgar Polska], temat: „Zaniżone ceny w [Partner]” (k. 457);
- J. pochodząca z Solgar Polska wiadomość e-mail z dnia 19.05.2014 r. (godz. 12:02) od [Pracownik Solgar Polska] do B. Szymaniak i [Pracownik Solgar Polska], z kopią do [Pracownik Solgar Polska], temat: „Zaniżone ceny w [Partner]” (k. 458);
- K. pochodząca z Solgar Polska wiadomość e-mail z dnia 19.05.2014 r. (godz. 12:04) od [Pracownik Solgar Polska] do B. Szymaniak i [Pracownik Solgar Polska], z kopią do [Pracownik Solgar Polska], temat: „Zaniżone ceny w [Partner]” (k. 459);
- L. pochodząca z Solgar Polska wiadomość e-mail z dnia 02.06.2014 r. od [Pracownik Solgar Polska] do B. Szymaniak i [Pracownik Solgar Polska], z kopią do [Pracownik Solgar Polska], temat: „Zaniżone ceny w [Partner]” (k. 460);
- M. pochodząca z Solgar Polska wiadomość e-mail z dnia 04.06.2014 r. od [Pracownik Solgar Polska] do B. Szymaniak i [Pracownik Solgar Polska], z kopią do [Pracownik Solgar Polska], temat: „Zaniżone ceny w [Partner]” (k. 461);
- N. pochodząca z Solgar Polska wiadomość e-mail z dnia 10.06.2014 r. (godz. 10:30) od [Pracownik Solgar Polska] do B. Szymaniak i [Pracownik Solgar Polska], z kopią do [Pracownik Solgar Polska], temat: „Zaniżone ceny w [Partner]” (k. 462);
- O. pochodząca z Solgar Polska wiadomość e-mail z dnia 10.06.2014 r. (godz.10:32) od [Pracownik Solgar Polska] do [Pracownik Solgar Polska], temat: „RE: Zaniżone ceny w [Partner]” (k. 463);
- P. pochodząca z Solgar Polska wiadomość e-mail z dnia 10.06.2014 r. od [Pracownik Solgar Polska] do B. Szymaniak i [Pracownik Solgar Polska], z kopią do [Pracownik Solgar Polska], temat: „Zaniżone ceny w [Partner]” (k. 464);
- Q. pochodząca z Solgar Polska wiadomość e-mail z dnia 13.06.2014 r. od [Pracownik Solgar Polska] do B. Szymaniak i [Pracownik Solgar Polska], z kopią do [Pracownik Solgar Polska], temat: „Zaniżone ceny w [Partner]” (k. 465);
- R. pochodząca z Solgar Polska wiadomość e-mail z dnia 17.06.2014 r. od [Pracownik Solgar Polska] do B. Szymaniak i [Pracownik Solgar Polska], z kopią do [Pracownik Solgar Polska], temat: „Zaniżone ceny w [Partner]” (k. 466);
- S. pochodząca z Solgar Polska wiadomość e-mail z dnia 18.06.2014 r. od [Pracownik Solgar Polska] do B. Szymaniak i [Pracownik Solgar Polska], z kopią do [Pracownik Solgar Polska], temat: „Zaniżone ceny w [Partner]” (k. 467);
- T. pochodząca z Solgar Polska wiadomość e-mail z dnia 30.06.2014 r. od [Pracownik Solgar Polska] do B. Szymaniak i [Pracownik Solgar Polska], z kopią do [Pracownik Solgar Polska], temat: „Zaniżone ceny w [Partner]” (k. 468);

- U. pochodząca z Solgar Polska wiadomość e-mail z dnia 08.07.2014 r. od [Pracownik Solgar Polska] do B. Szymaniak i [Pracownik Solgar Polska], z kopią do [Pracownik Solgar Polska], temat: „Zaniżone ceny w [Partner]” (k. 469);
- V. pochodząca z Solgar Polska wiadomość e-mail z dnia 14.07.2014 r. od [Pracownik Solgar Polska] do B. Szymaniak i [Pracownik Solgar Polska], z kopią do [Pracownik Solgar Polska], temat: „Zaniżone ceny w [Partner]” (k. 470);
- W. pochodząca z Solgar Polska wiadomość e-mail z dnia 15.07.2014 r. od [Pracownik Solgar Polska] do B. Szymaniak i [Pracownik Solgar Polska], z kopią do [Pracownik Solgar Polska], temat: „Zaniżone ceny w [Partner]” (k. 471);
- X. pochodząca z Solgar Polska wiadomość e-mail z dnia 25.07.2014 r. od [Pracownik Solgar Polska] do B. Szymaniak i [Pracownik Solgar Polska], z kopią do [Pracownik Solgar Polska], temat: „Zaniżone ceny w [Partner]” (k. 472);
- Y. pochodząca z Solgar Polska wiadomość e-mail z dnia 19.08.2014 r. (godz. 10:58) od [Pracownik Solgar Polska] do [Pracownik Solgar Polska] i B. Szymaniak, z kopią do [Pracownik Solgar Polska], temat: „Zaniżone ceny w [Partner]” (k. 473);
- Z. pochodząca z Solgar Polska wiadomość e-mail z dnia 19.08.2014 r. (godz. 11:23) od [Pracownik Solgar Polska] do [Pracownik Solgar Polska] i B. Szymaniak, z kopią do [Pracownik Solgar Polska], temat: „Zaniżone ceny w [Partner] - kolejna paczka” (k. 474);
- AA. pochodząca z Solgar Polska wiadomość e-mail z dnia 19.08.2014 r. od [Pracownik Solgar Polska] do B. Szymaniak i [Pracownik Solgar Polska], z kopią do [Pracownik Solgar Polska], temat: „Zaniżone ceny w [Partner]” (k. 475);
- BB. pochodząca z Solgar Polska wiadomość e-mail z dnia 19.08.2014 r. od [Pracownik Solgar Polska] do B. Szymaniak i [Pracownik Solgar Polska], z kopią do [Pracownik Solgar Polska], temat: „Zaniżone ceny w [Partner]” (k. 476);
- CC. pochodząca z Solgar Polska wiadomość e-mail z dnia 28.08.2014 r. od [Pracownik Solgar Polska] do B. Szymaniak i [Pracownik Solgar Polska], z kopią do [Pracownik Solgar Polska], temat: „Zaniżone ceny w [Partner]” (k. 478);
- DD. pochodząca z Solgar Polska wiadomość e-mail z dnia 08.09.2014 r. od [Pracownik Solgar Polska] do B. Szymaniak i [Pracownik Solgar Polska], z kopią do [Pracownik Solgar Polska], temat: „Zaniżone ceny w [Partner]” (k. 479);
- EE. pochodząca z Solgar Polska wiadomość e-mail z dnia 10.09.2014 r. od [Pracownik Solgar Polska] do B. Szymaniak i [Pracownik Solgar Polska], z kopią do [Pracownik Solgar Polska], temat: „Zaniżone ceny w [Partner] (kolejne zgłoszenie)” (k. 480);
- FF. pochodząca z Solgar Polska wiadomość e-mail z dnia 04.11.2014 r. od [Pracownik Solgar Polska] do B. Szymaniak i [Pracownik Solgar Polska], z kopią do [Pracownik Solgar Polska], temat: „Zaniżone ceny w [Partner]” (k. 481);

- GG. pochodząca z Solgar Polska wiadomość e-mail z dnia 27.11.2014 r. od [Pracownik Solgar Polska] do B. Szymaniak i [Pracownik Solgar Polska], z kopią do [Pracownik Solgar Polska], temat: „Zaniżone ceny w [Partner] - ponownie” (k. 483);
- HH. pochodząca z Solgar Polska wiadomość e-mail z dnia 28.11.2014 r. od [Pracownik Solgar Polska] do B. Szymaniak i [Pracownik Solgar Polska], z kopią do [Pracownik Solgar Polska], temat: „Zaniżone ceny w [Partner] (k. 484);
- II. pochodząca z Solgar Polska wiadomość e-mail z dnia 17.12.2014 r. od [Pracownik Solgar Polska] do B. Szymaniak i [Pracownik Solgar Polska], z kopią do [Pracownik Solgar Polska], temat: „Zaniżone ceny w [Partner] – kolejne zgłoszenie!!!” (k. 485);
- JJ. pochodząca z Solgar Polska wiadomość e-mail z dnia 07.01.2015 r. od [Pracownik Solgar Polska] do [Pracownik Solgar Polska] i B. Szymaniak, temat: „Zaniżone ceny w [Partner] – kolejne zgłoszenie!” (k. 490);
- KK. pochodząca z Solgar Polska wiadomość e-mail z dnia 07.01.2015 r. od [Pracownik Solgar Polska] do [Pracownik Solgar Polska] i B. Szymaniak, temat: „Zaniżone ceny w [Partner] – kolejne zgłoszenie” (k. 491);
- LL. pochodząca z Solgar Polska wiadomość e-mail z dnia 31.03.2015 r. od [Pracownik Solgar Polska] do B. Szymaniak, [Pracownik Solgar Polska] i [Pracownik Solgar Polska], temat: „Zaniżone ceny w [Partner] – kolejna paczka” (k. 504).

(71) Dodatkowo, z zebranego w sprawie materiału dowodowego wynika, że poziom cen detalicznych stosowanych przez danego dystrybutora stanowił jedno z kryteriów oceny dystrybutora przez koordynatora Solgar Polska. Kwestia poziomu cen detalicznych stosowanych przez dystrybutora i ich zgodności z ustalonymi minimalnymi detalicznymi cenami odsprzedaży Produktów Solgar Polska była traktowana jako okoliczność przemawiająca za lub przeciw nawiązaniu lub kontynuacji współpracy z danym dystrybutorem Solgar Polska. Powyższe potwierdza treść raportu z wizytacji sieci punktów stacjonarnych należących do jednego z dystrybutorów detalicznych przesłanego przez koordynatora Solgar Polska do Zarządu Solgar Polska, w którym - jako kryterium oceny punktu stacjonarnego - wskazano: „*Czy zauważyliście obniżone ceny? Konkretne miejsce, konkretne przykłady*”, a następnie dokonano oceny każdej z wizytowanych placówek kontrahenta w oparciu o przedmiotowe kryterium (Dowód A). Dowód, na potwierdzenie opisanych powyżej okoliczności, stanowi korespondencja pomiędzy koordynatorami Solgar Polska a Członkami Zarządu Spółki. P. [Pracownik Solgar Polska] zwrócił się do p. Barbary Szymaniak o „*rozpatrzenie możliwości spisania umowy patronackiej*” z jednym z potencjalnych dystrybutorów, wskazując jako jeden z argumentów przemawiających za nawiązaniem współpracy „*trzymanie cen i rozumienie znaczenia takiej decyzji*” (Dowód B). W kolejnej wiadomości, dotyczącej planów działania na 2017 r., pojawiło się

sformułowanie, z którego wynika, że koordynatorzy przy prowadzeniu rozmów z właścicielami aptek - w kontekście warunków dalszej współpracy - mają zwracać uwagę na okoliczność, czy dystrybutorzy Solgar Polska „doceniają ceny sugerowane”: „(...) rozmowy z właścicielami/os. odpowiedzialnymi w celu ustalenia warunków dalszej współpracy (...)Podczas rozmów zwracamy uwagę czy apteki: Korzystają ze swojej marży, czy doceniają ceny sugerowane? (...)” (Dowód C). Podobnie w treści załącznika zatytułowanego „Ankieta dla aptek współpracujących” w punkcie „NA CO ZWRÓCIĆ UWAGĘ” pojawiło się sformułowanie, z którego wynika, że koordynatorzy mają - przy ocenie współpracy z danym dystrybutorem Solgar Polska - zwracać uwagę na „ceny sugerowane Solgara” (Dowód D).

Dowody:

- A. pochodząca z Solgar Polska wiadomość e-mail z dnia 10.03.2015 r. od [Pracownik Solgar Polska] do B. Szymaniak, [Pracownik Solgar Polska] i G. Durkiewicz, z kopią do [Pracownik Solgar Polska], temat: Raport – [Partner] wraz z załącznikiem „Raport – [Partner] (k. 497-503);
- B. pochodząca z Solgar Polska wiadomość e-mail z dnia 07.04.2014 r. od koordynatora Solgar Polska [Pracownik Solgar Polska] do Członka Zarządu Solgar Polska B. Szymaniak, temat: „Re:[Partner] (k. 95);
- C. pochodząca z Solgar Polska wiadomość e-mail z dnia 01.02.2017 r. od koordynatora Solgar Polska [Pracownik Solgar Polska] do Członków Zarządu Solgar Polska B. Szymaniak, [Pracownik Solgar Polska], G. Durkiewicz, temat: „Raport ze spotkania koordynatorów – styczeń 2017” wraz załącznikiem „Raport ze spotkania koordynatorów 24.01” (k. 86-90);
- D. pochodząca z Solgar Polska wiadomość e-mail z dnia 21.06.2017 r. od [Pracownik Solgar Polska] do [Partner z branży IT], [Partner z branży IT], [Pracownik Solgar Polska] i [Pracownik Solgar Polska], temat: „Przykładowa ankieta nr 1 - Solgar” wraz z załącznikiem: „Ankieta dla aptek wspo_łpacuja_cych.docx. [pisownia oryginalna] (k. 637-638).

4.2.2. Odbieranie sygnałów od dystrybutorów Solgar Polska

- (72) Dystrybutorzy Produktów Solgar Polska informowali Spółkę o innych dystrybutorach, niestosujących się do ustalonych minimalnych detalicznych cen odsprzedaży ww. produktów – zarówno w sklepach internetowych, jak i placówkach stacjonarnych. Sygnały od dystrybutorów były przekazywane Spółce za pośrednictwem wiadomości e-mail, telefonicznie lub komunikowane ustnie podczas wizyt koordynatorów w placówkach stacjonarnych.
- (73) Sygnały od dystrybutorów o innych dystrybutorach, niestosujących się do ustalonych minimalnych detalicznych cen odsprzedaży Produktów Solgar Polska, trafiały bezpośrednio do koordynatorów Solgar Polska. Przykładowo, w treści raportu z wizytacji placówek dystrybutorów w jednym z miast, przesłanego przez koordynatora Solgar Polska do Zarządu

Solgar Polska, koordynator wskazał, że: *„Kierownik przekazał mi także, iż zgłaszał Leszkowi problem cen zaniżanych w innych aptekach, jednak ze względu na brak zmiany sytuacji w innych aptekach (co sprawdził osobiście) w dalszym ciągu rabat był udzielany w jego aptece.”* (Dowód A). Na okoliczność wysyłania przez dystrybutorów do Solgar Polska sygnałów dotyczących niestosowania przez innych dystrybutorów minimalnych detalicznych cen odsprzedaży Produktów Solgar Polska wskazują również następujące fragmenty korespondencji prowadzonej pomiędzy koordynatorami Solgar Polska i Członkiem Zarządu Solgar Polska: *„Dostajemy coraz więcej skarg i doniesień za strony farmaceutów na to co robi [Partner] jeśli chodzi o ceny w internecie i podobno dodatkowe rabaty.”*, *„Nawet dzisiaj miałem telefon z [Partner], że [Partner] zaniża ceny. Wcześniej miałem sygnały z innych aptek, w tym również z Sopotu oraz Gdańska. [Partner] była bardzo zbulwersowana, niektóre ceny są niższe nawet o 15zł. (...) Jest im bardzo przykro i głupio, jeśli każdego dnia nawet 10 osób odbiera produkty zakupione na [informacja chroniona] w tym produkty Solgara w niższych cenach, niż oni mają na półce. Wszyscy wkładamy bardzo dużo wysiłku w tłumaczenia i zachęcanie farmaceutów, dlatego warto mieć ceny sugerowane. Istnieje w tej chwili coraz bardziej realna możliwość, że zaczną je niestety zmieniać.”* (Dowód B). Ponadto, powyższe ustalenia potwierdzają wiadomości e-mail kierowane bezpośrednio przez dystrybutorów do koordynatorów o następującej treści: *„Proszę o pilny kontakt Chodzi o i aptekę [Partner] ma niższe ceny preparatów Solgar w związku z tym pacjenci odchodzą od naszej apteki (...) i idą właśnie do tej apteki, ze względu na niższe ceny. Bardzo proszę o interwencję w tej sprawie.”* (Dowód C); *„Bardzo proszę o kolejną interwencję, chodzi o aptekę (...), mamy informację, iż pacjenci kupują tam taniej Państwa preparaty. Poniżej podaję nr tel. do tej apteki (...).”* (Dowód D).

Dowody:

- A. pochodzący z Solgar Polska „Raport z wizyt w dniach 18-19.12.2014 r. z aptek w Krakowie” sporządzony przez koordynatora Solgar Polska [Pracownik Solgar Polska] wraz z e-mailami z dnia 22.12.2014 r. od [Pracownik Solgar Polska] do [Pracownik Solgar Polska], od [Pracownik Solgar Polska] do B., Szymaniak, od B. Szymaniak do G. Durkiewicz i [Pracownik Solgar Polska] (k. 65-70);
- B. pochodząca z Solgar Polska wiadomość e-mail z dnia 22.01.2015 r. od [Pracownik Solgar Polska] do B. Szymaniak, z kopią do [Pracownik Solgar Polska], temat: „Fwd: Zaniżone ceny w aptece internetowej [Partner]” (k. 493) i pochodząca z Solgar Polska wiadomość e-mail z dnia 22.01.2015 r. od [Pracownik Solgar Polska] do B. Szymaniak, temat: „Zaniżone ceny w aptece internetowej [Partner]” wraz z przekazaną wiadomością e-mail z dnia 22.01.2015 r. od [Pracownik Solgar Polska] do B. Szymaniak, z kopią do [Pracownik Solgar Polska], temat: „Zaniżone ceny w aptece internetowej [Partner]” (k. 492 i 493);

C. pochodząca z Solgar Polska wiadomość e-mail z dnia 21.10.2015 r. z adresu [informacja chroniona] do [Pracownik Solgar Polska], temat: „prośba pilna” (k. 513);

D. pochodząca z Solgar Polska wiadomość e-mail z dnia 04.11.2015 r. od [Partner] do [Pracownik Solgar Polska], temat: „informacja” (k. 514).

- (74) Sygnały od dystrybutorów były także odbierane i analizowane przez pracowników Działu Telemarketingu Solgar Polska. W sytuacji otrzymania sygnału dotyczącego niestosowania przez dystrybutora minimalnych detalicznych cen odsprzedaży Produktów Solgar Polska, pracownicy Działu Telemarketingu informowali o takim fakcie koordynatorów Solgar Polska odpowiedzialnych za dany rejon i zwracali się do nich o podjęcie interwencji. Na potwierdzenie opisanych powyżej okoliczności należy wskazać następującą korespondencję: „W dniu wczorajszym tzn. 04.09.2013 r. otrzymałam informację od [Partner], że podobno [Partner] nie trzyma cen w aptece (ceny są podobno bardzo obniżone). Bardzo proszę o interwencje:” (Dowód A); „Mamy sygnał zaprzyjaźnionej apteki, że [Partner] robi jej koło pióra i zaniża ceny nawet o 20 zł. (...) Zwracam się z prośbą o sprawdzenie tej Apteki.” (Dowód B); „Zadzwoniła dziś Pani z [Partner] i powiedziała, że [Partner] podobno obniża ceny. Proszę o interwencję w tej sprawie.” (Dowód C); „Znowu mamy sygnał od [Partner], że któraś Apteka na Saskiej Kępie zaniża ceny. Poprzedni sygnał był, że [Partner] zaniżała ceny. Zwracam się do Pana z prośbą o sprawdzenie.” (Dowód D); „Wczoraj znowu otrzymaliśmy sygnał, że któraś Apteka Konstancinie zaniża ceny. Proszę mieć ten sygnał na uwadze.” (Dowód E); „Dostałam telefon od Pani, że w [Partner] są udzielane rabaty na nasze produkty.” (Dowód F); „Jednocześnie zgłosiła, że apteki [Partner] i [Partner] na stronie internetowej mają niższe ceny niż sugerowane przez nas.” (Dowód G).

Dowody:

A. pochodząca z Solgar Polska wiadomość e-mail z dnia 05.09.2013 r. od [Pracownik Solgar Polska] do [Pracownik Solgar Polska] z kopią do B. Szymaniak, temat: [Partner] (k. 433);

B. pochodząca z Solgar Polska wiadomość e-mail z dnia 15.01.2014 r. od [Pracownik Solgar Polska] do [Pracownik Solgar Polska], temat: „Zaniżone ceny” (k. 437-438);

C. pochodząca z Solgar Polska wiadomość e-mail z dnia 20.01.2014 r. od [Pracownik Solgar Polska] do [Pracownik Solgar Polska] z kopią do B. Szymaniak, temat: „Ceny w aptece” (k. 440);

D. pochodząca z Solgar Polska wiadomość e-mail z dnia 11.03.2014 r. od [Pracownik Solgar Polska] do [Pracownik Solgar Polska] i B. Szymaniak, temat: „Zaniżone ceny” (k. 445);

E. pochodząca z Solgar Polska wiadomość e-mail z dnia 03.04.2014 r. od [Pracownik Solgar Polska] do [Pracownik Solgar Polska], z kopią do B. Szymaniak, temat: „Zaniżone ceny Konstancin” (k. 451);

F. pochodząca z Solgar Polska wiadomość e-mail z dnia 02.03.2017 r. od [Pracownik Solgar Polska] do [Pracownik Solgar Polska] i [Pracownik Solgar Polska], temat: „Apteka-Rabat” (k. 611);

G. pochodząca z Solgar Polska wiadomość e-mail z dnia 01.08.2017 r. od [Pracownik Solgar Polska] do [Pracownik Solgar Polska], temat: „strona internetowa” (k. 648).

- (75) Zdarzało się również, że sygnały dotyczące dystrybutorów niestosujących minimalnych detalicznych cen odsprzedaży Produktów Solgar Polska trafiały bezpośrednio do Prezes Zarządu Solgar Polska p. Grażyny Durkiewicz lub do Członka Zarządu Solgar Polska p. Barbary Szymaniak. W takiej sytuacji Członkowie Zarządu przekazywali je koordynatorom, o czym świadczy następująca wiadomość e-mail, skierowana przez jednego z dystrybutorów bezpośrednio do Prezes Solgar Polska, następnie przekazana przez p. Grażynę Durkiewicz do p. Barbary Szymaniak: *„Chciałbym zapytać czy nadal aktualna jest strategia ujednoliconych cen na preparaty firmy Solgar. Zauważyliśmy na portalu „ceneo” iż nie wszystkie apteki stosują się do ww. zasady, np. [tutaj podano dane identyfikujące dystrybutorów – wyjaśnienia Prezesa Urzędu]”* (Dowód A). Innym dowodem na powyższą okoliczność jest korespondencja pomiędzy Członkiem Zarządu Solgar Polska – p. Barbarą Szymaniak a koordynatorem Solgar Polska, w której p. Barbara Szymaniak informuje p. [Pracownik Solgar Polska] o przypadku niestosowania się do ustalonej polityki cenowej przez dwie z aptek prowadzących sprzedaż internetową i wyraźnie prosi go o interwencję w tej sprawie: *„Czy mogę prosić o interwencję i rozmowę z nimi w tej sprawie?”* na co p. [Pracownik Solgar Polska] odpowiedział: *„Oczywiście, będę z nimi rozmawiał”* (Dowód B).

Dowody:

A. pochodząca z Solgar Polska wiadomość e-mail z dnia 15.04.2016 r. od [Partner] do G. Durkiewicz, temat: „ceny Solgar” i pochodząca z Solgar Polska wiadomość e-mail z dnia 18.04.2016 r. od Prezes Zarządu Solgar Polska G. Durkiewicz do Członka Zarządu Solgar Polska B. Szymaniak, temat „Fwd: ceny Solgar” (k. 75);

B. pochodząca z Solgar Polska wiadomość e-mail z dnia 30.08.2011 r. od [Pracownik Solgar Polska] do B. Szymaniak wraz z przekazaną wiadomością e-mail z dnia 30.08.2011 r. od B. Szymaniak do [Pracownik Solgar Polska], temat: „Apteki w Internecie” (k. 423).

- (76) Z zebranego materiału dowodowego wynika, że dystrybutorzy uzyskiwali informacje o niestosowaniu ustalonych minimalnych detalicznych cen odsprzedaży Produktów Solgar Polska przez innych dystrybutorów z różnych źródeł. Dystrybutorzy we własnym zakresie prowadzili monitoring cen w Internecie. Dowodem na powyższą okoliczność są następujące wiadomości, kierowane przez dystrybutorów do Solgar Polska: *„Poniżej lista aptek reklamujących preparaty SOLGAR z zaniżoną ceną: [tutaj podano adres strony internetowej innego dystrybutora – wyjaśnienia Prezesa Urzędu]”* (Dowód A); *„Zauważyłem, że konkurencja nie trzyma się polityki cenowej Solgara. (...) [tutaj podano adres strony*

internetowej innego dystrybutora – wyjaśnienia Prezesa Urzędu]” (Dowód B); „*Oczywiście sprawdziłam co się dzieje w internecie: [tutaj podano adresy aukcji internetowych prowadzonych na portalu aukcyjnym – wyjaśnienia Prezesa Urzędu]*” (Dowód C); „*Proszę o interwencje. [tutaj podano adresy stron internetowych porównywarki cenowej – wyjaśnienia Prezesa Urzędu]*” (Dowód D); „[tutaj podano adres strony internetowej dystrybutora – wyjaśnienia Prezesa Urzędu] *Oni raczej nie trzymają cen*” (Dowód E); „*Proszę o interwencję w sprawie zaniżonych cen w aptece amika. Niektóre produkty mają normalne ceny a niektóre zaniżone. [tutaj podano adres strony internetowej innego dystrybutora – wyjaśnienia Prezesa Urzędu]*” (Dowód F); „*w załączeniu strona zielarni z cenami solgara tańszymi średnio o 15%!!! (...)*” (Dowód G); „*Proszę o interwencję w sprawie zaniżonych cen na ceneo. W załączniku zdjęcie z ceneo*” [pisownia oryginalna] (Dowód H); „*w internecie [Partner] ma wasze białko serwatkowe w cenie 99,35 zł*” (Dowód I); „*Wszystkie produkty mają obniżoną cenę, proszę o sprawdzenie. [tutaj podano adres strony internetowej dystrybutora – wyjaśnienia Prezesa Urzędu]*” (Dowód J); „*Proszę o sprawdzenie zaniżonych cen na produkty Solgar w tej aptece: [tutaj podano adres strony internetowej dystrybutora – wyjaśnienia Prezesa Urzędu]*” (Dowód K); „*podsyłam skрина – apteki, które nie trzymają cen*” (Dowód L).

Dowody:

- A. pochodząca z Solgar Polska wiadomość e-mail z dnia 06.07.2011 r. od [Pracownik Solgar Polska] do B. Szymaniak, temat: „Fw: Łamanie warunków współpracy” wraz z przekazaną wiadomością e-mail z dnia 06.07.2011 r. od [Partner] do [Pracownik Solgar Polska] (k. 422);
- B. pochodząca z Solgar Polska wiadomość e-mail z dnia 15.07.2015 r. z adresu [informacja chroniona] na adres „Solgar Ania”, z kopią do [Pracownik Solgar Polska], temat: „proszę o interwencję”, wraz z załącznikiem: zrzutem ekranu ze strony [informacja chroniona] (k. 505);
- C. pochodząca z Solgar Polska wiadomość e-mail z dnia 15.10.2015 r (godz. 14:31). od [Partner] do [Pracownik Solgar Polska], temat: „RE: z internetu z piekła rodem” wraz z wiadomością e-mail z dnia 15.10.2015 r. od [Pracownik Solgar Polska] do [Partner], temat: „RE: z internetu z piekła rodem” oraz wiadomością e-mail z dnia 15.10.2015 r. (godz. 12:57) od [Partner] do [Pracownik Solgar Polska] (brak tematu), (k. 511 i 512);
- D. pochodząca z Solgar Polska wiadomość e-mail z dnia 27.07.2016 r. od [Pracownik Solgar Polska] do [Pracownik Solgar Polska], temat: „Fwd: Oferta w Ceneo”, wraz z wiadomością e-mail z dnia 27.07.2016 r. od [Partner] do [Pracownik Solgar Polska] i [Pracownik Solgar Polska], temat: „Oferta w Ceneo” (k. 557);
- E. pochodząca z Solgar Polska wiadomość e-mail z dnia 23.09.2016 r. od [Partner] do [Pracownik Solgar Polska], temat: „niższe ceny” (k. 559);

- F. pochodząca z Solgar Polska wiadomość e-mail z dnia 10.11.2016 r. od [Pracownik Solgar Polska] do [Pracownik Solgar Polska], temat: „Fwd: Złe ceny na produkty Solgar w [Partner] – prośba o sprawdzenie.” wraz z przekazaną wiadomością e-mail z dnia 10.11.2016 r. przesłaną z adresu [informacja chroniona] do [Pracownik Solgar Polska], temat: „Złe ceny na produkty Solgar w [Partner] – prośba o sprawdzenie.” (k. 566);
- G. pochodząca z Solgar Polska wiadomość e-mail z dnia 25.11.2016 r. od [Pracownik Solgar Polska] do [Pracownik Solgar Polska] temat: „Fwd: łamanie umowy – pilne!!!!” [pisownia oryginalna] wraz z przekazaną wiadomością e-mail z dnia 25.11.2016 r. z adresu [informacja chroniona] do [Pracownik Solgar Polska], temat: „łamanie umowy – pilne!!!! (k. 578);
- H. pochodząca z Solgar Polska wiadomość e-mail z dnia 29.11.2016 r. od [Partner] do B. Szymaniak, temat: „Ceny” wraz z e-mailem z dnia 30.11.2016 r. od B. Szymaniak do [Pracownik Solgar Polska] (k. 79);
- I. pochodząca z Solgar Polska wiadomość e-mail z dnia 05.12.2016 r. od [Pracownik Solgar Polska] do [Pracownik Solgar Polska] i [Pracownik Solgar Polska], temat: „Fwd: Fwd: wyłamanie cenowe – [Partner] wraz z przekazaną wiadomością e-mail z dnia 05.12.2016 r. od [Pracownik Solgar Polska] do [Pracownik Solgar Polska], temat: „Fwd: wyłamanie cenowe –[Partner] oraz przekazaną wiadomością e-mail z dnia 05.12.2016 r. przesłaną z adresu [informacja chroniona] do [Pracownik Solgar Polska], temat: „wyłamanie cenowe –[Partner], wraz z załącznikiem: zrzutem z ekranu ze strony internetowej www.ceneo.pl (k. 582-584);
- J. pochodząca z Solgar Polska wiadomość e-mail z dnia 16.09.2016 r. od [Pracownik Solgar Polska] do [Pracownik Solgar Polska], temat: „Fwd: Złe ceny na produkty Solgar” wraz z przekazaną wiadomością e-mail z dnia 16.09.2016 r. przesłaną z adresu: [informacja chroniona] do [Pracownik Solgar Polska], temat: „Złe ceny na produkty Solgar” (k. 591);
- K. pochodząca z Solgar Polska wiadomość e-mail z dnia 16.12.2016 r. od [Pracownik Solgar Polska] do [Pracownik Solgar Polska], temat: „Fwd: Ceny solgar w [Partner]” wraz z przekazaną wiadomością e-mail z dnia 15.12.2016 r. przesłaną z adresu: [informacja chroniona] do [Pracownik Solgar Polska], temat: „Ceny solgar w [Partner] (k. 590);
- L. pochodząca z Solgar Polska wiadomość e-mail z dnia 19.05.2017 r. przesłana z adresu [informacja chroniona] od [Pracownik Solgar Polska] do [Pracownik Solgar Polska], temat: „krzem- ceny” (k. 629).

(77) Sposobem na pozyskiwanie przez dystrybutorów informacji o niestosowaniu przez innych dystrybutorów ustalonych minimalnych detalicznych cen odsprzedaży Produktów Solgar Polska były również skargi klientów. Dowodem na powyższe okoliczności są następujące wiadomości od dystrybutorów: „*w zał. link, info od klienta, że 20% zniżki* [tutaj przekazano wiadomość e-mail od klienta zawierającą adres strony internetowej dystrybutora – wyjaśnienia Prezesa Urzędu]” (Dowód A); „*Pani Aniu, otrzymujemy od klientów że na allegro zakupują np. kwas hialuronowy za 110 zł, myślę że ceniącą się firma jak wasza jakość*”

powinna dać sobie z takimi osobami radę.(...) A ludzie z allegro psują rynek a różnica jest wielka (...)” (Dowód B); *„Piszę do Pana gdyż zdarzyła się już kilka razy sytuacja kiedy pacjent zrezygnował z zakupu preparatów Solgar, gdyż „w innej aptece płacił mniej(...)”*” (Dowód C).

Dowody:

- A. pochodząca z Solgar Polska wiadomość e-mail z dnia 21.08.2012 r. od [Pracownik Solgar Polska] do B. Szymaniak, temat: „Fwd: Fwd: Upusty na suplementy” wraz z przekazanymi wiadomościami e-mail z dnia 10.08.2012 od [Partner] do [Pracownik Solgar Polska] i [Pracownik Solgar Polska], temat: „Fwd: Upusty na suplementy” oraz od [Partner] do [Partner], temat: „Upusty na suplementy” (k. 425);
- B. pochodząca z Solgar Polska wiadomość e-mail z dnia 15.06.2015 r. przesłaną przez sklep [Partner] do pracownicy Solgar Polska [Pracownik Solgar Polska] (k. 73);
- C. pochodząca z Solgar Polska wiadomość e-mail z dnia 21.09.2015 r. od [Partner] do koordynatora Solgar Polska [Pracownik Solgar Polska], (brak tematu) (k. 74).

- (78) Ponadto, dystrybutorzy Produktów Solgar Polska odwiedzali placówki konkurentów i obserwowali stosowane przez nich detaliczne ceny odsprzedaży Produktów Solgar Polska oraz przeprowadzali tzw. „zakupy kontrolowane”. W sytuacji, gdy dany dystrybutor stosował detaliczne ceny odsprzedaży Produktów Solgar Polska poniżej poziomu ustalonych minimalnych detalicznych cen odsprzedaży, informowali o tym fakcie Solgar Polska. Dowodem na powyższe okoliczności mogą być przykładowo następujące wiadomości pochodzące od dystrybutorów: *„(...) W jednej z aptek kupiłem L-Glutamine w cenie 54zł, gdzie sugerowana cena przez SOLGAR to 63zł i taką cenę trzymamy na półce w naszej Zielarni. (...)W załączniku skan paragonu z [Partner]”* (Dowód A); *„(...) sama będąc w pobliżu apteki sprzedającej Solgara kupiłam tam Imbir. Jakież było moje zdziwienie gdy zapłaciłam 87 zł a nie 91 zł. (...) Uważam, że nie powinno być takich sytuacji bo mnie to stawia w niekorzystnym świetle, skoro gdzieś indziej jest taniej. (...)”* (Dowód B); *„Tak na marginesie, będąc na Święta we Wrocławiu w jednej z aptek widziałem promocję -5% na cały asortyment SOLGAR. Z rozmowy z osobą obsługującą wynikało, że to raczej stała obniżka cen. [w tym miejscu zostaje wskazana lokalizacja apteki – wyjaśnienia Prezesa Urzędu]”* (Dowód C); *„W nawiązaniu do poprzedniego maila dotyczącego obniżania cen na Państwa preparaty informuję, że [Partner] w dalszym ciągu udziela rabatu na preparaty. W dniu dzisiejszym nasza pracownica zakupiła w tej aptece witaminy włosy, skóra, paznokcie. W załączniku przesyłam skan paragonu.”* (Dowód D).

Dowody:

- A. pochodząca z Solgar Polska wiadomość e-mail z dnia 23.05.2013 r. od [Pracownik Solgar Polska] do B. Szymaniak, temat: „Fwd: FW: Solgar Ceny” wraz z przekazanymi wiadomością e-mail z dnia 23.05.2013 r. od [Partner] do [Pracownik Solgar Polska] oraz [Pracownik Solgar Polska] z kopią do [Partner] oraz wiadomością e-mail z dnia 23.05.2013 r. od [Partner] do [Pracownik Solgar Polska] z kopią do [Partner] wraz z załącznikiem: „Paragon Solgar.jpeg” – skanem paragonu fiskalnego (k. 431);
- B. pochodząca z Solgar Polska wiadomość e-mail z dnia 17.02.2014 r. od [Partner] do [Pracownik Solgar Polska], temat: „Re :[Partner] - Pytanie” wraz z wiadomościami e-mail: z dnia 17.02.2014 r. od [Pracownik Solgar Polska] do [Partner], oraz z dnia 12.02.2014 r. od [Partner] do [Pracownik Solgar Polska]” (k. 443);
- C. pochodząca z Solgar Polska wiadomość e-mail z dnia 02.01.2017 r. od [Partner] do pracownicy Solgar Polska [Pracownik Solgar Polska], temat: „Solgar zmiana cen z dn. 01.02.2017”; pochodząca z Solgar Polska wiadomość e-mail z dnia 25.01.2017 r. (godz. 15:17) od pracownicy Solgar Polska [Pracownik Solgar Polska] wraz z wiadomością e-mail z dnia 26.01.2017 r. od [Partner] do [Pracownik Solgar Polska], temat: „Solgar nowy cennik” oraz dalsza korespondencja z tego samego dnia pomiędzy [Pracownik Solgar Polska] a [Partner] (e-maile z godz. 11:46 i godz. 12:00) (k. 84 i 85);
- D. pochodząca z Solgar Polska wiadomość e-mail z dnia 18.07.2017 r. od [Pracownik Solgar Polska] do [Pracownik Solgar Polska], temat: „Fwd: Re: Ceny preparatów Solgar” wraz z przekazaną wiadomością e-mail z dnia 18.07.2017 r. od [Partner] do [Pracownik Solgar Polska] i [Pracownik Solgar Polska] wraz z załącznikiem: „Scan_20170718_103842.jpg” (skanem paragonu fiskalnego) oraz wraz z przekazaną wiadomością e-mail z dnia 10.02.2017 r. od [Partner] (brak adresatów, brak tematu), (k. 643-644).

(79) Przekazując Spółce sygnały o dostrzeżonym nieprzestrzeganiu przez innych dystrybutorów ustalonej polityki cenowej, dystrybutorzy zwracali się z prośbą o podjęcie przez Spółkę działań, w celu skłonienia innych dystrybutorów do dostosowania cen do ustalonych minimalnych detalicznych cen odsprzedaży Produktów Solgar Polska, o czym świadczą następujące fragmenty wiadomości kierowanych przez dystrybutorów do Solgar Polska: „Czekam zatem na interwencję z Państwa strony.” (Dowód A); „Proszę o interwencję w tej sprawie.” (Dowód B); „Proszę o interwencję z Państwa strony.” (Dowód C); „Byłabym zobowiązana gdyby Pan to sprawdził.” (Dowód D); „Uprzejmie proszę o skuteczną interwencję w tej sprawie.” (Dowód E).

Dowody:

- A. pochodząca z Solgar Polska wiadomość e-mail z dnia 06.07.2011 r. od [Pracownik Solgar Polska] do B. Szymaniak, temat: „Fw: Łamanie warunków współpracy” wraz z przekazaną wiadomością e-mail z dnia 06.07.2011 r. od [Partner] do [Pracownik Solgar Polska] (k. 422);

- B. pochodząca z Solgar Polska wiadomość e-mail z dnia 23.05.2013 r. od [Pracownik Solgar Polska] do B. Szymaniak, temat: „Fwd: FW: Solgar Ceny” wraz z przekazanymi wiadomością e-mail z dnia 23.05.2013 r. od [Partner] do [Pracownik Solgar Polska] oraz [Pracownik Solgar Polska] z kopią do [Partner] oraz wiadomością e-mail z dnia 23.05.2013 r. od [Partner] do [Pracownik Solgar Polska] z kopią do [Partner] wraz z załącznikiem: „Paragon Solgar.jpeg” – skanem paragonu fiskalnego (k. 431);
- C. pochodząca z Solgar Polska wiadomość e-mail z dnia 15.07.2015 r. z adresu [informacja chroniona] na adres „Solgar Ania”, z kopią do [Pracownik Solgar Polska], temat: „proszę o interwencje”, wraz z załącznikiem - zrzutem ekranu ze strony [informacja chroniona] (k. 505);
- D. pochodząca z Solgar Polska wiadomość e-mail z dnia 21.09.2015 r. od [Partner] do koordynatora Solgar Polska [Pracownik Solgar Polska] (brak tematu) (k. 74);
- E. pochodząca z Solgar Polska wiadomość e-mail z dnia 18.07.2017 r. od [Pracownik Solgar Polska] do [Pracownik Solgar Polska], temat: „Fwd: Re: Ceny preparatów Solgar” wraz z przekazaną wiadomością e-mail z dnia 18.07.2017 r. od [Partner] do [Pracownik Solgar Polska] i [Pracownik Solgar Polska] wraz z załącznikiem: „Scan_20170718_103842.jpg” (skanem paragonu fiskalnego) oraz wraz z przekazaną wiadomością e-mail z dnia 10.02.2017 r. od [Partner] (brak adresatów, brak tematu), (k. 643-644).

4.3. Działania Solgar Polska wobec dystrybutorów detalicznych nie stosujących się do ustaleń w zakresie minimalnych detalicznych cen odsprzedaży Produktów Solgar Polska

- (80) Sprzedaż Produktów Solgar Polska poniżej ustalonej minimalnej detalicznej ceny odsprzedaży mogła wiązać się dla dystrybutora z negatywnymi konsekwencjami w postaci braku możliwości złożenia zamówienia na preferencyjnych warunkach w oznaczonym okresie. Na potwierdzenie opisanych powyżej okoliczności wskazują następujące fragmenty korespondencji pomiędzy pracownikami Solgar Polska: *„Przekazuję decyzje P. Prezesa. Poniższe apteki nie mogą brać udziału w promocji w tym tygodniu, gdyż mimo upomnienia w zeszłym tygodniu nie trzymają naszych cen w internecie (z naszym logo internetowym): [tutaj zostają podane dane identyfikujące apteki wykluczone z udziału w promocji – wyjaśnienie Prezesa Urzędu] Te apteki mogą zamawiać w tym tygodniu tylko po cenach niepromocyjnych. Przy upomnieniu zostały poinformowane o konsekwencjach nie trzymania cen przez internet na tę promocję.”.*

Dowód: pochodząca z Solgar Polska wiadomość e-mail z dnia 21.03.2011 r. od pracownicy Solgar Polska [Pracownik Solgar Polska] do pracownic Solgar Polska [Pracownik Solgar Polska], [Pracownik Solgar Polska], [Pracownik Solgar Polska], B. Szymaniak, temat: „brak udziału w promocji” (k. 50).

- (81) W przypadku powtarzającego się niestosowania się przez dystrybutorów do ustaleń w zakresie minimalnych detalicznych cen odsprzedaży Produktów Solgar Polska, umowa z takim dystrybutorem mogła zostać rozwiązana. Opisaną powyżej okoliczność potwierdza korespondencja pomiędzy koordynatorem Solgar Polska a Członkiem Zarządu Solgar Polska, w której koordynator zwrócił się o wypowiedzenie umowy jednemu z dystrybutorów, wskazując jako jeden z powodów niestosowanie się przez dystrybutora do ustalonych minimalnych detalicznych cen odsprzedaży: *„Witam Cię Basiu. Mam prośbę o wysłanie wypowiedzenia umowy do [Partner], zaniżają ceny (...).”* (Dowód A). Innym dowodem na powyższą okoliczność jest korespondencja pomiędzy pracownikami Solgar Polska, w ramach której koordynator regionalny Solgar Polska zwrócił się do koordynatora krajowego Solgar Polska o wypowiedzenie umowy dystrybutorowi, podając jako główny powód fakt niezrozumienia przez dystrybutora zasad polityki cenowej Solgar Polska: *„Proszę o rozwiązanie umowy z [Partner]. Głównym powodem wypowiedzenia jest brak zrozumienia filozofii funkcjonowania Solgara na rynku. W dniu 17 stycznia rozmawiałem z właścicielem odnośnie wykorzystania marży na produktach Solgara. W załączniku przesyłam zdjęcie paragonu. Ewidentnie widać, że właściciel kłamał podczas rozmowy.”* Następnie koordynator krajowy zwrócił się do asystentki Zarządu Solgar Polska o wypowiedzenie umowy temu dystrybutorowi: *„Pani Agnieszko, proszę o wypowiedzenie umowy aptece, jak w tytule maila.”* (Dowód B). Dowód w sprawie stanowi również korespondencja, w ramach której koordynator zwrócił się o wypowiedzenie umów dystrybutorom Solgar Polska: *„Proszę o wysłanie wypowiedzenia 2 umów, z powodu notorycznego łamania wszelkich ustaleń: [Partner], [Partner], [Partner]”*. Należy wskazać, że w tym przypadku powodem wypowiedzenia umów również było niestosowanie przez dystrybutorów ustalonych minimalnych detalicznych cen odsprzedaży, o czym świadczy fragment ww. wiadomości o treści: *„wartość produktu jest obniżana”* (Dowód C). O wypowiedzeniu umów z ww. dystrybutorami właśnie z powodu niestosowania przez tych dystrybutorów ustalonych minimalnych detalicznych cen odsprzedaży Produktów Solgar Polska pośrednio świadczą również wiadomości e-mail, z których wynika, że w odniesieniu do tych dystrybutorów były wcześniej wielokrotnie kierowane przez pracowników Solgar Polska do koordynatorów Solgar Polska oraz Członka Zarządu Solgar Polska – p. Barbarę Szymaniak sygnały o niestosowaniu przez tych dystrybutorów ustalonych minimalnych detalicznych cen odsprzedaży Produktów Solgar Polska (Dowody D, E, F, G i H).

Dowody:

- A. pochodząca z Solgar Polska wiadomość e-mail z dnia 11.07.2013 r. od koordynatora Solgar Polska [Pracownik Solgar Polska] do Członka Zarządu Solgar Polska B. Szymaniak, temat: „prośba o wypowiedzenie umowy” (k. 60);

- B. pochodząca z Solgar Polska wiadomość e-mail z dnia 07.02.2017 r. od pracownika Solgar Polska [Pracownik Solgar Polska] do pracownika Solgar Polska [Pracownik Solgar Polska], temat: „wypowiedzenie umowy –[Partner]” oraz wiadomość e-mail z dnia 8.02.2017 r. od pracownika Solgar [Pracownik Solgar Polska] do [Pracownik Solgar Polska], temat: „Fwd: wypowiedzenie umowy –[Partner]” (k. 91-93);
- C. pochodząca z Solgar Polska wiadomość e-mail z dnia 01.10.2015 r. od [Pracownik Solgar Polska] do [Pracownik Solgar Polska], z kopią do B. Szymaniak, temat: „Wypowiedzenia umowy [Partner]” (k.509);
- D. pochodząca z Solgar Polska wiadomość e-mail z dnia 07.01.2014 r. od [Pracownik Solgar Polska] do [Pracownik Solgar Polska] i B. Szymaniak, temat: „Ceny – [Partner]” (k. 436);
- E. pochodząca z Solgar Polska wiadomość e-mail z dnia 28.08.2014 r. od [Pracownik Solgar Polska] do B. Szymaniak i [Pracownik Solgar Polska], z kopią do [Pracownik Solgar Polska], temat: „Zaniżone ceny w aptece – [Partner]” (k. 478);
- F. pochodząca z Solgar Polska wiadomość e-mail z dnia 29.04.2014 r. (godz. 12:57) od [Pracownik Solgar Polska] do B. Szymaniak, z kopią do [Pracownik Solgar Polska] i [Pracownik Solgar Polska], temat: „Zaniżone ceny w aptece – [Partner]” (k. 455);
- G. pochodząca z Solgar Polska wiadomość e-mail z dnia 04.06.2014 r. od [Pracownik Solgar Polska] do B. Szymaniak i [Pracownik Solgar Polska], z kopią do [Pracownik Solgar Polska], temat: „Zaniżone ceny w aptece – [Partner]” (k. 461);
- H. pochodząca z Solgar Polska wiadomość e-mail z dnia 17.12.2014 r. od [Pracownik Solgar Polska] do B. Szymaniak i [Pracownik Solgar Polska], z kopią do [Pracownik Solgar Polska], temat: „Zaniżone ceny w aptece – [Partner] – kolejne zgłoszenie!!!” (k. 485);
- I. pochodzący z Solgar dokument Solgar Vitamin & Herb, „Streszczenie zasad internetowych i katalogowych” (k. 407).

4.4. Wpływ działań Solgar Polska na wysokość detalicznych cen odsprzedaży Produktów Solgar Polska

- (82) Kwestionowane działania Solgar Polska miały wpływ na wysokość detalicznych cen odsprzedaży Produktów Solgar Polska. Jako dowód na potwierdzenie powyższej okoliczności należy w pierwszej kolejności wskazać korespondencję wewnętrzną pomiędzy pracownikami Solgar Polska. Z przedmiotowej korespondencji wynika, że - w reakcji na podejmowane przez pracowników Solgar Polska interwencje mające skłonić dystrybutorów do dostosowania ich detalicznych cen odsprzedaży do poziomu ustalonych minimalnych detalicznych cen odsprzedaży Produktów Solgar Polska - dystrybutorzy wprost wskazywali, że ceny już „zmienili”: *„Po omówieniu warunków współpracy, zasad i możliwości wynikających ze współpracy, natychmiast zostały zmieniane ceny (...) Dodatkowo*

zapewniono mnie, iż produkty już obecne w aptekach z zaniżonymi cenami zostaną przemetkowane na ceny sugerowane w trybie natychmiastowym.” (Dowód A); lub składali deklaracje, że zmieniają ceny jak najszybciej: *„Jest to błąd. Zostało wszystko wyjaśnione podczas rozmowy telefonicznej. Zostanie jak najszybciej poprawione.”* (Dowód B); *„Błąd zaraz to poprawią.”*; *„Zaszła pomyłka. Już wyjaśnione. Tylko 1 produkt był z obniżoną ceną.”* (Dowód B); *„Rozmawiałam z Panią Dorotą do jutra to zmieni.”* (Dowód B); *„[Partner] obniżyła cenę ale już to poprawiają.”* (Dowód B).

Dowody:

- A. pochodzący z Solgar Polska „Raport z wizyt w dniach 18-19.12.2014 r. z aptek w Krakowie” sporządzony przez koordynatora Solgar Polska [Pracownik Solgar Polska] wraz z e-mailami: z dnia 22.12.2014 r. od [Pracownik Solgar Polska] do [Pracownik Solgar Polska], od [Pracownik Solgar Polska] do B., Szymaniak, od B. Szymaniak do G. Durkiewicz i [Pracownik Solgar Polska] (k. 65-70);
- B. pochodząca z Solgar Polska wiadomość e-mail z dnia 18.12.2014 r. od [Pracownik Solgar Polska] do [Pracownik Solgar Polska], temat: „linki” (k. 486) oraz pochodząca z Solgar Polska wiadomość e-mail z dnia 02.01.2015 r. (godz. 12:33) od [Pracownik Solgar Polska] do [Pracownik Solgar Polska], temat: „Re: linki” wraz z przekazanym fragmentem wiadomości e-mail z dnia 18.12.2014 r. od [Pracownik Solgar Polska] do [Pracownik Solgar Polska] (k. 488), a także pochodząca z Solgar Polska wiadomość e-mail z dnia 02.01.2015 r. (godz. 12:49) od [Pracownik Solgar Polska] do [Pracownik Solgar Polska], temat: „Re: linki” wraz z przekazanym fragmentem wiadomości e-mail z dnia 18.12.2014 r. od [Pracownik Solgar Polska] do [Pracownik Solgar Polska] (k.486-489).

- (83) Jako dowód na okoliczność, że działania Solgar Polska miały rzeczywisty wpływ na wysokość detalicznych cen odsprzedaży Produktów Solgar Polska, należy również wskazać korespondencję pomiędzy pracownikami Solgar Polska a dystrybutorami oraz korespondencję pomiędzy pracownikami Solgar Polska, która była wymieniana po wprowadzeniu przez Solgar Polska podwyżek cen w 2017 r. Wynika z niej wyraźnie, że dystrybutorzy w odpowiedzi na kierowane do nich przez Solgar Polska wezwania do podniesienia cen informowali, że: *„zastosowali się”* do ogłoszonej podwyżki (Dowód A) lub *„podnieśli”* (Dowód B); *„zmienili”* (Dowód C); *„znowelizowali”* (Dowód D); *„uaktualnili”* (Dowód E); *„poprawili”* (Dowód F) ceny. Z przedmiotowej korespondencji wynika również, że pracownicy Solgar Polska kontaktowali się telefonicznie z dystrybutorami, którzy *„nie zmienili cen”* w celu przypomnienia im o podwyżce i skłonienia ich do podwyższenia cen, w reakcji na co dystrybutorzy informowali, że ceny już *„zmienili”* (Dowody G) lub składali deklaracje, że je zmieniają (Dowody G, H, I, oraz J).

Dowody:

- A. pochodząca z Solgar Polska wiadomość e-mail z dnia 10.02.2017 r. od [Pracownik Solgar Polska] do [Pracownik Solgar Polska], temat: „Fwd: ceny (zmiana od lutego)”, wraz z przekazaną wiadomością e-mail z dnia 10.02.2017 r. przesłaną z adresu: [informacja chroniona] do [Pracownik Solgar Polska], temat: „ceny (zmiana od lutego)” (k. 606);
- B. pochodząca z Solgar Polska wiadomość e-mail z dnia 14.02.2017 r. od [Pracownik Solgar Polska] do [Pracownik Solgar Polska], temat: „Re: Fwd: Re: Solgar zmiana cen z dn. 01.02.2017” wraz z wiadomością e-mail z dnia 14.02.2017 r. od [Partner] do [Pracownik Solgar Polska] i [Pracownik Solgar Polska] oraz z wiadomością e-mail z dnia 02.01.2017 r. od [Pracownik Solgar Polska] (brak adresatów, brak tematu), (k. 608);
- C. pochodząca z Solgar Polska wiadomość e-mail z dnia 21.03.2017 r. od [informacja chroniona] do [Pracownik Solgar Polska], temat: „Re: Solgar-cennik”, wraz z wiadomością e-mail z dnia 21.03.2017 r. od [Pracownik Solgar Polska] (brak adresatów), temat: „Solgar-cennik” (k. 614);
- D. pochodząca z Solgar Polska wiadomość e-mail z dnia 21.03.2017 r. od [Partner] do [Pracownik Solgar Polska], temat: „Odp: Solgar-cennik” wraz z wiadomością e-mail z dnia 21.03.2017 r. od [Pracownik Solgar Polska] (brak adresatów, brak tematu), (k. 615);
- E. pochodząca z Solgar Polska wiadomość e-mail z dnia 22.03.2017 r. (godz. 15:40) od [Pracownik Solgar Polska] do [Partner], temat: „Re: Solgar-cennik” wraz z wiadomością e-mail z dnia 22.03.2017 r. (godz. 15:39) od [Partner] do [Pracownik Solgar Polska] (brak tematu), oraz wiadomością e-mail z dnia 21.03.2017 r. od [Pracownik Solgar Polska] (brak adresatów, brak tematu), (k. 616);
- F. pochodząca z Solgar Polska wiadomość e-mail z dnia 31.03.2017 r. od [Partner] do [Pracownik Solgar], temat: „Re: Solgar-cennik”, wraz z wiadomością e-mail z dnia 21.03.2017 r. od [Pracownik Solgar Polska] do „ukryci-adresaci”, temat: „Solgar-cennik” (k. 618);
- G. pochodząca z Solgar Polska pochodząca z Solgar Polska wiadomość e-mail z dnia 18.04.2017 r. od [Pracownik Solgar Polska] do [Pracownik Solgar Polska] i [Pracownik Solgar Polska], temat: „Apteki- Ceny”, wraz załącznikiem: „Apteki, które nie Zmieniły Ceny.1xlsx” (k. 625-626);
- H. pochodząca z Solgar Polska wiadomość e-mail z dnia 17.05.2017 r. od [Pracownik Solgar Polska] do [Pracownik Solgar Polska] i [Pracownik Solgar Polska], (brak tematu), wraz załącznikiem: „Apteki, Które nie Zmieniły Ceny 1.xlsx (k. 627-628);
- I. pochodząca z Solgar Polska wiadomość e-mail z dnia 06.06.2017 r. (godz. 13:36) od [Pracownik Solgar Polska] do [Pracownik Solgar Polska], temat: „Re” wraz z wiadomością e-mail z dnia 06.06.2017 r. od [Pracownik Solgar Polska] do [Pracownik Solgar Polska] z adnotacją, że do wiadomości był załączony załącznik: „Apteki Które nie Zmieniły Ceny 1 – Kopia.xlsx” (brak treści załącznika), (k. 633-634);
- J. pochodząca z Solgar Polska wiadomość e-mail z dnia 06.06.2017 r. (godz.20:45) od [Pracownik Solgar Polska] do [Pracownik Solgar Polska], temat: „Re” wraz z wiadomością e-mail z dnia

06.06.2017 r. od [Pracownik Solgar Polska] do [Pracownik Solgar Polska], (brak tematu), wraz z załącznikiem – tabelą zawierającą zestawienie aptek (k. 634-635).

- (84) Jako dowód na okoliczność, że działania Solgar Polska miały wpływ na wysokość detalicznych cen odsprzedaży Produktów Solgar Polska, należy również wskazać korespondencję e-mail pomiędzy Solgar Polska a dystrybutorami, z której wynika, że dystrybutorzy konsultowali swoją politykę cenową z Solgar Polska.

Dowody: jak w akapitach (58), (61) decyzji.

- (85) Ponadto z korespondencji pomiędzy pracownikami Solgar Polska oraz pomiędzy pracownikami Solgar Polska a dystrybutorami wynika, że dystrybutorzy traktowali stosowanie ustalonych minimalnych detalicznych cen odsprzedaży Produktów Solgar Polska jako ustalenia wiążące wszystkich dystrybutorów i wskazywali wprost, że stosują się do tych ustaleń.

Dowody: jak w akapitach (46), (47), (61), (63) decyzji.

- (86) Dodatkowo korespondencja pomiędzy p. Barbarą Szymaniak a jednym z dystrybutorów, wskazuje, że dzięki Solgar Polska dystrybutorzy prowadzący sprzedaż internetową stosują się do ustalonych minimalnych detalicznych cen odsprzedaży Produktów Solgar Polska: *„Ostatnio udało nam się doprowadzić do tego, że chyba już wszyscy trzymają ceny w internecie i szkoda było by to zepsuć.”*.

Dowód: pochodząca z Solgar Polska wiadomość e-mail z dnia 18.09.2012 r. od B. Szymaniak do [Partner], temat: „Re: pomoc w przygotowaniu propozycji dla klientów” wraz z przekazaną wiadomością e-mail z dnia 13.09.2012 r. od [Partner] do B. Szymaniak (k. 427).

4.5. Pracownicy Solgar Polska zaangażowani w kwestionowane działania

- (87) Zebrany w sprawie materiał dowodowy wskazuje, że w podejmowanie działań polegających na ustalaniu minimalnych detalicznych cen odsprzedaży Produktów Solgar Polska byli bezpośrednio zaangażowani pracownicy Działu Telemarketingu Solgar Polska (dawniej: Dział Telefonicznej Obsługi Aptek), koordynatorzy krajowi i regionalni Solgar Polska oraz pracownik Działu Administracyjno-Finansowego Solgar Polska. Zebrany w sprawie materiał dowodowy pozwala ponadto stwierdzić, że w podejmowanie przedmiotowych działań był również zaangażowany Zarząd Solgar Polska.

4.5.1. Dział Telemarketingu Solgar Polska

- (88) Pracownicy Działu Telemarketingu Solgar Polska monitorowali ceny Produktów Solgar Polska w Internecie oraz odbierali, analizowali i weryfikowali skargi dotyczące nierespektowania polityki cenowej w zakresie stosowania ustalonych detalicznych cen

odsprzedaży Produktów Solgar Polska, przekazywane przez dystrybutorów i inne podmioty (np. klientów). W przypadku zidentyfikowania dystrybutorów niestosujących się do ustalonej polityki cenowej, pracownicy Działu Telemarketingu kontaktowali się z właściwymi koordynatorami Solgar Polska z prośbą o podjęcie przez nich interwencji u dystrybutora lub sami kontaktowali się z dystrybutorami w celu skłonienia ich do zmiany cen. To również Pracownicy Działu Marketingu przekazywali dystrybutorom cenniki z aktualnie ustaloną minimalną detaliczną ceną odsprzedaży Produktów Solgar Polska. Pracownicy Działu Telemarketingu przekazywali dystrybutorom informacje o dokonanej w 2017 r. podwyżce ustalonej minimalnej ceny detalicznej Produktów Solgar Polska, wzywali dystrybutorów do dostosowania cen do przeprowadzonej podwyżki oraz przygotowywali zestawienia dystrybutorów, którzy nie dokonali stosownej korekty, zwracając się do nich o zmianę cen.

Dowody:

- A. jak w punkcie 4.2.1 – „Monitoring prowadzony przez Solgar Polska we własnym zakresie”;
- B. jak w punkcie 3.2 – „Informowanie dystrybutorów detalicznych o cenach odsprzedaży (cenniki i biuletyny)”;
- C. jak w akapicie (55) decyzji;
- D. jak w akapicie (57) decyzji;
- E. jak w akapicie (64) decyzji.

- (89) Z analizy zebranego w sprawie materiału dowodowego wynika, że w Dziale Telemarketingu został wyznaczony pracownik – tzw. Koordynator Działu Telemarketingu, do którego obowiązków należało organizowanie pracy i koordynowanie czynności pracowników Działu Telemarketingu, a także pośredniczenie w kontaktach pomiędzy pracownikami Działu Telemarketingu a Zarządem Solgar Polska i koordynatorami. Osoba zatrudniona na ww. stanowisku miała również koordynować czynności pracowników związane z polityką cenową w zakresie stosowania ustalonych minimalnych detalicznych cen odsprzedaży Produktów Solgar Polska. Do momentu wyznaczenia Koordynatora Działu Telemarketingu (do 2016 r.) jego obowiązki były wykonywane bezpośrednio przez Członka Zarządu Solgar Polska – p. Barbarę Szymaniak. Polecenia pracownikom Działu Telemarketingu wydawali również pozostali Członkowie Zarządu Solgar Polska, tj. Prezes Zarządu Solgar Polska – p. Grażyna Durkiewicz i Członek Zarządu Solgar Polska – p. [Pracownik Solgar Polska]. W okresie od 2016 r. funkcję Koordynatora Działu Telemarketingu sprawowała p. [Pracownik Solgar Polska], z kolei od stycznia 2017 r. jej obowiązki przejęła p. [Pracownik Solgar Polska].

Dowody:

- A. pochodząca z Solgar Polska wiadomość e-mail z dnia 29.02.2016 r. od [Pracownik Solgar Polska] do B. Szymaniak, G. Durkiewicz oraz pracowników Solgar Polska, w tym m.in. [Pracownik Solgar Polska], [Pracownik Solgar Polska], [Pracownik Solgar Polska] i in., temat: „Koordynator Telemarketingu do komunikacji z Zarządem i Koordynatorami Krajowymi” (k. 537);
- B. pochodząca z Solgar Polska wiadomość e-mail z dnia 18.01.2017 r. od B. Szymaniak do [Pracownik Solgar Polska] i in., temat: „Przejęcie obowiązków [Pracownik Solgar Polska] (k. 595);
- C. pochodzące z Solgar Polska odręczne notatki G. Durkiewicz od słów: „obowiązki Ani”, do słów „Ewa. M.” (k. 372);
- D. pochodząca z Solgar Polska wiadomość e-mail z dnia 22.03.2016 r. od B. Szymaniak do [Pracownik Solgar Polska] i in., temat „Obowiązki ogólnie” wraz załącznikiem „Obowiązki ogólnie.docx” (k. 544-548);
- E. wiadomość e-mail z dnia 11.10.2017 r. (godz. 09:14) od [Pracownik Solgar Polska] do B. Szymaniak, temat: „Obowiązki Dominiki” (k. 675);
- F. pochodząca z Solgar Polska wyjaśnienia B. Szymaniak z dnia 27 października 2017 r. odebrane w toku przeszukania Solgar Polska (k. 233).

4.5.2. Koordynatorzy krajowi i regionalni Solgar Polska

- (90) W ustalanie minimalnych detalicznych cen odsprzedaży Produktów Solgar Polska byli bezpośrednio zaangażowani przedstawiciele handlowi Spółki, tj. krajowi i regionalni koordynatorzy Solgar Polska. Jak wskazuje analiza zebranego w sprawie materiału dowodowego, zakres tego zaangażowania był bardzo szeroki. Obejmował on w szczególności prowadzenie szkoleń dla pracowników i kierownictwa dystrybutorów Produktów Solgar Polska, podczas których prezentowane były m.in. korzyści płynące ze stosowania przez wszystkich dystrybutorów ujednoliconych cen (nie niższych niż ustalone) oraz podkreślano, że stosowanie polityki rabatowej nie jest korzystne dla przedsiębiorców. Ponadto, koordynatorzy monitorowali poziom detalicznych cen odsprzedaży Produktów Solgar Polska stosowany przez dystrybutorów poprzez wizytacje prowadzone w punktach stacjonarnych dystrybutorów, jak i poprzez obserwację cen w Internecie (Dowody A). Podczas wizyt w placówkach stacjonarnych dystrybutorów, koordynatorzy przekazywali również im cenniki i biuletyny, z których dystrybutorzy dowiadywali się, jaka jest aktualnie ustalona minimalna detaliczna cena odsprzedaży Produktów Solgar Polska (Dowody B). W przypadkach niestosowania przez dystrybutorów ustalonych minimalnych detalicznych cen odsprzedaży Produktów Solgar Polska, to koordynatorzy podejmowali bezpośrednie interwencje u dystrybutorów, kontaktując się z nimi telefonicznie lub podejmując rozmowy podczas wizytacji w placówkach. Miały one skłonić dystrybutorów do zmiany stosowanych

przez nich detalicznych cen odsprzedaży na ceny odpowiadające ustalonym minimalnym detalicznym cenom odsprzedaży Produktów Solgar Polska (Dowody C). Koordynatorzy dokonywali oceny współpracy z danym dystrybutorem, biorąc pod uwagę kryterium stosowania się do ustalonego poziomu cen (Dowody D), a w przypadkach powtarzającego się niestosowania się przez dystrybutorów do minimalnych detalicznych cen odsprzedaży Produktów Solgar Polska, zwracali się do Solgar Polska nawet o wypowiedzenie umowy takiemu dystrybutorowi (Dowody E). Opisane powyżej działania podejmowali koordynatorzy krajowi – p. [Pracownik Solgar Polska] i p. [Pracownik Solgar Polska] oraz koordynatorzy regionalni, w tym p. [Pracownik Solgar Polska], p. [Pracownik Solgar Polska], p. [Pracownik Solgar Polska], p. [Pracownik Solgar Polska], p. [Pracownik Solgar Polska], p. [Pracownik Solgar Polska].

Dowody:

- A. jak w punkcie 4.2.1 – „*Monitoring prowadzony przez Solgar Polska we własnym zakresie*”;
- B. jak w punkcie 3.2 – „*Informowanie dystrybutorów detalicznych o cenach odsprzedaży (cenniki i biuletyny)*”;
- C. jak w akapicie (55) decyzji;
- D. jak w akapicie (71) decyzji;
- E. jak w akapicie (81) decyzji;
- F. jak w akapicie (54) decyzji.

- (91) W zakresie ustalania minimalnych detalicznych cen odsprzedaży Produktów Solgar Polska koordynatorzy ściśle współpracowali z pracownikami Działu Telemarketingu Solgar Polska.

Dowody:

- A. jak w akapicie (55) decyzji;
- B. jak w akapicie (69) decyzji,
- C. jak w akapicie (74) decyzji;
- D. jak w akapicie (57) decyzji.

- (92) W kwestiach związanych z ustalaniem minimalnych detalicznych cen odsprzedaży Produktów Solgar Polska koordynatorzy ściśle współpracowali również z Zarządem Solgar Polska, przesyłając mu raporty i analizy z przeprowadzonych działań (wizytacji, monitoringu cen w Internecie) (Dowody A). Koordynatorzy przekazywali Zarządowi również swoje sugestie związane z polityką cenową, które dotyczyły m.in. wypowiedzenia umowy danemu dystrybutorowi z uwagi na powtarzające się niestosowanie się do ustaleń w zakresie minimalnych detalicznych cen odsprzedaży Produktów Solgar Polska (Dowody B).

Koordynatorzy omawiali również z Zarządem tematykę szkoleń prezentujących korzyści płynące ze stosowania przez dystrybutorów ustalonych minimalnych detalicznych cen odsprzedaży Produktów Solgar Polska, o czym świadczy wiadomość e-mail od p. [Pracownik Solgar Polska] do p. Grażyny Durkiewicz. Koordynator wskazuje w niej na potrzebę przypomnienia dystrybutorom o nieopłacalności stosowania rabatów: „*Cześć Grażyna, po przejrzeniu prezentacji i bardzo żywych dyskusjach udało nam się ustalić kilka kluczowych punktów, które chcielibyśmy żeby zostały poruszone na warsztatach w tym roku. 1. (...) Tutaj tak jak rozmawialiśmy, także chcielibyśmy żeby im konsekwentnie przypomnieć, że rabaty na Solgar są nieopłacalne.*” (Dowód C). Koordynatorzy pomagali również Zarządowi w ustalaniu wysokości minimalnych detalicznych cen odsprzedaży Produktów Solgar, o czym świadczy treść wiadomości od p. [Pracownik Solgar Polska] do p. Grażyny Durkiewicz, w ramach której p. [Pracownik Solgar Polska] przesyła Prezes Zarządu Solgar Polska informacje dotyczące „*ceny detalicznej dla pacjenta*” i sugestie dotyczące sposobu obliczenia marży dla apteki (Dowód E).

Dowody:

- A. jak w punkcie 4.2.1 – „*Monitoring prowadzony przez Solgar Polska we własnym zakresie*”;
- B. jak w akapicie (81) decyzji;
- C. pochodząca z Solgar Polska wiadomość e-mail z dnia 18.09.2015 r. od [Pracownik Solgar Polska] do G. Durkiewicz, z kopią do [Pracownik Solgar Polska], temat: „*Tematy na warsztaty jesień 2015r*” (k. 507);
- D. pochodzący z Solgar Polska „*Raport z wizyt w dniach 18-19.12.2014 r. z aptek w Krakowie*” sporządzony przez koordynatora Solgar Polska [Pracownik Solgar Polska] wraz z e-mailami: z 22.12.2014 r. od [Pracownik Solgar Polska] do [Pracownik Solgar Polska], od [Pracownik Solgar Polska] do B., Szymaniak, od B. Szymaniak do G. Durkiewicz i [Pracownik Solgar Polska] (k. 65-70);
- E. pochodząca z Solgar Polska wiadomość e-mail z dnia 11.10.2017 r. od [Pracownik Solgar Polska] do B. Szymaniak i G. Durkiewicz, z kopią do [Partner], temat: „*Przeliczenie marży*” (k. 676).

4.5.3. Pracownik Działu Administracyjno-Finansowego

- (93) W ustalanie minimalnych detalicznych cen odsprzedaży Produktów Solgar Polska była bezpośrednio zaangażowana również pracownik Działu Administracyjno-Finansowego Solgar Polska – p. [Pracownik Solgar Polska], która analizowała ceny umieszczone na opakowaniach produktów pochodzących ze zwrotów i w przypadku zidentyfikowania dystrybutorów stosujących niższe detaliczne ceny odsprzedaży niż ustalone minimalne detaliczne ceny odsprzedaży Produktów Solgar Polska, zgłaszała ten fakt pracownikom

Działu Telemarketingu Solgar Polska, koordynatorom lub bezpośrednio Członkom Zarządu Solgar Polska.

Dowody: jak w akapicie (70) decyzji.

4.6. Rola Zarządu Solgar Polska w ustalaniu minimalnych detalicznych cen odsprzedaży Produktów Solgar Polska

4.6.1. Rola p. Grażyny Durkiewicz

(94) Pani Grażyna Durkiewicz przez cały okres trwania ustaleń dotyczących stosowania przez dystrybutorów minimalnych detalicznych cen odsprzedaży Produktów Solgar Polska sprawowała funkcję Prezesa Zarządu Solgar Polska.

Dowód: informacja odpowiadająca odpisowi Solgar Polska z Rejestru Przedsiębiorców z dnia 27 lipca 2021 r. (k.1444-1452).

(95) Pani Grażyna Durkiewicz akceptowała i ustalała z koordynatorami tematykę szkoleń prowadzonych przez nich dla dystrybutorów Solgar Polska, podczas których prezentowano korzyści płynące ze stosowania przez dystrybutorów ustalonych minimalnych detalicznych cen odsprzedaży Produktów Solgar Polska. O powyższej okoliczności świadczą fragmenty wiadomości e-mail z dnia 1.09.2015 r. od p. [Pracownik Solgar Polska] do p. Grażyny Durkiewicz, w której koordynator ustala z Prezes Zarządu tematykę jednego ze szkoleń wskazując na potrzebę przypomnienia dystrybutorom Solgar Polska o nieopłacalności stosowania rabatów: *„Cześć Grażyna, po przejrzeniu prezentacji i bardzo żywych dyskusjach udało nam się ustalić kilka kluczowych punktów, które chcielibyśmy żeby zostały poruszone na warsztatach w tym roku. 1. Prawo Pareto – (...) Tutaj tak jak rozmawialiśmy, także chcielibyśmy żeby im konsekwentnie przypomnieć, że rabaty na Solgar są nieopłacalne.”*

Dowód: pochodząca z Solgar Polska wiadomość e-mail z dnia 18.09.2015 r. od [Pracownik Solgar Polska] do G. Durkiewicz, z kopią do [Pracownik Solgar Polska], temat: „Tematy na warsztaty jesień 2015r”) (k. 507).

(96) Pani Grażyna Durkiewicz ustalała wysokość detalicznych cen odsprzedaży „dla pacjenta” Produktów Solgar Polska i przekazywała je następnie pozostałym Członkom Zarządu Solgar Polska. Na potwierdzenie ww. okoliczności należy wskazać wiadomość e-mail, w której p. Grażyna Durkiewicz przesyła pozostałym Członkom Zarządu dokument obejmujący cennik z naniesioną 4% podwyżką cen, przy czym cennik zawiera również rubrykę „cena brutto DETAL” (Dowód A). Innym dowodem na okoliczność, że p. Grażyna Durkiewicz określała wysokość cen (oraz podwyżek cen) Produktów Solgar Polska, w tym również w zakresie poziomu detalicznych cen odsprzedaży „dla pacjenta”, jest wiadomość od p. [Pracownik Solgar Polska] do p. Grażyny Durkiewicz, w ramach której p. [Pracownik Solgar Polska]

przesyła p. do Grażyny Durkiewicz informacje dotyczące „ceny detalicznej dla pacjenta” i sugestie dotyczące sposobu obliczenia marży dla apteki (Dowód B). Ponadto, powyższego dowodzi korespondencja pomiędzy p. Grażyną Durkiewicz a p. [Pracownik Solgar Polska], w której p. Grażyna Durkiewicz przekazała p. [Pracownik Solgar Polska] otrzymaną od dystrybutora wiadomość e-mail o treści: „Pani Prezes, piszę do Pani gdyż spadła nam bardzo sprzedaż internetowa preparatów. Podnieśliśmy ceny wg Waszego nowego cennika, ale niestety wiele aptek w tym nasza bezpośrednia konkurencja utrzymuje stare ceny, nie mamy szans konkurować. Prosimy o informacje czy mamy obniżyć ceny czy będziecie Państwo wyciągać konsekwencje wobec firm, które działają wg własnego uznania?”. Ponadto p. Grażyna Durkiewicz zwróciła się do p. [Pracownik Solgar Polska]: „Cześć Daniel, przekazuję Ci sygnał od pani z Łodzi i będę z Tobą w kontakcie.”, na co p. [Pracownik Solgar Polska] odpowiedział: „już się tym zajmuję” (Dowód C).

Dowody:

- A. pochodząca z Solgar Polska wiadomość e-mail z dnia 09.12.2016 r. od G. Durkiewicz do [Pracownik Solgar Polska] i B. Szymaniak, temat: „Podwyżka cen” wraz z załącznikiem „CENY 12.2016 Symulacja podwyżki xls.” (k. 585-589);
 - B. pochodząca z Solgar Polska wiadomość e-mail z dnia 11.10.2017 r. od [Pracownik Solgar Polska] do B. Szymaniak i G. Durkiewicz, z kopią do [Partner], temat: „Przeliczenie marży” (k. 676);
 - C. pochodząca z Solgar Polska wiadomość e-mail z dnia 03.04.2017 r. od [Pracownik Solgar Polska] do G. Durkiewicz, temat: „Re: Ceny w internecie [Partner]” wraz z wiadomością e-mail z dnia 03.04. 2017 r. od G. Durkiewicz do [Pracownik Solgar Polska] (brak tematu) wraz z przekazaną wiadomością e-mail z dnia 02.04.2017 r. od [Partner] i do G. Durkiewicz, [Pracownik Solgar Polska] i [Partner], temat: „Ceny w internecie [Partner]” (k.619).
- (97) W przypadkach, gdy sygnały pochodzące od dystrybutorów, dotyczące niestosowania się do ustalonych minimalnych detalicznych cen odsprzedaży Produktów Solgar Polska oraz pytania odnoszące się do ustalonej polityki cenowej trafiały bezpośrednio do p. Grażyny Durkiewicz, przekazywała te wiadomości do osób, które odpowiadały w Spółce za realizację ustalonej polityki cenowej, w tym w szczególności za weryfikację sygnałów dotyczących niestosowania się przez dystrybutorów do ustalonych minimalnych detalicznych cen odsprzedaży Produktów Solgar Polska oraz za podjęcie lub zlecenie ewentualnej interwencji w celu skłonienia dystrybutorów do dostosowania się do ustalonej minimalnej detalicznej ceny odsprzedaży ww. produktów. Na potwierdzenie opisanych okoliczności należy wskazać korespondencję od jednego z dystrybutorów przesłaną do p. Grażyny Durkiewicz i przekazaną następnie przez p. Grażynę Durkiewicz do p. Barbary Szymaniak i p. [Pracownik Solgar Polska], o treści: „Chciałbym zapytać czy nadal aktualna jest strategia ujednoliczonych cen na preparaty firmy Solgar. Zauważyliśmy na

portalu „ceneo” iż nie wszystkie apteki stosują się do ww. zasady, np. [tutaj podano dane identyfikujące dystrybutorów – wyjaśnienie Prezesa Urzędu] *Byłbym bardzo wdzięczny za informację, ponieważ jeśli firma SOLGAR nie przywiązuje już tak dużej wagi do wysokości cen, chcielibyśmy mieć możliwość zmodyfikowania również naszych cen w sprzedaży internetowej oraz aptecznej.*” (Dowód A). Należy wskazać, że p. [Pracownik Solgar Polska] jako pracownik Działu Telemarketingu Solgar Polska weryfikowała sygnały dotyczące niestosowania przez dystrybutorów ustalonych minimalnych detalicznych cen odsprzedaży Produktów Solgar Polska oraz kontaktowała się telefonicznie z dystrybutorami w celu skłonienia dystrybutorów do dostosowania cen do ustalonych minimalnych detalicznych ceny odsprzedaży Produktów Solgar Polska (Dowody jak w punkcie 4.5.1 – „Dział Telemarketingu Solgar Polska”). Z kolei p. Barbara Szymaniak zlecała koordynatorom podjęcie interwencji mających na celu skłonienie dystrybutorów do stosowania ustalonej minimalnej detalicznej ceny odsprzedaży Produktów Solgar Polska (Dowody jak w punkcie 4.6.2 – „Rola p. Barbary Szymaniak”).

Dowód: pochodząca z Solgar Polska wiadomość e-mail z dnia 15.04.2016 r. od [Partner] do G. Durkiewicz, temat: „ceny Solgar” i pochodząca z Solgar Polska wiadomość e-mail z dnia 18.04.2016 r. od Prezes Zarządu Solgar Polska G. Durkiewicz do Członka Zarządu Solgar Polska B. Szymaniak, temat: „Fwd: ceny Solgar” (k. 75).

- (98) Pani Grażyna Durkiewicz ustalała wspólnie z p. Barbarą Szymaniak kierunek działań Spółki w sprawach dotyczących niestosowania się przez dystrybutorów do ustalonych minimalnych detalicznych cen odsprzedaży Produktów Solgar Polska. Potwierdzenie powyższej okoliczności stanowią fragmenty korespondencji, w ramach której p. Barbara Szymaniak przekazała p. Grażynie Durkiewicz wiadomość e-mail od p. [Pracownik Solgar Polska] przedstawiającą wyniki monitoringu cen Produktów Solgar Polska w Internecie, wskazujące na niestosowanie się przez dystrybutorów do ustalonych minimalnych detalicznych cen odsprzedaży Produktów Solgar Polska, zadając jednocześnie pytanie: „*Grażynko, Co z tym robimy?*”.

Dowód: pochodząca z Solgar Polska wiadomość e-mail z dnia 24.03.2011 r. od B. Szymaniak do G. Durkiewicz, temat: „Fwd: sprzedaż internetowa produktów Solgar” oraz wiadomość e-mail z dnia 24.03.2011 r. od pracownika Solgar Polska [Pracownik Solgar Polska] do B. Szymaniak, temat: „Sprzedaż internetowa produktów Solgar”) (k.51 i 52).

- (99) Pani Grażyna Durkiewicz podejmowała decyzje o wyciągnięciu u konsekwencji w stosunku do dystrybutorów, którzy sprzedawali Produkty Solgar Polska poniżej ustalonej minimalnej detalicznej ceny odsprzedaży. Na opisane powyżej okoliczności wskazują fragmenty korespondencji pomiędzy pracownikami Solgar Polska i p. Barbarą Szymaniak, o treści: „*Przekazuję decyzje P. Prezes. Poniższe apteki nie mogą brać udziału w promocji w tym*

tygodniu, gdyż mimo upomnienia w zeszłym tygodniu nie trzymają naszych cen w internecie (z naszym logo internetowym): [tutaj zostają podane dane identyfikujące apteki wykluczone z udziału w promocji – wyj. Prezesa Urzędu] *Te apteki mogą zamawiać w tym tygodniu tylko po cenach niepromocyjnych. Przy upomnieniu zostały poinformowane o konsekwencjach nie trzymania cen przez internet na tę promocję.*” Z treści powyższej wiadomości wynika, że to p. Grażyna Durkiewicz podjęła decyzję o wyłączeniu dystrybutorów z promocji z uwagi na niestosowanie się przez nich do ustalonych minimalnych detalicznych cen odsprzedaży Produktów Solgar Polska.

Dowód: pochodząca z Solgar Polska wiadomość e-mail z dnia 21.03.2011 r. od pracownicy Solgar Polska [Pracownik Solgar Polska] do pracownic Solgar Polska [Pracownik Solgar Polska], [Pracownik Solgar Polska], [Pracownik Solgar Polska], B. Szymaniak, temat: „brak udziału w promocji” (k 50).

- (100) Pani Grażyna Durkiewicz organizowała pracę poszczególnych pracowników i przydzielała im konkretne obowiązki. Podejmując poszczególne działania, w zakresie ustalania minimalnych detalicznych cen odsprzedaży Produktów Solgar Polska, pracownicy Solgar Polska realizowali przydzielone im przez p. Grażynę Durkiewicz obowiązki, m.in. związane z prowadzeniem monitoringu cen, w celu identyfikacji dystrybutorów niestosujących się do ustalonych minimalnych detalicznych cen odsprzedaży Solgar Polska. Opisane powyżej okoliczności potwierdza fragment odręcznych notatek p. Grażyny Durkiewicz, dotyczących podziału obowiązków pomiędzy poszczególnych pracowników Solgar Polska, o następującej treści: „*Ceny w internecie – p. Dominika*”, z czego wynika, że do zadań pracownika Działu Telemarketingu Solgar Polska p. [Pracownik Solgar Polska] należał monitoring cen w Internecie.

Dowód: pochodzące z Solgar Polska odręczne notatki G. Durkiewicz od słów: „obowiązki Ani” do słów „Ewa. M.” (k. 372).

- (101) Mając powyższe na uwadze należy stwierdzić, że p. Grażyna Durkiewicz, jako Prezes Zarządu Solgar Polska, nie tylko miała wiedzę o realizowaniu przez pracowników Solgar Polska ustalonej polityki cenowej odnośnie do minimalnych detalicznych cen odsprzedaży Produktów Solgar Polska, ale również sama podejmowała konkretne działania w tym zakresie, tj. w szczególności określała wysokość cen (w tym cen detalicznych „*dla pacjenta*”), przekazywała właściwym osobom w Spółce wiadomości pochodzące od dystrybutorów, które dotyczyły kwestii niestosowania przez dystrybutorów ustalonych minimalnych detalicznych cen odsprzedaży Produktów Solgar Polska, akceptowała i ustalała z koordynatorami tematykę szkoleń prezentujących korzyści wynikające ze stosowania przez dystrybutorów ustalonych minimalnych detalicznych cen odsprzedaży Produktów Solgar Polska. Ponadto, p. Grażyna Durkiewicz ustalała z p. Barbarą Szymaniak kierunek działań w

przypadkach niestosowania się przez dystrybutorów do ustalonych minimalnych detalicznych cen odsprzedaży Produktów Solgar Polska, podejmowała decyzje w sprawach negatywnych konsekwencji dla dystrybutorów niestosujących się do ustalonej polityki cenowej, jak i przydzielała pracownikom obowiązki w zakresie monitoringu cen.

4.6.2. Rola p. Barbary Szymaniak

(102) Pani Barbara Szymaniak przez cały okres trwania ustaleń dotyczących stosowania przez dystrybutorów minimalnych detalicznych cen odsprzedaży Produktów Solgar Polska sprawowała funkcję Członka Zarządu Solgar Polska.

Dowód: informacja odpowiadająca odpisowi Solgar Polska z Rejestru Przedsiębiorców z dnia 27 lipca 2021 r. (k. 1444-1452).

(103) Pani Barbara Szymaniak organizowała pracę poszczególnych pracowników Solgar Polska i przydzielała im konkretne obowiązki, wśród których znajdowało się m.in. prowadzenie monitoringu cen. Powyższe potwierdza fragment dokumentu o nazwie „*Obowiązki ogólnie*”, przesłanego przez p. Barbarę Szymaniak jako załącznik do wiadomości e-mail kierowanej do pracowników Solgar Polska, zawierający podział obowiązków pomiędzy poszczególnych pracowników Solgar Polska o następującej treści: „*Dział Telemarketingu: Do zakresu obowiązków p. [Pracownik Solgar Polska] należy: (...) Sprawdzanie cen produktów na stronach internetowych aptek i na allegro*”, „*Do zakresu obowiązków p. [Pracownik Solgar Polska] należy: (...) ustalanie cen, wprowadzenie do WF-MAG i innych zestawień*” (Dowód A). Innym dowodem na okoliczność przydzielania pracownikom obowiązków w zakresie prowadzenia monitoringu cen dystrybutorów są fragmenty korespondencji pomiędzy pracownikami Solgar Polska – p. [Pracownik Solgar Polska] a p. Barbarą Szymaniak, gdzie - wśród obowiązków należących do pracownik Działu Telemarketingu Solgar Polska – p. [Pracownik Solgar Polska] - wymienia się: „*(...) Sprawdzanie cen w internecie*” (Dowód B).

Dowody:

A. pochodząca z Solgar Polska wiadomość e-mail z dnia 22.03.2016 r. od B. Szymaniak do [Pracownik Solgar Polska] i in., temat „Obowiązki ogólnie” wraz załącznikiem „Obowiązki ogólnie.docx” (k. 544-548);

B. pochodząca z Solgar Polska wiadomość e-mail z dnia 11.10.2017 r. (godz. 09:14) od [Pracownik Solgar Polska] do B. Szymaniak, temat: „Obowiązki Dominiki” (k. 675).

(104) Do momentu wyznaczenia Koordynatora Działu Telemarketingu (do 2016 r.) p. Barbara Szymaniak nie tylko bezpośrednio organizowała pracę pracowników Działu Telemarketingu, ale także nadzorowała i koordynowała czynności podejmowane przez pracowników tej jednostki.

Dowody:

- A. pochodząca z Solgar Polska wiadomość e-mail z dnia 29.02.2016 r. od [Pracownik Solgar Polska] do B. Szymaniak, G. Durkiewicz oraz pracowników Solgar Polska, w tym m.in. [Pracownik Solgar Polska], [Pracownik Solgar Polska], [Pracownik Solgar Polska] i in., temat: „Koordynator Telemarketingu do komunikacji z Zarządem i Koordynatorami Krajowymi” (k. 537);
- B. pochodząca z Solgar Polska wiadomość e-mail z dnia 18.01.2017 r. od B. Szymaniak do [Pracownik Solgar Polska] i in., temat: „Przejęcie obowiązków [Pracownik Solgar Polska] (k. 595);
- C. wyjaśnienia B. Szymaniak z dnia 27.10.2017 r. odebrane w toku przeszukania Solgar Polska (k. 233).

- (105) Pani Barbara Szymaniak przez cały okres trwania ustaleń dotyczących stosowania przez dystrybutorów minimalnych detalicznych cen odsprzedaży Produktów Solgar Polska odgrywała rolę kierowniczą w zakresie tychże ustaleń. Dotyczy to zwłaszcza pierwszych lat funkcjonowania ustaleń (od marca 2010 r. do 2016 r.), kiedy p. Barbara Szymaniak osobiście koordynowała działania pozostałych pracowników Solgar Polska, w tym pracowników Działu Telemarketingu. Opisane czynności polegały w szczególności na odbieraniu sygnałów dotyczących przypadków niestosowania przez dystrybutorów ustalonych minimalnych detalicznych cen odsprzedaży Produktów Solgar Polska, przekazywaniu tych sygnałów właściwym osobom do weryfikacji oraz na zleceniu podjęcia konkretnych interwencji w celu skłonienia dystrybutorów do stosowania ustalonej minimalnej detalicznej ceny odsprzedaży ww. produktów. Następnie od ok. 2016 r., gdy funkcje koordynacyjne zostały powierzone Koordynator Działu Telemarketingu, p. Barbara Szymaniak nadzorowała realizację ustalonej polityki cenowej.
- (106) Prośby koordynatorów o wypowiedzenie umów dystrybutorom, sprzedającym Produkty Solgar Polska poniżej ustalonej minimalnej detalicznej ceny odsprzedaży Produktów Solgar Polska, były kierowane do p. Barbary Szymaniak (Dowody A, B).

Dowody:

- A. pochodząca z Solgar Polska wiadomość e-mail z dnia 11.07.2013 r. od koordynatora Solgar Polska [Pracownik Solgar Polska] do Członka Zarządu Solgar Polska B. Szymaniak, temat: „prośba o wypowiedzenie umowy” (k. 60);
 - B. pochodząca z Solgar Polska wiadomość e-mail z dnia 01.10.2015 r. od [Pracownik Solgar Polska] do [Pracownik Solgar Polska], z kopią do B. Szymaniak, temat; „Wypowiedzenia umowy [Partner]” (k. 509).
- (107) Pani Barbara Szymaniak odpowiadała również na zapytania dystrybutorów, dotyczące prowadzonej przez tych dystrybutorów polityki cenowej. Udzielając odpowiedzi na

zapytania dotyczące możliwości prowadzenia przez dystrybutora promocji, p. Barbara Szymaniak wprost podkreślała, że przeprowadzenie takiej promocji przez dystrybutora jest możliwe tylko pod warunkiem respektowania ustalonych minimalnych detalicznych cen odsprzedaży Produktów Solgar Polska: „*mam pytanie jak to się będzie miało do trzymania cen sugerowanych - skoro zrobimy zestaw 3-5 produktów za 200 zł. Jeśli pakiet nie będzie wpływał na zmianę cen to chętnie przekażę sprawę Panu Wojtkowi, aby pomógł w doborze produktów.*”.

Dowód: pochodząca z Solgar Polska wiadomość e-mail z dnia 18.09.2012 r. od B. Szymaniak do [Partner], temat: „Re: pomoc w przygotowaniu propozycji dla klientów” wraz z przekazaną wiadomością e-mail z dnia 13.09.2012 r. od [Partner] do B. Szymaniak (k. 427).

(108) Ponadto p. Barbara Szymaniak tworzyła dokumenty zawierające ceny „*dla pacjenta*”.

Dowód: pismo Solgar Polska z dnia 7.12. 2018 r. (k.23).

(109) Przychodzące bezpośrednio do p. Barbary Szymaniak od dystrybutorów wiadomości, dotyczące kwestii związanych z ustaloną polityką cenową, w tym te sygnalizujące przypadki niestosowania przez dystrybutorów ustalonych minimalnych detalicznych cen odsprzedaży Produktów Solgar Polska, były przez nią przekazywane do osób, które odpowiadały w Spółce za weryfikację takich sygnałów, w szczególności do pracowników Działu Telemarketingu. Opisane powyżej okoliczności potwierdza wiadomość od jednego z dystrybutorów, skierowana bezpośrednio do p. Barbary Szymaniak, o następującej treści: „*Proszę o interwencję w sprawie zaniżonych cen na ceneo. W załączniku zdjęcie z ceneo*”. Pani Barbara Szymaniak przekazała ww. wiadomość do p. [Pracownik Solgar Polska], która jako pracownik Działu Telemarketingu Solgar Polska, w tym również koordynator Działu Telemarketingu Solgar Polska, weryfikowała sygnały dotyczące niestosowania się przez dystrybutorów do ustalonych minimalnych detalicznych cen odsprzedaży Produktów Solgar Polska oraz, kontaktując się telefonicznie z dystrybutorami, podejmowała działania zmierzające do skłonienia ich do dostosowania się do ustalonej minimalnej detalicznej ceny odsprzedaży ww. produktów.

Dowód: pochodząca z Solgar Polska wiadomość e-mail z dnia 29.11.2016 r. od [Partner] do B. Szymaniak, temat: „Ceny” wraz z e-mailem z dnia 30.11.2016 r. od B. Szymaniak do [Pracownik Solgar Polska] (k. 79).

(110) Pani Barbara Szymaniak polecała koordynatorom Solgar Polska podjęcie interwencji w celu skłonienia dystrybutorów do dostosowania się do ustalonej minimalnej detalicznej ceny odsprzedaży Produktów Solgar Polska w konkretnych przypadkach niestosowania się do ustaleń w tym zakresie. Opisane powyżej okoliczności potwierdzają fragmenty korespondencji pomiędzy p. Barbarą Szymaniak i p. [Pracownik Solgar Polska], w której p.

Barbara Szymaniak informuje koordynatora o przypadku nierespektowania ustaleń przez dwóch dystrybutorów z rejonu koordynatora i prosi go o interwencję w tej sprawie: „Czy mogę prosić o interwencję i rozmowę z nimi w tej sprawie?”, na co p. [Pracownik Solgar Polska] odpowiedział: „Oczywiście, będę z nimi rozmawiał”.

Dowód: pochodząca z Solgar Polska wiadomość e-mail z dnia 30.08.2011 r. od [Pracownik Solgar Polska] do B. Szymaniak wraz z przekazaną wiadomością e-mail z dnia 30.08.2011 r. od B. Szymaniak do [Pracownik Solgar Polska], temat „Apteki w Internecie” (k. 423).

- (111) Koordynatorzy Solgar Polska przekazywali p. Barbarze Szymaniak informacje o stosowanych przez dystrybutorów detalicznych cenach odsprzedaży Produktów Solgar Polska, pozyskane w toku przeprowadzanych przez nich tzw. „zakupów kontrolowanych”, w celu identyfikacji dystrybutorów niestosujących ustalonych minimalnych detalicznych cen odsprzedaży Produktów Solgar Polska. Potwierdzenie opisanych powyżej okoliczności stanowią fragmenty korespondencji pomiędzy pracownikami Solgar Polska, z której wynika, że jeden z koordynatorów Solgar Polska przekazał p. Barbarze Szymaniak paragon oraz produkt z przeprowadzonego u dystrybutora „zakupu kontrolowanego”: „przekazałem wczoraj Pani Barbarze Szymaniak paragon oraz produkt z zakupu kontrolowanego, którego dokonał Pan [Pracownik Solgar Polska] adres jw. Wcześniej wysyłał kopie tego paragonu w rozliczeniu miesięcznym.”

Dowód: pochodząca z Solgar Polska wiadomość e-mail z dnia 23.11.2016 r. od pracownika Solgar [Pracownik Solgar Polska] do [Pracownik Solgar Polska], temat: „Zakup kontrolowany – [Pracownik Solgar Polska] [Partner]” (k. 78).

- (112) Pani Barbara Szymaniak nadzorowała realizację ustalonej polityki cenowej przez pracowników Solgar Polska również po dokonanej w 2017 r. podwyżce cen. Pani Barbara Szymaniak instruowała pracowników Solgar Polska, aby w odpowiedzi na napływające od dystrybutorów zapytania, czy podwyżka wiąże się z koniecznością podniesienia również stosowanej przez dystrybutorów „ceny dla pacjenta”, Spółka potwierdzała konieczność dokonania takich modyfikacji przez dystrybutorów. O powyższym świadczy korespondencja pomiędzy jednym z dystrybutorów a pracownikiem Solgar Polska - p. [Pracownik Solgar Polska], w której na pytanie dystrybutora: „Czy nowe ceny detaliczne obowiązują też na preparaty zakupione przed 01 lutego? Czy możemy utrzymać stare do wyczerpania zapasów?” pracownik Solgar Polska p. [Pracownik Solgar Polska], powołując się na informacje otrzymane od Członka Zarządu Solgar Polska p. Barbary Szymaniak, odpowiedziała: „Z informacji jaką otrzymałam od przełożonej pani B. Szymaniak z dniem 1 lutego powinny się zmienić ceny na wszystkie produkty, nawet te zakupione przed podwyżką.”

Dowód: wiadomość e-mail z dnia 26.01.2017 r. od [Pracownik Solgar Polska] do [Partner], temat: „RE: Solgar – nowy cennik” wraz z wiadomością e-mail z dnia 25.01.2017 r. od [Partner] do [Pracownik Solgar Polska] (brak tematu) oraz wiadomością e-mail z dnia 25.01.2017 r. od [Pracownik Solgar Polska] do „ukryci-adresaci”, temat: „Solgar – nowy cennik” (k. 598).

- (113) O fakcie, że p. Barbara Szymaniak była w Spółce osobą odpowiedzialną za kwestie związane z ustalaniem minimalnych detalicznych cen odsprzedaży Produktów Solgar Polska świadczy również obszerna korespondencja dotycząca kwestii ustalania tych cen, kierowana przez pracowników Solgar Polska bezpośrednio do p. Barbary Szymaniak lub do jej wiadomości. W ramach przedmiotowej korespondencji pracownicy Solgar Polska przekazywali p. Barbarze Szymaniak sygnały dotyczące przypadków niestosowania przez dystrybutorów ustalonych minimalnych detalicznych cen odsprzedaży Produktów Solgar Polska – pozyskane w ramach prowadzonego przez pracowników monitoringu cen, jak i otrzymane przez pracowników Solgar Polska od dystrybutorów (Dowody A-AAA).

Dowody:

- A. pochodząca z Solgar Polska wiadomość e-mail z dnia 27.12.2011 r. od [Pracownik Solgar Polska] do B. Szymaniak, temat: „Fw: współpraca” [pisownia oryginalna] wraz z przekazaną wiadomością e-mail z dnia 27.12.2011 r. od [Pracownik Solgar Polska] do [Pracownik Solgar Polska] (k. 421);
- B. pochodząca z Solgar Polska wiadomość e-mail z dnia 24.02.2012 r. od [Pracownik Solgar Polska] do B. Szymaniak, temat: „Fw: Pytanie” wraz z przekazaną korespondencją e-mail: z dnia 24.02.2012 r. i 23.02.2012 r., prowadzoną pomiędzy [Partner] i [Pracownik Solgar Polska] (k. 424);
- C. pochodząca z Solgar Polska wiadomość e-mail z dnia 21.08.2012 r. od [Pracownik Solgar Polska] do B. Szymaniak, temat: „Fwd: Fwd: Upusty na suplementy” wraz z przekazanymi wiadomościami e-mail z dnia 10.08.2012 od [Partner] do [Pracownik Solgar Polska] i [Pracownik Solgar Polska], temat: „Fwd: Upusty na suplementy” oraz od [Partner] do [Partner], temat: „Upusty na suplementy” (k. 425);
- D. pochodząca z Solgar Polska wiadomość e-mail z dnia 23.05.2013 r. od [Pracownik Solgar Polska] do B. Szymaniak, temat: „Fwd: FW: Solgar Ceny” wraz z przekazanymi wiadomością e-mail z dnia 23.05.2013 r. od [Partner] do [Pracownik Solgar Polska] oraz [Pracownik Solgar Polska] z kopią do [Partner] oraz wiadomością e-mail z dnia 23.05.2013 r. od [Partner] do [Pracownik Solgar Polska] z kopią do [Partner] wraz z załącznikiem: „Paragon Solgar.jpeg” – skanem paragonu fiskalnego (k. 431);
- E. pochodząca z Solgar Polska wiadomość e-mail z dnia 15.04.2016 r. od [Partner] do G. Durkiewicz, temat: „ceny Solgar” i pochodząca z Solgar Polska wiadomość e-mail z dnia

- 18.04.2016 r. od Prezes Zarządu Solgar Polska G. Durkiewicz do Członka Zarządu Solgar Polska B. Szymaniak, temat: „Fwd: ceny Solgar” (k. 75);
- F. pochodząca z Solgar Polska wiadomość e-mail z dnia 01.10.2012 r. od [Pracownik Solgar Polska] do B. Szymaniak, temat: „Raporty” wraz z załącznikiem: „[Pracownik Solgar Polska]_Raport_2012.09.xls” (k. 429-430);
- G. pochodząca z Solgar Polska wiadomość e-mail z dnia 18.03.2011 r. od [Pracownik Solgar Polska] do [Pracownik Solgar Polska] i B. Szymaniak, temat: „Obniżone mocno ceny.” (k. 420);
- H. pochodząca z Solgar Polska wiadomość e-mail z dnia 24.03.2011 r. od B. Szymaniak do G. Durkiewicz, temat: „Fwd: sprzedaż internetowa produktów Solgar” oraz wiadomość e-mail z dnia 24.03.2011 r. od pracownika Solgar Polska [Pracownik Solgar Polska] do B. Szymaniak, temat: „Sprzedaż internetowa produktów Solgar” (k.52-59);
- I. pochodząca z Solgar Polska wiadomość e-mail z dnia 27.03.2014 r. od [Pracownik Solgar Polska] do B. Szymaniak, z kopią do [Pracownik Solgar Polska], temat: „Zaniżone ceny w [Partner]” (k. 64);
- J. pochodząca z Solgar Polska wiadomość e-mail z dnia 20.01.2014 r. od [Pracownik Solgar Polska] do B. Szymaniak, temat: „Fwd:Re: Zaniżone ceny”, wraz z przekazaną korespondencją e-mail pomiędzy [Pracownik Solgar Polska] a [Pracownik Solgar Polska] z dnia 15.01.2014 r., temat: „Re: Zaniżone ceny” (k. 437-438);
- K. pochodząca z Solgar Polska wiadomość e-mail z dnia 05.09.2013 r. od [Pracownik Solgar Polska] do [Pracownik Solgar Polska] z kopią do B. Szymaniak, temat: [Partner]” (k. 433);
- L. pochodząca z Solgar Polska wiadomość e-mail z dnia 18.09.2013 r. od [Pracownik Solgar Polska] do [Pracownik Solgar Polska], temat: „ODP: Zaniżanie cen w [Partner] wraz z przekazaną wiadomością e-mail (brak daty) od [Pracownik Solgar Polska] do [Pracownik Solgar Polska] z kopią do B. Szymaniak, temat: „Zaniżanie cen w [Partner]” (k. 435);
- M. pochodząca z Solgar Polska wiadomość e-mail z dnia 22.08.2013 r. od [Pracownik Solgar Polska] do [Pracownik Solgar Polska] z kopią do B. Szymaniak i G. Durkiewicz, temat: „[Partner]” (k. 432).
- N. pochodząca z Solgar Polska wiadomość e-mail z dnia 22.01.2015 r. od [Pracownik Solgar Polska] do B. Szymaniak, z kopią do [Pracownik Solgar Polska], temat: „Fwd: Zaniżone ceny w aptece internetowej [Partner]” (k. 493) i pochodząca z Solgar Polska wiadomość e-mail z dnia 22.01.2015 r. od [Pracownik Solgar Polska] do B. Szymaniak, temat: „Zaniżone ceny w aptece internetowej [Partner]”, wraz z przekazaną wiadomością e-mail z dnia 22.01.2015 r. od [Pracownik Solgar Polska] do B. Szymaniak, z kopią do [Pracownik Solgar Polska], temat: „Zaniżone ceny w aptece internetowej Partner]” (k. 492 i 493);
- O. pochodząca z Solgar Polska wiadomość e-mail z dnia 27.03.2014 r. od [Pracownik Solgar Polska] do B. Szymaniak, z kopią do [Pracownik Solgar Polska], temat: „Zaniżone ceny w [Partner] (k. 64);

- P. wiadomość e-mail z dnia 27.03.2014 r. od [Pracownik Solgar Polska] do B. Szymaniak, z kopią do [Pracownik Solgar Polska], temat: „Zaniżone ceny w [Partner]” (k. 450);
- Q. pochodząca z Solgar Polska wiadomość e-mail z dnia 24.03.2014 r. od [Pracownik Solgar Polska] do B. Szymaniak, z kopią do [Pracownik Solgar Polska], temat: „Zaniżone ceny w [Partner]” (k. 446);
- R. pochodząca z Solgar Polska wiadomość e-mail z dnia 27.03.2014 r. od pracownicy Solgar Polska [Pracownik Solgar Polska] do pracownic Solgar Polska [Pracownik Solgar Polska] i B. Szymaniak, temat: „Zaniżone ceny w [Partner]” (k. 64);
- S. pochodząca z Solgar Polska wiadomość e-mail z dnia 25.04.2014 r. od [Pracownik Solgar Polska] do B. Szymaniak, z kopią do [Pracownik Solgar Polska], temat: „Zaniżone ceny w [Partner]” (k. 452);
- T. pochodząca z Solgar Polska wiadomość e-mail z dnia 29.04.2014 r. (godz. 12.09) od [Pracownik Solgar Polska] do B. Szymaniak, z kopią do [Pracownik Solgar Polska] i [Pracownik Solgar Polska], temat: „Zaniżone ceny w [Partner]”; [treść wiadomości e-mail dotyczy [Partner]– wyj. Prezesa Urzędu] (k. 453);
- U. pochodząca z Solgar Polska wiadomość e-mail z dnia 29.04.2014 r. (godz. 12:11) od [Pracownik Solgar Polska] do B. Szymaniak, z kopią do [Pracownik Solgar Polska] i [Pracownik Solgar Polska], temat: „Zaniżone ceny w [Partner]” (k. 454);
- V. pochodząca z Solgar Polska wiadomość e-mail z dnia 29.04.2014 r. (godz. 12:57) od [Pracownik Solgar Polska] do B. Szymaniak, z kopią do [Pracownik Solgar Polska] i [Pracownik Solgar Polska], temat: „Zaniżone ceny w [Partner]” (k. 455);
- W. pochodząca z Solgar Polska wiadomość e-mail z dnia 05.05.2014 r. od [Pracownik Solgar Polska] do B. Szymaniak, z kopią do [Pracownik Solgar Polska] i [Pracownik Solgar Polska], temat: „Zaniżone ceny w [Partner] (kolejne zgłoszenie)” (k. 456);
- X. pochodząca z Solgar Polska wiadomość e-mail z dnia 14.05.2014 r. od [Pracownik Solgar Polska] do B. Szymaniak, z kopią do [Pracownik Solgar Polska] i [Pracownik Solgar Polska], temat: „Zaniżone ceny w [Partner]” (k. 457);
- Y. pochodząca z Solgar Polska wiadomość e-mail z dnia 19.05.2014 r. (godz. 12:02) od [Pracownik Solgar Polska] do B. Szymaniak i [Pracownik Solgar Polska], z kopią do [Pracownik Solgar Polska], temat: „Zaniżone ceny w [Partner]” (k. 458);
- Z. pochodząca z Solgar Polska wiadomość e-mail z dnia 19.05.2014 r. (godz. 12:04) od [Pracownik Solgar Polska] do B. Szymaniak i [Pracownik Solgar Polska], z kopią do [Pracownik Solgar Polska], temat: „Zaniżone ceny w [Partner]” (k. 459);
- AA. pochodząca z Solgar Polska wiadomość e-mail z dnia 02.06.2014 r. od [Pracownik Solgar Polska] do B. Szymaniak i [Pracownik Solgar Polska], z kopią do [Pracownik Solgar Polska], temat: „Zaniżone ceny w [Partner]” (k. 460);

- BB. pochodząca z Solgar Polska wiadomość e-mail z dnia 04.06.2014 r. od [Pracownik Solgar Polska] do B. Szymaniak i [Pracownik Solgar Polska], z kopią do [Pracownik Solgar Polska], temat: „Zaniżone ceny w [Partner]” (k. 461);
- CC. pochodząca z Solgar Polska wiadomość e-mail z dnia 10.06.2014 r. (godz. 10:30) od [Pracownik Solgar Polska] do B. Szymaniak i [Pracownik Solgar Polska], z kopią do [Pracownik Solgar Polska], temat: „Zaniżone ceny w [Partner]” (k. 462);
- DD. pochodząca z Solgar Polska wiadomość e-mail z dnia 10.06.2014 r. (godz.10:32) od [Pracownik Solgar Polska] do [Pracownik Solgar Polska], temat: „RE: Zaniżone ceny w [Partner]” (k. 463);
- EE. pochodząca z Solgar Polska wiadomość e-mail z dnia 10.06.2014 r. od [Pracownik Solgar Polska] do B. Szymaniak i [Pracownik Solgar Polska], z kopią do [Pracownik Solgar Polska], temat: „Zaniżone ceny w [Partner]” (k. 464);
- FF.pochodząca z Solgar Polska wiadomość e-mail z dnia 13.06.2014 r. od [Pracownik Solgar Polska] do B. Szymaniak i [Pracownik Solgar Polska], z kopią do [Pracownik Solgar Polska], temat: „Zaniżone ceny w [Partner]” (k. 465);
- GG. pochodząca z Solgar Polska wiadomość e-mail z dnia 17.06.2014 r. od [Pracownik Solgar Polska] do B. Szymaniak i [Pracownik Solgar Polska], z kopią do [Pracownik Solgar Polska], temat: „Zaniżone ceny w [Partner]” (k. 466);
- HH. pochodząca z Solgar Polska wiadomość e-mail z dnia 18.06.2014 r. od [Pracownik Solgar Polska] do B. Szymaniak i [Pracownik Solgar Polska], z kopią do [Pracownik Solgar Polska], temat: „Zaniżone ceny w [Partner]” (k. 467);
- II. pochodząca z Solgar Polska wiadomość e-mail z dnia 30.06.2014 r. od [Pracownik Solgar Polska] do B. Szymaniak i [Pracownik Solgar Polska], z kopią do [Pracownik Solgar Polska], temat: „Zaniżone ceny w [Partner]” (k. 468);
- JJ. pochodząca z Solgar Polska wiadomość e-mail z dnia 08.07.2014 r. od [Pracownik Solgar Polska] do B. Szymaniak i [Pracownik Solgar Polska], z kopią do [Pracownik Solgar Polska], temat: „Zaniżone ceny w [Partner]” (k. 469);
- KK. pochodząca z Solgar Polska wiadomość e-mail z dnia 14.07.2014 r. od [Pracownik Solgar Polska] do B. Szymaniak i [Pracownik Solgar Polska], z kopią do [Pracownik Solgar Polska], temat: „Zaniżone ceny w [Partner]” (k. 470);
- LL. pochodząca z Solgar Polska wiadomość e-mail z dnia 15.07.2014 r. od [Pracownik Solgar Polska] do B. Szymaniak i [Pracownik Solgar Polska], z kopią do [Pracownik Solgar Polska], temat: „Zaniżone ceny w [Partner]” (k. 471);
- MM. pochodząca z Solgar Polska wiadomość e-mail z dnia 25.07.2014 r. od [Pracownik Solgar Polska] do B. Szymaniak i [Pracownik Solgar Polska], z kopią do [Pracownik Solgar Polska], temat: „Zaniżone ceny w [Partner]” (k. 472);

- NN. pochodząca z Solgar Polska wiadomość e-mail z dnia 19.08.2014 r. (godz. 10:58) od [Pracownik Solgar Polska] do [Pracownik Solgar Polska] i B. Szymaniak, z kopią do [Pracownik Solgar Polska], temat: „Zaniżone ceny w [Partner]” (k. 473);
- OO. pochodząca z Solgar Polska wiadomość e-mail z dnia 19.08.2014 r. (godz. 11:23) od [Pracownik Solgar Polska] do [Pracownik Solgar Polska] i B. Szymaniak, z kopią do [Pracownik Solgar Polska], temat: „Zaniżone ceny w [Partner] - kolejna paczka” (k. 474);
- PP. pochodząca z Solgar Polska wiadomość e-mail z dnia 19.08.2014 r. od [Pracownik Solgar Polska] do B. Szymaniak i [Pracownik Solgar Polska], z kopią do [Pracownik Solgar Polska], temat: „Zaniżone ceny w [Partner]” (k. 475);
- QQ. pochodząca z Solgar Polska wiadomość e-mail z dnia 19.08.2014 r. od [Pracownik Solgar Polska] do B. Szymaniak i [Pracownik Solgar Polska], z kopią do [Pracownik Solgar Polska], temat: „Zaniżone ceny w [Partner]” (k. 476);
- RR. pochodząca z Solgar Polska wiadomość e-mail z dnia 28.08.2014 r. od [Pracownik Solgar Polska] do B. Szymaniak i [Pracownik Solgar Polska], z kopią do [Pracownik Solgar Polska], temat: „Zaniżone ceny w [Partner]” (k. 478);
- SS. pochodząca z Solgar Polska wiadomość e-mail z dnia 08.09.2014 r. od [Pracownik Solgar Polska] do B. Szymaniak i [Pracownik Solgar Polska], z kopią do [Pracownik Solgar Polska], temat: „Zaniżone ceny w [Partner]” (k. 479);
- TT. pochodząca z Solgar Polska wiadomość e-mail z dnia 10.09.2014 r. od [Pracownik Solgar Polska] do B. Szymaniak i [Pracownik Solgar Polska], z kopią do [Pracownik Solgar Polska], temat: „Zaniżone ceny w [Partner] (kolejne zgłoszenie)” (k. 480);
- UU. pochodząca z Solgar Polska wiadomość e-mail z dnia 04.11.2014 r. od [Pracownik Solgar Polska] do B. Szymaniak i [Pracownik Solgar Polska], z kopią do [Pracownik Solgar Polska], temat: „Zaniżone ceny w [Partner]” (k. 481);
- VV. pochodząca z Solgar Polska wiadomość e-mail z dnia 27.11.2014 r. od [Pracownik Solgar Polska] do B. Szymaniak i [Pracownik Solgar Polska], z kopią do [Pracownik Solgar Polska], temat: „Zaniżone ceny w [Partner] - ponownie” (k. 483);
- WW. pochodząca z Solgar Polska wiadomość e-mail z dnia 28.11.2014 r. od [Pracownik Solgar Polska] do B. Szymaniak i [Pracownik Solgar Polska], z kopią do [Pracownik Solgar Polska], temat: „Zaniżone ceny w [Partner]” (k. 484);
- XX. pochodząca z Solgar Polska wiadomość e-mail z dnia 17.12.2014 r. od [Pracownik Solgar Polska] do B. Szymaniak i [Pracownik Solgar Polska], z kopią do [Pracownik Solgar Polska], temat: „Zaniżone ceny w [Partner] – kolejne zgłoszenie!!!” (k. 485);
- YY. pochodząca z Solgar Polska wiadomość e-mail z dnia 07.01.2015 r. od [Pracownik Solgar Polska] do [Pracownik Solgar Polska] i B. Szymaniak, temat: „Zaniżone ceny w [Partner]– kolejne zgłoszenie!” (k. 490);

ZZ. pochodząca z Solgar Polska wiadomość e-mail z dnia 07.01.2015 r. od [Pracownik Solgar Polska] do [Pracownik Solgar Polska] i B. Szymaniak, temat: „Zaniżone ceny w [Partner] – kolejne zgłoszenie” (k. 491);

AAA. pochodząca z Solgar Polska wiadomość e-mail z dnia 31.03.2015 r. od [Pracownik Solgar Polska] do B. Szymaniak, [Pracownik Solgar Polska] i [Pracownik Solgar Polska], temat: „Zaniżone ceny w [Partner] –kolejna paczka” (k. 504).

- (114) Ponadto pracownicy Solgar Polska informowali p. Barbarę Szymaniak o zlecanych koordynatorom lub podjętych już przez nich interwencjach, zmierzających do skłonienia dystrybutorów do dostosowania cen do ustalonych minimalnych detalicznych cen odsprzedaży Produktów Solgar Polska.

Dowody:

A. „Raport z wizyt w dniach 18-19.12.2014 r. z aptek w Krakowie” sporządzony przez koordynatora Solgar Polska [Pracownik Solgar Polska] wraz z e-mailami: z 22. 12. 2014 r. od [Pracownik Solgar Polska] do [Pracownik Solgar Polska], od [Pracownik Solgar Polska] do B., Szymaniak, od B. Szymaniak do G. Durkiewicz i [Pracownik Solgar Polska] (k. 65-70);

B. wiadomość e-mail z dnia 20.01.2014 r. od [Pracownik Solgar Polska] do B. Szymaniak, temat: „Fwd:Re: Zaniżone ceny”, wraz z przekazaną korespondencją e-mail pomiędzy [Pracownik Solgar Polska] a [Pracownik Solgar Polska] z dnia 15.01.2014 r., temat: „Re: Zaniżone ceny” (k. 437-438);

C. wiadomość e-mail z dnia 05.09.2013 r. od. [Pracownik Solgar Polska] do [Pracownik Solgar Polska] z kopią do B. Szymaniak, temat: „[Partner]” (k. 433);

D. wiadomość e-mail z dnia 18.09.2013 r. od [Pracownik Solgar Polska] do [Pracownik Solgar Polska], temat: „ODP: Zaniżanie cen w [Partner] wraz z przekazaną wiadomością e-mail (brak daty) od [Pracownik Solgar Polska] do [Pracownik Solgar Polska] z kopią do B. Szymaniak, temat: „Zaniżanie cen w [Partner]” (k. 435);

E. wiadomość e-mail z dnia 07.01.2014 r. od [Pracownik Solgar Polska] do [Pracownik Solgar Polska] i B. Szymaniak, temat: „Ceny – [Partner] (k. 436);

F. wiadomość e-mail z dnia 20.01.2014 r. od. [Pracownik Solgar Polska] do [Pracownik Solgar Polska] z kopią do B. Szymaniak, temat: „Ceny w aptece” (k. 440);

G. wiadomość e-mail z dnia 11.03.2014 r. od [Pracownik Solgar Polska] do [Pracownik Solgar Polska] i B. Szymaniak, temat: „Zaniżone ceny” (k. 445);

H. wiadomość e-mail z dnia 03.04.2014 r. od [Pracownik Solgar Polska] do [Pracownik Solgar Polska], z kopią do B. Szymaniak, temat: „Zaniżone ceny Konstancin” (k. 451);

I. wiadomość e-mail z dnia 19.08.2014 r. od [Pracownik Solgar Polska] do [Pracownik Solgar Polska], temat: „Fwd: Zaniżone ceny w [Partner]” wraz z przekazaną wiadomością e-mail z dnia 19.08.2014 r. od [Pracownik Solgar Polska] do B. Szymaniak i [Pracownik Solgar Polska], z kopią do [Pracownik Solgar Polska], temat: „Zaniżone ceny w [Partner]” (k. 475 i 477).

4.7. Dystrybutorzy Solgar Polska zaangażowani w ustalanie minimalnych detalicznych cen odsprzedaży Produktów Solgar Polska

(115) Z uwagi na dużą liczbę kontrahentów oraz fakt, że w całym okresie trwania ustaleń pomiędzy Solgar Polska a dystrybutorami detalicznymi Produktów Solgar Polska, dotyczących stosowania przez dystrybutorów minimalnych detalicznych cen odsprzedaży Produktów Solgar Polska (co najmniej od marca 2010 r. do przynajmniej 24 października 2017 r.), liczba kontrahentów podlegała znacznym zmianom, nie jest możliwe precyzyjne wskazanie wszystkich dystrybutorów zaangażowanych w te ustalenia. W latach 2010-2017 Solgar Polska współpracowała łącznie z ok. [informacja chroniona] dystrybutorami detalicznymi Produktów Solgar Polska. Należy również wskazać, że duża część kontrahentów prowadziła więcej niż jedną placówkę stacjonarną, a niektórzy z nich prowadzili sieć placówek stacjonarnych (obejmującą więcej niż 10 placówek). Niektórzy z kontrahentów prowadzili obok sprzedaży stacjonarnej również sprzedaż za pośrednictwem sieci Internet. Patrząc z perspektywy łącznej liczby punktów detalicznych, w których w latach 2010-2017 była prowadzona dystrybucja Produktów Solgar Polska w oparciu o umowy dystrybucyjne zawarte z Solgar Polska, należy wskazać, że było to łącznie ok. [informacja chroniona] placówek stacjonarnych oraz ok. [informacja chroniona] witryn internetowych.

Dowód: pochodzący z Solgar Polska dokument „Lista kontrahentów, z którymi Spółka zawarła umowy dystrybucyjne odnośnie do produktów marki Solgar w okresie 2010 – 2018 z podziałem na punkty stacjonarne i punkty stacjonarne prowadzące sprzedaż za pośrednictwem Internetu” (k.284).

(116) Brak jest dowodów, aby Solgar Polska w jakikolwiek sposób różnicowała swoich kontrahentów w zakresie ustaleń dotyczących minimalnych detalicznych cen odsprzedaży Produktów Solgar Polska. W ramach postępowania Prezes Urzędu zgromadził dowody, które wskazują na udział w porozumieniu ograniczającym konkurencję co najmniej następujących podmiotów:[Partner], (k.53),[Partner], (k. 53), [Partner] (k. 54), [Partner], (k. 54), [Partner], (k. 55, 615, 622, 654), [Partner], (k. 57), [Partner] , (k. 58); [Partner], (k. 58, k. 623), [Partner] , (k. 59), [Partner], (k. 68), [Partner] (k. 69), [Partner], (k. 69), [Partner] (k. 70, 278, 923-930), [Partner] (k. 74), [Partner] (k. 73),[Partner], (k. 76),[Partner], (k. 626), [Partner], (k. 78, 79, 529, 551, 590, 591, 569, 571), [Partner] (k.81, 486, 497-503, 1110-

1118), [Partner] (k. 85, 582, 629), [Partner], (k. 84), [Partner] (k. 94, 421), [Partner] (k. 424), [Partner] (k. 425-426, 1034-1041), [Partner] (k. 427), [Partner] (k. 431, 1042-1049), [Partner] (k. 433), [Partner] (k. 444), [Partner], (k. 443), [Partner] (k. 975-982), [Partner] (k. 505, 578); [Partner] (k. 511-512), [Partner], (k. 643), [Partner], (k. 515, 575), [Partner] (k. 550), [Partner] (k. 556); [Partner] (k. 514, 596), [Partner] (k. 602), [Partner] (k. 606, 614), [Partner] (k.618), [Partner] (k. 559), [Partner], (k. 566), [Partner] (k. 896-903), [Partner] (k.626), [Partner] (k. 626), [Partner] (k. 630), [Partner] (k. 908-914), [Partner] (k. 876-883), [Partner] (k. 864-871), [Partner] (k. 856-863), [Partner] (k. 848-855), [Partner] (k. 828-835), [Partner] (k. 119-1126), [Partner] (k. 1127-1134), [Partner] (k. 1102-1109), [Partner] (k. 1073-1081), [Partner] (k. 1058-1064), [Partner] (k. 1018-1025), [Partner] (k. 1008-1017), [Partner] (k. 983-990), [Partner] (k. 991-999)].

W oparciu o przedstawiony stan faktyczny, Prezes Urzędu zważył, co następuje

5. Interes publiczny

- (117) Zgodnie z art. 1 ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, 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.¹⁴ 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.¹⁵
- (118) Prezes Urzędu uznał, że w niniejszej sprawie została spełniona przesłanka naruszenia interesu publicznego. Do naruszenia interesu publicznego doprowadziły ustalenia pomiędzy Solgar Polska a dystrybutorami detalicznymi Produktów Solgar Polska polegające na uzgadnianiu minimalnych detalicznych cen odsprzedaży tych produktów. Porozumienia cenowe, zarówno pomiędzy konkurentami (tj. w relacji horyzontalnej), jak i pomiędzy kontrahentami działającymi na różnych szczeblach obrotu (tj. w relacji wertykalnej), zaliczają się do najcięższych naruszeń konkurencji, które zniekształcają, ograniczają albo

¹⁴ Wyrok Sądu Okręgowego w Warszawie – Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów z dnia 16 listopada 2005 r., sygn. akt XVII Ama 97/04.

¹⁵ Wyrok Sądu Najwyższego z dnia 5 czerwca 2008 r., sygn. akt III SK 40/07.

eliminują konkurencję na rynku. Porozumienia pomiędzy przedsiębiorcą wprowadzającym produkty do obrotu a przedsiębiorcami prowadzącymi sprzedaż detaliczną mają realny i bezpośredni wpływ na interes ekonomiczny szerokiego kręgu uczestników rynku – nie tylko na same strony porozumienia, ale przede wszystkim na konsumentów nabywających te produkty. Uzgadnianie cen na rynku powoduje, że odbiorcy towarów zmuszeni są ponosić wyższe koszty zakupów, a niepewność przedsiębiorców, co do warunków działania konkurentów zostaje częściowo wyeliminowana¹⁶. Porozumienia w sprawie minimalnych cen odsprzedaży ze swej natury powodują, że ceny kształtują się na poziomie wyższym niż w ich braku. Ich celem jest zapewnienie, że konkurencja rynkowa nie doprowadzi do spadku cen poniżej określonego poziomu. Działania te naruszają interes ogólnospołeczny, niezależnie od wielkości udziałów rynkowych przedsiębiorców uczestniczących w porozumieniu. W konsekwencji, zawsze w przypadku samego zawarcia takich porozumień mamy do czynienia z naruszeniem interesu publicznego, w rozumieniu art. 1 ust 1 u.o.k.k., polegającego na zapewnieniu prawidłowego (efektywnego) funkcjonowania konkurencji na rynku.

- (119) Zgodnie ze stanowiskiem Sądu Apelacyjnego w Warszawie, zawarcie wertykalnego porozumienia cenowego stanowi naruszenie interesu publicznego¹⁷. W wyroku z dnia 17 kwietnia 2015 r. VI ACa 1935/13 Sąd Apelacyjny wskazał, że w przypadku wertykalnych porozumień cenowych *„Ochrona konkurencji nie ogranicza się więc do sytuacji, kiedy doszło już do pokrzywdzenia kontrahenta, lecz obejmuje także istnienie samego stanu realnego zagrożenia dla zasad swobodnej konkurencji. Stan takiego potencjalnego zagrożenia jest bowiem oceniany z punktu widzenia interesu publicznego jako stan niewłaściwy, a tym samym niedopuszczalny”*. Ponadto Sąd Najwyższy, w wyrokach z dnia 23 listopada 2011 r. (sygn. akt. III SK 21/11) oraz z dnia 5 czerwca 2008 r. (sygn. akt. III SK 40/07), z dnia 9 października 2019 r. (sygn. akt. I NSK 89/18), oceniając wertykalne porozumienie cenowe uznał, że naruszenie interesu publicznego w rozumieniu art. 1 ust. 1 u.o.k.k., polega na zawarciu porozumienia dotyczącego zasadniczego parametru konkurencji na rynku, jakim jest cena.
- (120) Działania podejmowane przez Solgar Polska odnosiły się do szerokiego kręgu podmiotów, tj. podmiotów nabywających Produkty Solgar Polska w celu ich dalszej odsprzedaży odbiorcom końcowym zarówno za pośrednictwem placówek stacjonarnych, jak i przez Internet. W świetle zebranych dowodów, Prezes Urzędu uznał, że zachowania Solgar Polska podejmowane w niniejszej sprawie miały realny i bezpośredni wpływ na interes

¹⁶ Wyrok SOKiK z dnia 29 maja 2012 r., sygn. akt XVII AmA 179/11, niepubl.

¹⁷ Wyrok Sądu Apelacyjnego z dnia 19 grudnia 2012 r. sygn. akt. VI ACa 752/12.

ekonomiczny szerokiego kręgu uczestników rynku, a w efekcie na szerokie grono odbiorców końcowych, tj. konsumentów nabywających Produkty Solgar Polska.

- (121) Podsumowując powyższe, Prezes Urzędu stwierdził naruszenie interesu publicznego, gdyż ustalenia pomiędzy Solgar Polska a dystrybutorami detalicznymi Produktów Solgar Polska były tego rodzaju, że zaburzały funkcjonowanie mechanizmu konkurencji.

6. Strona postępowania – status przedsiębiorcy

6.1. Przedsiębiorcy (przedsiębiorstwa)

- (122) 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 (t.j. Dz. U. z 2021 r., poz. 162 - dalej: „Ustawa Prawo Przedsiębiorców”). 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 ww. ustawy, działalnością gospodarczą jest zorganizowana działalność zarobkowa, wykonywana we własnym imieniu i w sposób ciągły.
- (123) Prawo unijne dla określenia podmiotów, którym może być przypisana odpowiedzialność za naruszenie zakazów praktyk ograniczających konkurencję posługuje się z kolei pojęciem „przedsiębiorstwo” (ang. *undertaking*). Przepisy TFUE nie definiują tego pojęcia, a sposób jego rozumienia wynika z przyjętych w orzecznictwie interpretacji. Zgodnie z utrwalonym orzecznictwem unijnym, pojęcie „przedsiębiorstwa” obejmuje każdy podmiot zaangażowany w działalność gospodarczą niezależnie od jego formy prawnej i sposobu finansowania.¹⁸ Działalność polegająca na oferowaniu dóbr i usług uznaje się za działalność gospodarczą.¹⁹
- (124) W przedmiotowej sprawie Prezes Urzędu uznał, że pomiędzy spółką Solgar Polska a współpracującymi ze Spółką dystrybutorami detalicznymi doszło do ustaleń w zakresie stosowania minimalnych detalicznych cen odsprzedaży Produktów Solgar Polska. Prezes Urzędu stwierdził, że zarówno Solgar Polska, jak i dystrybutorzy detaliczni jej produktów są przedsiębiorcami, a jednocześnie przedsiębiorstwami, odpowiednio w rozumieniu krajowego, jak i unijnego prawa konkurencji.
- (125) Solgar Polska jest spółką prawa handlowego wpisaną do rejestru przedsiębiorców Krajowego Rejestru Sądowego prowadzonego przez Sąd Rejonowy dla m. st. Warszawy w

¹⁸ Wyrok Trybunału Sprawiedliwości Unii Europejskiej (dalej: „TSUE”) z dnia 23 kwietnia 1991 r. w sprawie C-41/90, *Höfner*, EU:C:1991:161, akapit 21.

¹⁹ Wyrok TSUE z dnia 12 września 2000 r. w sprawie C-180/98, *Pavlov*, EU:C:2000:428, akapit 75.

Warszawie pod numerem KRS: 0000209961 i zajmuje się działalnością gospodarczą polegającą na wprowadzaniu do obrotu na terytorium Rzeczypospolitej Polskiej produktów wytwarzanych przez Solgar Inc. pod marką „Solgar” oraz ich odsprzedaży dystrybutorom detalicznym w celu ich dalszej odsprzedaży klientom końcowym. Nie ulega zatem wątpliwości, że Solgar Polska jest przedsiębiorcą w rozumieniu przepisów Ustawy Prawo Przedsiębiorców, a to oznacza, iż jest ona przedsiębiorcą w rozumieniu art. 4 pkt 1 u.o.k.k. Nie ulega również wątpliwości, że Solgar Polska musi być uznana również za przedsiębiorstwo w świetle unijnych reguł konkurencji.

- (126) W odniesieniu do dystrybutorów detalicznych Produktów Solgar Polska należy wskazać, że ich status jako przedsiębiorców (przedsiębiorstw) również nie budzi w niniejszej sprawie wątpliwości. Dystrybutorzy detaliczni Produktów Solgar Polska posiadają apteki, sklepy stacjonarne oraz sklepy internetowe, w których prowadzą m.in. odsprzedaż Produktów Solgar Polska (Dowód A). Kontrahenci Spółki są osobami fizycznymi albo spółkami prawa handlowego prowadzącymi działalność gospodarczą polegającą m.in. na odsprzedaży Produktów Solgar Polska klientom końcowym (Dowód B).

Dowody:

- A. pochodzący z Solgar Polska dokument „Informacje i dokumenty, dotyczące działalności Solgar Polska w zakresie dystrybucji produktów marki Solgar”²⁰ (k. 236);
- B. pochodzący z Solgar Polska dokument „Lista kontrahentów, z którymi Spółka zawarła umowy dystrybucyjne odnośnie do produktów marki solgar w okresie 2010 – 2018 z podziałem na punkty stacjonarne i punkty stacjonarne prowadzące sprzedaż za pośrednictwem Internetu” (k. 284).
- (127) Mając na względzie powyższe, zarówno Solgar Polska, jak i dystrybutorzy detaliczni Produktów Solgar Polska spełniają przesłanki konieczne do uznania ich za przedsiębiorców oraz przedsiębiorstwa, w rozumieniu odpowiednio przepisów krajowych i unijnych. Powyższe oznacza, iż przepisy ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów oraz przepisy TFUE dotyczące praktyk ograniczających konkurencję odnoszą się wprost do Solgar Polska i dystrybutorów detalicznych Produktów Solgar Polska.

7. Rynek właściwy

- (128) Działania przedsiębiorców mogące stanowić praktyki ograniczające konkurencję ujawniają się na rynku właściwym. Zgodnie z art. 6 u.o.k.k. oraz art. 101 TFUE, do wyeliminowania, ograniczenia lub naruszenia w inny sposób konkurencji dochodzi na rynku właściwym.

²⁰ Stanowi część pisma Solgar Polska złożonego w odpowiedzi na wezwanie Prezesa Urzędu z dnia 13.06.2018 r. (brak daty), które wpłynęło do Urzędu w dniu 23.07.2018 r. (k.22).

- (129) Pojęcie rynku właściwego zostało zdefiniowane w art. 4 pkt 9 u.o.k.k., zgodnie z którym przez rynek właściwy należy rozumieć 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. Natomiast pod pojęciem towaru należy rozumieć, zgodnie z art. 4 pkt 7 u.o.k.k., zarówno rzeczy, jak i energię, papiery wartościowe i inne prawa majątkowe, usługi, a także roboty budowlane.
- (130) Tym samym zawarta w ustawie o ochronie konkurencji i konsumentów definicja rynku właściwego wyznacza dwa jego wymiary: wymiar produktowy i wymiar geograficzny (rynek właściwy terytorialnie). Pojęcie rynku właściwego produktowo odnosi się do wszystkich towarów jednego rodzaju, które ze względu na swoje szczególne właściwości odróżniają się od innych towarów w taki sposób, że nie istnieje możliwość dowolnej ich zamiany. Wynika stąd, że rynek właściwy produktowo obejmuje wszystkie towary, które służą zaspokajaniu tych samych potrzeb nabywców, mają zbliżone właściwości, podobne ceny i reprezentują podobny poziom jakości²¹. Natomiast wyznaczenie geograficznego aspektu rynku właściwego oznacza zidentyfikowanie obszaru, na którym warunki konkurencji dotyczące danego towaru i jego substytutów są dostatecznie jednorodne i który można odróżnić od innych obszarów.
- (131) Rynek właściwy ze względu na definiujące go elementy nie jest z góry wyznaczony i może dotyczyć różnego zakresu produktów i obszaru,²² a dla jego wyznaczenia znaczenie ma materiał dowodowy zebrany w danym postępowaniu.

7.1. Rynek właściwy w aspekcie produktowym

- (132) Podstawowym kryterium wyznaczania rynku właściwego produktowo jest substytucyjność określonych dóbr czy usług z punktu widzenia nabywcy, a więc zdolność do zaspokojenia tych samych potrzeb danego nabywcy lub grupy nabywców (substytucyjność popytu).
- (133) Prezes Urzędu uznał, że w niniejszej sprawie rynkiem w ujęciu produktowym, na którym zawarto porozumienie, jest rynek hurtowej sprzedaży suplementów diety. Taka definicja wynika z faktu, że porozumienie zostało zawarte pomiędzy podmiotem, który wprowadza do obrotu produkty z kategorii suplementów diety, a współpracującymi z tym podmiotem sprzedawcami (dystrybutorami) detalicznymi. Oznacza to, że zostało ono zawarte na szczeblu sprzedaży hurtowej. Z kolei rynkiem produktowo właściwym, na którym doszło do

²¹ T. Skoczny (w.): T. Skoczny, *Ustawa o ochronie konkurencji i konsumentów. Komentarz*, Warszawa 2014, s. 156-158.

²² Wyrok Sądu Apelacyjnego w Warszawie z dnia 18 marca 2008 r., sygn. akt VI ACa 963/07.

ograniczenia konkurencji, jest rynek detalicznej sprzedaży suplementów diety. Rozpatrywane w tej sprawie uzgodnienia pomiędzy Solgar Polska a jej dystrybutorami detalicznymi dotyczyły określania minimalnych detalicznych cen odsprzedaży suplementów diety dla odbiorców końcowych, a zatem odnosiły się do szczebla sprzedaży detalicznej.

- (134) Produkty Solgar Polska są zatem częścią rynku produktowego obejmującego produkty z kategorii suplementów diety. Zgodnie z art. 3 ust. 3 pkt 39 Ustawy o Bezpieczeństwie Żywności, suplementy diety są specjalną kategorią środków spożywczych, będącą skoncentrowanym źródłem witamin lub składników mineralnych lub innych substancji wykazujących efekt odżywczy lub inny fizjologiczny, którego celem jest uzupełnienie normalnej diety. Suplement diety występuje w formie umożliwiającej jego dawkowanie i może przyjmować postać: kapsułek, tabletek, drażetek, saszetek z proszkiem, ampulek z płynem, butelek z kroplomierzem i innych podobnych²³. Suplement diety należy wyraźnie odróżnić od kategorii produktu leczniczego, który od suplementu diety różni cel stosowania. Produkt leczniczy jest substancją lub mieszaniną substancji przedstawianą jako posiadająca właściwości zapobiegania lub leczenia chorób występujących u ludzi lub zwierząt lub podawaną w celu postawienia diagnozy lub w celu przywrócenia, poprawienia lub modyfikacji fizjologicznych funkcji organizmu poprzez działanie farmakologiczne, immunologiczne lub metaboliczne.²⁴ Można zatem zauważyć, że o ile produkt leczniczy pełni funkcje lecznicze to suplement diety jest środkiem wspomagającym (uzupełniającym) żywienie.
- (135) Prezes Urzędu stwierdził, że rynek właściwy w wymiarze produktowym, zarówno na szczeblu hurtowej dystrybucji produktów, na którym zawarto porozumienie, jak i na szczeblu dystrybucji detalicznej, na który porozumienie oddziałuje, obejmuje produkty z kategorii suplementów diety ujmowane łącznie, bez ich dalszej segmentacji. Należy wskazać, że w ramach ww. produktów można dokonywać dalszych podziałów ze względu na skład (np. suplementy zawierające witaminy i składniki mineralne, składniki roślinne i ekstrakty roślinne, zioła, kwasy tłuszczowe, błonnik pokarmowy, probiotyki, aminokwasy i proteiny), czy ze względu na przeznaczenie określonych suplementów diety (np. suplementy wspomagające odchudzanie, wspomagające układ odpornościowy, wpływające na narządy ruchu, wpływające na opóźnienie procesów starzenia, wpływające na układ nerwowy, koncentrację, a także wzmacniające witalność, wpływające na układ sercowo-naczyniowy, wspomagające układ pokarmowy, wspomagające prawidłowy proces widzenia, wpływające na stan skóry, śluzówki, włosów i paznokci, z przeznaczeniem dla dzieci). Jednakże, z uwagi na charakter niniejszej sprawy, która dotyczy zawartego między przedsiębiorcami

²³ Art. 3 ust. 3 pkt 39 Ustawy o Bezpieczeństwie Żywności.

²⁴ Art. 2 pkt 32 ustawy z dnia 6 września 2001 r. Prawo farmaceutyczne (t. j. Dz.U. z 2021 r. poz. 974).

porozumienia cenowego, odnoszącego się do wielu rodzajów suplementów diety, tj. wszystkich Produktów Solgar Polska, Prezes Urzędu nie widzi zasadności wyodrębniania węższych rynków produktowych i uznał, że wszystkie kategorie Produktów Solgar Polska mieszczą się w jednym rynku produktowo właściwym.

- (136) Dodatkowo, Prezes Urzędu przyjął, że wszystkie Produkty Solgar Polska mieszczą się w jednym rynku produktowo właściwym ze względu na stosowany przez Solgar Polska system ich dystrybucji. Produkty Solgar Polska są sprzedawane na obszarze Polski w ramach jednolitego systemu sprzedaży bez różnicowania sposobu dystrybucji poszczególnych kategorii produktowych, a także w ramach jednego zbiorczego cennika, z którego korzystają dystrybutorzy.
- (137) Należy również podkreślić, że zarzucane w sprawie ustalenie minimalnych detalicznych cen odsprzedaży Produktów Solgar Polska dotyczyło zarówno cen odsprzedaży tych produktów w placówkach stacjonarnych, jak i w Internecie. Tym niemniej, zdaniem Prezesa Urzędu niezasadna jest dalsza segmentacja rynku właściwego jako obejmującego tylko internetową lub tylko stacjonarną sprzedaż Produktów Solgar Polska. W obu kanałach dystrybucji dostępne są te same produkty, w zbliżonej cenie. Produkty Solgar Polska należą do kategorii towarów sprzedawanych głównie w aptekach i sklepach zielarskich specjalizujących się w sprzedaży suplementów diety oraz innych kategorii produktów farmaceutycznych (produktów leczniczych i wyrobów medycznych). Placówki stacjonarne mogą służyć jako miejsca, w których możliwa jest demonstracja produktu i konsultacja klienta z wyspecjalizowanym personelem. Niektórzy dystrybutorzy detaliczni Produktów Solgar Polska prowadzą zarówno sprzedaż stacjonarną jak i internetową. W związku z tym, cena odsprzedaży, którą stosują w sklepach stacjonarnych, musi mieć bezpośredni związek z ceną odsprzedaży w Internecie.
- (138) Charakteryzując szczebel detaliczny produktowo właściwego rynku suplementów diety i biorąc pod uwagę konkurencję międzymarkową (ang. *inter brand competition*), należy wskazać, że na tym szczeblu Produkty Solgar Polska napotykać na intensywną konkurencję ze strony suplementów diety innych marek niż Solgar. Charakteryzując szczebel detaliczny i biorąc z kolei pod uwagę konkurencję wewnątrzmarkową (ang. *intra brand competition*), należy wskazać, że na rynku działa duża liczba dystrybutorów detalicznych produktów marki Solgar. Jak zostało wskazane sprzedaż detaliczna produktów marki Solgar na polskim rynku prowadzona jest zarówno w punktach stacjonarnych jak i za pośrednictwem sieci Internet. W kanale internetowym sprzedaż jest prowadzona zarówno poprzez własne sklepy internetowe dystrybutorów, jak i za pośrednictwem platform aukcyjnych, np. Allegro.

- (139) Podsumowując, Prezes Urzędu uznał, że porozumienie dotyczące ustalania minimalnych detalicznych cen odsprzedaży zostało zawarte na rynku hurtowej sprzedaży suplementów diety. Natomiast do ograniczenia konkurencji doszło na rynku detalicznej sprzedaży suplementów diety.

Dowody:

- A. pochodzący z Solgar Polska dokument w postaci tabeli – „Konkurenci Solgar” (k. 241);
B. pismo Solgar Polska z dnia 7.12.2018 r. (k.23).

7.2. Rynek właściwy w aspekcie geograficznym

- (140) Zgodnie z art. 4 pkt 9 u.o.k.k. rynkiem właściwym geograficznie jest rynek towarów, które oferowane są 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. Innymi słowy, jest to obszar, na którym warunki konkurencji dotyczące danego towaru są dostatecznie jednorodne, i który można odróżnić od obszarów sąsiadujących.
- (141) W niniejszej sprawie Prezes Urzędu uznał, że zarówno rynek, na którym zawarte zostało porozumienie dotyczące ustalania minimalnych detalicznych cen odsprzedaży, jak i rynek, na którym doszło do ograniczenia konkurencji, mają wymiar krajowy i obejmują obszar Polski.
- (142) Wyodrębniając obszar rynku właściwego pod względem geograficznym Prezes Urzędu wziął pod uwagę, że odbiorcy produktów z kategorii suplementów diety, w tym Produktów Solgar Polska (zarówno dystrybutorzy detaliczni, jak i – finalnie – konsumenci) pochodzą z terenu całej Polski. Należy stwierdzić, że na różnych obszarach kraju występują względnie jednolite dla wszystkich przedsiębiorców warunki konkurencji. Stąd też zasięg geograficzny rynku hurtowego, na którym zawarte zostało porozumienie, został określony jako krajowy. W ocenie Prezesa Urzędu za krajowym wymiarem rynku przemawia przyjęty przez Solgar Polska system dystrybucji, który swym zasięgiem obejmuje terytorium całego kraju. W zakresie sprzedaży hurtowej Solgar Polska współpracuje z dystrybutorami detalicznymi prowadzącymi działalność gospodarczą w całej Polsce. Prezes Urzędu uwzględnił również okoliczność, że właściwości produktu nie ograniczają możliwości jego transportu.
- (143) W opinii Prezesa Urzędu, również rynek detalicznej sprzedaży produktów z kategorii suplementów diety, w tym Produktów Solgar Polska ma wymiar krajowy. Należy wskazać, że na tym szczeblu obrotu sieć dystrybutorów Produktów Solgar Polska obejmuje terytorium całej Polski. Ze względu na rozbudowaną sprzedaż suplementów diety - w tym Produktów Solgar Polska - w Internecie, konsumenci mają możliwość łatwego porównania cen

pomiędzy kanałem sprzedaży tradycyjnym i internetowym, a tym samym mogą dokonywać zakupów za pośrednictwem Internetu od dystrybutorów z różnych części Polski. W związku z tym, sklepy stacjonarne w swojej polityce cenowej muszą uwzględniać poziom cen, jaki obowiązuje w Internecie i odwrotnie.

- (144) Prezes Urzędu uznał, że rynek detalicznej sprzedaży produktów z kategorii suplementów diety, w tym Produktów Solgar Polska, nie ma wymiaru szerszego niż krajowy. W pierwszej kolejności należy wskazać, że dystrybucja produktów Solgar Polska odbywa się za pomocą spółki polskiej, kierującej swoją ofertę do kontrahentów sprzedających te produkty co do zasady na terytorium Polski. Dystrybutorzy Solgar Polska są w większości przypadków polskimi przedsiębiorcami, a ich klienci detaliczni również znajdują się w obrębie terytorium Polski. Ewentualna sprzedaż transgraniczna ma miejsce przez sklepy internetowe. Ponadto, na całym terytorium Polski panują zbliżone warunki konkurencji pomiędzy konkurentami oraz obowiązują takie same regulacje prawne odnoszące się do sprzedaży suplementów diety wskazane w szczególności w Ustawie o Bezpieczeństwie Żywności.
- (145) Mając powyższe na względzie, w niniejszej sprawie Prezes Urzędu uznał, że w ujęciu geograficznym zarówno rynek, na którym zawarte zostało porozumienie dotyczące ustalania minimalnych detalicznych cen odsprzedaży Produktów Solgar Polska, jak i rynek, na który porozumienie oddziałuje, ma wymiar krajowy i obejmuje obszar Polski.

7.3. Rynek właściwy a najpoważniejsze porozumienia ograniczające konkurencję

- (146) Niezależnie od powyższych rozważań wskazać należy, że w przypadku prowadzenia postępowania antymonopolowego zmierzającego do ustalenia, czy doszło do zawarcia porozumienia ograniczającego konkurencję dotyczącego ustalania minimalnych cen odsprzedaży produktów, nie jest wymagane szczegółowe określanie granic rynku właściwego, zaś ewentualne uchybienia w zakresie delimitacji rynku nie mają znaczenia dla treści rozstrzygnięcia.
- (147) Zgodnie ze stanowiskiem wyrażanym wielokrotnie w orzecznictwie z zakresu prawa ochrony konkurencji²⁵ w sprawach dotyczących porozumień ograniczających konkurencję, definicja rynku właściwego może mieć przełożenie na możliwość skorzystania przez przedsiębiorców z wyłączenia *de minimis*. Takie wyłączenie nie jest możliwe w przypadku porozumień cenowych. Ponadto, niezależnie od zakresu rynku produktowego wyznaczonego w sprawie, jeżeli można stwierdzić, że dane porozumienie ma na celu ograniczenie

²⁵ Wyrok Sądu Najwyższego z dnia 15 lutego 2019 r. sygn. akt I NSK 10/18, wyrok Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów z dnia 14 lutego 2007 r. sygn. akt XVII Ama 98/06, wyrok Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów z dnia 29 maja 2008 r. sygn. akt XVII Ama 53/07.

konkurencji, nie istnieje potrzeba brania pod uwagę konkretnych skutków, jakie to porozumienie wywołuje na danym rynku.

- (148) Ponadto, w orzecznictwie unijnym przyjęto, że obowiązek określenia rynku właściwego w kontekście stosowania art. 101 TFUE występuje jedynie wówczas, kiedy bez zdefiniowania takiego rynku niemożliwe jest stwierdzenie, czy rozpatrywane porozumienie, decyzja związku przedsiębiorstw lub uzgodniona praktyka mogą mieć wpływ na handel między Państwami Członkowskim oraz czy ich celem lub skutkiem jest zapobieżenie, ograniczenie lub zakłócenie konkurencji wewnątrz rynku wewnętrznego²⁶.
- (149) Prezes Urzędu miał na względzie, że w kontekście zarzucanego naruszenia, jakim jest udział w porozumieniu cenowym, sposób zdefiniowania rynku nie może wpływać na konkluzję co do samej legalności lub nielegalności tego rodzaju porozumienia. Art. 7 ust. 3 u.o.k.k. stanowi że określone kategorie porozumień, w szczególności porozumienia dotyczące ustalania bezpośrednio lub pośrednio cen, nie podlegają wyłączeniu spod zakazu określonego w art. 6 ust. 1 u.o.k.k. z uwagi na niewielki udział ich uczestników w rynku właściwym. Z orzecznictwa Sądu Najwyższego, m.in. wyroku z dnia 15 lutego 2019 r. w sprawie o sygn. akt I NSK 10/18, wynika, że wertykalne porozumienia ustalające minimalne ceny odsprzedaży uznawane są za praktyki ograniczające konkurencję ze względu na cel i nie jest niezbędne szczegółowe badanie rynku właściwego i oznaczenie pozycji jego uczestników. Porozumienia tego rodzaju są zakazane bez względu na wielkość udziału w rynku stron porozumienia, jak również nie jest konieczne alternatywne badanie negatywnych skutków działania tych porozumień. Powyższe wynika również z innych wyroków Sądu Najwyższego: z dnia 5 grudnia 2019 r., sygn. akt. I NSK 1/19, z dnia 15 lutego 2019 r., sygn. akt I NSK 11/18, z dnia 9 października 2019 r., sygn. akt. I NSK 89/18.
- (150) Mając na uwadze powyższe w przypadku porozumień ustalających minimalne ceny odsprzedaży nie ma konieczności szczegółowej delimitacji rynku oraz określenia na nim udziałów uczestników porozumienia.

8. Zastosowanie prawa unijnego

- (151) Stosownie do art. 3 ust. 1 Rozporządzenia nr 1/2003 w celu zapewnienia skutecznego stosowania unijnych reguł konkurencji wynikających z TFUE, organy ochrony konkurencji oraz sądy państw członkowskich Unii Europejskiej (dalej: „**Państwa Członkowskie**”)

²⁶ Wyrok Sądu z dnia 16 września 2013 r. w sprawie T-396/10, *Zucchetti Rubinetteria SpA przeciwko Komisji Europejskiej*; wyrok Sądu z dnia 25 października 2005 r. w sprawie T-38/02, *Groupe Danone przeciwko Komisji Europejskiej*; wyrok Sądu z dnia 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*; wyrok Sądu z 6 lipca 2000 r. w sprawie T-62/98, *Volkswagen przeciwko Komisji Europejskiej*.

zostały zobowiązane do stosowania art. 101 TFUE w sytuacji, gdy stosują krajowe prawo konkurencji w odniesieniu do praktyk, które mogą wpływać na handel między Państwami Członkowskimi.

- (152) O zastosowaniu art. 101 TFUE w konkretnej sprawie decyduje kryterium wpływu na handel między Państwami Członkowskimi. Kryterium to zostało sprecyzowane w Zawiadomieniu Komisji – *Wytyczne w sprawie pojęcia wpływu na handel zawartego w art. 81 i 82 Traktatu* (Addendum do Dziennika Urzędowego Unii Europejskiej C 291 z dnia 30 listopada 2006 r. – 2016/C 384/10, Dz. Urz. UE C.2016.384.22, dalej: „**Wytyczne**”). Zgodnie z pkt 18 Wytycznych, przy stosowaniu kryterium wpływu na handel należy uwzględnić przede wszystkim trzy elementy: a) pojęcie „handlu między państwami członkowskimi”; b) pojęcie „ewentualnego wpływu”; oraz c) pojęcie „odczuwalności wpływu”.
- (153) Zgodnie z pkt 22 Wytycznych, zastosowanie kryterium wpływu na handel jest niezależne od określenia właściwych w danym przypadku rynków geograficznych. Wpływ na handel między państwami członkowskimi może mieć miejsce także wtedy, gdy dany rynek ma zasięg krajowy (lub nawet regionalny).
- (154) Kryterium wpływu na handel należy rozumieć szeroko, w tym zgodnie z pkt 23 Wytycznych również jako możliwość „ewentualnego wpływu” obejmującego wpływ bezpośredni lub pośredni, rzeczywisty lub potencjalny, na strukturę handlu między państwami członkowskimi.
- (155) Określenie „wpływ na handel” oznacza, że musi istnieć możliwość przewidzenia z wystarczającym stopniem prawdopodobieństwa, na podstawie obiektywnych przesłanek prawnych lub faktycznych, że zakazana praktyka może mieć wpływ, pośredni lub bezpośredni, rzeczywisty lub potencjalny, na handel między Państwami Członkowskimi²⁷. Przy czym, nie jest konieczne rzeczywiste istnienie wpływu na handel, wystarczy sama możliwość jego wystąpienia, a więc wystarczającym jest, że działania polegające na zawarciu antykonkurencyjnego porozumienia są w stanie wywołać takie skutki, bez względu na to czy rzeczywiście je wywołują²⁸. Liczy się więc zdolność danej praktyki do wywierania wpływu na handel między Państwami Członkowskimi, a nie to, czy taki wpływ ma rzeczywiście miejsce w danym momencie.

²⁷ Wyrok Trybunału Sprawiedliwości z dnia 30 czerwca 1966 r. w sprawie *Société Technique Minière przeciwko Maschinenbau*, 56/65, EU:C:1966:38.

²⁸ Wyrok Trybunału Sprawiedliwości z dnia 14 lipca 1981 r., w sprawie *Gerhard Züchner przeciwko Bayerische Vereinsbank AG*, 172/80, EU:C:1981:178; wyrok Trybunału Sprawiedliwości z dnia 14 grudnia 1983 r., w sprawie *Kerpen & Kerpen*, 319/82, EU:C:1983:374; Wytyczne w sprawie wpływu na handel, pkt 26.

- (156) Zgodnie z pkt 45 Wytycznych ocena odczuwalności wpływu zależy od okoliczności towarzyszących każdemu przypadkowi, w szczególności charakteru porozumienia i praktyki, charakteru produktów, których ono dotyczy oraz pozycji rynkowej danego przedsiębiorstwa.
- (157) Zgodnie z pkt 88 Wytycznych, porozumienia wertykalne obejmujące całe terytorium państwa członkowskiego, odnoszące się do produktów, które można wprowadzić do obrotu, mogą także wpływać na handel między państwami członkowskimi, nawet jeśli nie tworzą bezpośrednich barier w handlu. Porozumienia obejmujące utrzymywanie ceny odsprzedaży mogą wpływać na strukturę handlu w taki sposób, że cena wynikająca z utrzymywania cen odsprzedaży jest wyższa niż cena obowiązująca w innych państwach członkowskich.
- (158) Prezes Urzędu uznał, że wpływ działań Solgar Polska i dystrybutorów Produktów Solgar Polska na handel między Państwami Członkowskimi występował i miał charakter przynajmniej potencjalnie odczuwalny, za czym przemawiają następujące okoliczności.
- (159) W pierwszej kolejności należy wskazać na sam charakter rozpatrywanej w niniejszej sprawie praktyki polegającej na ustalaniu minimalnych detalicznych cen odsprzedaży, która stanowi porozumienie o charakterze cenowym należące do kategorii najpoważniejszych ograniczeń konkurencji²⁹. Obok pozycji rynkowej przedsiębiorców uczestniczących w zakazanym porozumieniu, znaczenie ma również charakter danej praktyki i rodzaj produktu objętego praktyką. Próg wykazania „odczuwalności” jest z zasady niższy w przypadkach, gdy z samego charakteru danej praktyki wynika, iż jest ona w stanie wpływać na handel między Państwami Członkowskimi.
- (160) W powyższym kontekście Prezes Urzędu wziął również pod uwagę, że produkty, których dotyczą zarzucane działania, były przedmiotem wymiany handlowej pomiędzy podmiotami z różnych krajów członkowskich Unii Europejskiej. W szczególności – Solgar Polska nabywała te produkty od [informacja chroniona]³⁰.

Dowody:

- A. pochodzący z Solgar Polska dokument „Informacje i dokumenty, dotyczące działalności Solgar Polska w zakresie dystrybucji produktów marki Solgar³¹” (k. 236);
- B. pismo Solgar Polska z dnia 07.12.2018 r. (k.23).

²⁹ Wytyczne Komisji *Guidance on restrictions of competition "by object" for the purpose of defining which agreements may benefit from the De Minimis Notice* z 25 czerwca 2014 r., SWD(2014) 198 final, pkt. 3.4.

³⁰ [informacja chroniona].

³¹ Stanowi część pisma Solgar Polska złożonego w odpowiedzi na wezwanie Prezesa Urzędu z dnia 13.06.2018 r. (brak daty), które wpłynęło do Urzędu w dniu 23.07.2018 r. (k.22).

- (161) O tym, że może dojść do zakłócenia struktury transgranicznego handlu tymi produktami decyduje też ich natura, w tym to, że produkty wprowadzane do obrotu przez Solgar Polska są łatwe do transportu i sprzedaży za granicą (por. punkty 30 i 34 Wytycznych).
- (162) Ponadto, działania Solgar Polska dotyczyły ustalania minimalnych cen odsprzedaży na całym terytorium jednego Państwa Członkowskiego, stanowiącego istotną część rynku wewnętrznego Unii Europejskiej (por. punkty 77 i 88 Wytycznych). Prezes Urzędu wziął pod uwagę, że Solgar Polska jest największym w Polsce hurtowym dystrybutorem suplementów diety wprowadzanych do obrotu pod marką Solgar, współpracującym z dużą liczbą dystrybutorów detalicznych sprzedających Produkty Solgar Polska na terytorium całej Polski tj. obszaru stanowiącego istotną część rynku wewnętrznego Unii Europejskiej.
- (163) Dodatkowo należy wskazać, że ustalanie minimalnych detalicznych cen odsprzedaży Produktów Solgar Polska dotyczyło również internetowego kanału sprzedaży. Okoliczności rynkowe pozwalają stwierdzić, że w odniesieniu do suplementów diety konsumenci mają szeroką możliwość porównywania cen, w tym w różnych państwach członkowskich, w szczególności w przypadku sprzedaży tych produktów w kanale internetowym. Unia Europejska dąży z kolei do rozwoju jednolitego rynku znosząc różnego rodzaju bariery na nim funkcjonujące, w szczególności bariery dotyczące możliwości transgranicznego nabycia produktów przez konsumentów w kanale internetowym. W kontekście powyższego należy wskazać, że praktyką mogli być potencjalnie dotknięci m.in. konsumenci dokonujący w kanale internetowym transgranicznego nabycia Produktów Solgar Polska.
- (164) Oceniając konieczność zastosowania prawa unijnego Prezes Urzędu miał na względzie, że odczuwalny wpływ na handel może występować zarówno w przypadku, gdy wpływ ten ma charakter rzeczywisty, jak i potencjalny (tj. również wpływ potencjalny może mieć charakter odczuwalny).
- (165) W ocenie Prezesa Urzędu opisane powyżej okoliczności wymagają przyjęcia, że prawo unijne znajduje zastosowanie w przedmiotowej sprawie.

9. Naruszenie reguł konkurencji

9.1. Porozumienia i praktyki uzgodnione

- (166) 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.

- (167) 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.
- (168) 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.³² 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.³³
- (169) To samo zachowanie może jednocześnie zawierać zarówno elementy porozumienia i praktyki uzgodnionej (prawo unijne). Organ ochrony konkurencji nie jest zobowiązany do przesądzenia o tym, w jaki dokładnie sposób, w którym momencie i w jakim zakresie określone działania stanowiły porozumienie, a w jakim praktykę uzgodnioną (prawo unijne).³⁴
- (170) Wzajemność ograniczenia swobody działania nie jest elementem konstytutywnym porozumienia na potrzeby stosowania reguł konkurencji.³⁵
- (171) Chociaż prawo unijne i polskie używają różnych pojęć do nazwania form współpracy między podmiotami rynkowymi, należy stwierdzić, że ich zakres przedmiotowy pozostaje tożsamy, tj. odnoszą się one do tych samych form współpracy. Z tych względów Prezes Urzędu uznał, że określenie, czy dane zachowanie stanowiło umowę lub uzgodnienie (prawo polskie) opiera się na tych samych przesłankach co w prawie unijnym. W dalszej części uzasadnienia decyzji Prezes Urzędu posługuje się sformułowaniem „porozumienie” zgodnie

³² 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.

³³ Wyrok Trybunału Sprawiedliwości z 14 lipca 1972 r. w sprawie C-48/69, *Imperial Chemical Industries*, EU:C:1972:70, akapit 64.

³⁴ Wyrok Sądu Pierwszej Instancji z 20 kwietnia 1999 r. w sprawie T-305/94, *Limburgse Vinyl Maatschappij*, EU:T:1999:80, akapit 696; wyrok Trybunału Sprawiedliwości z 23 listopada 2006 r. w sprawie C-238/05, *Asnef-Equifax*, EU:C:2006:734, akapit 32.

³⁵ Wyrok Trybunału Sprawiedliwości z 22 października 2015 r. w sprawie C-194/14 P, *AC-Treuhand*, EU:C:2015:717, akapit 33 i 36-38.

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).

- (172) Prezes Urzędu stwierdził, że ustalone na podstawie zgromadzonego materiału dowodowego okoliczności sprawy wskazują na to, że Solgar Polska zawarła z przedsiębiorcami prowadzącymi sprzedaż detaliczną Produktów Solgar Polska „porozumienie” w rozumieniu prawa polskiego oraz „porozumienie lub praktykę uzgodnioną” w rozumieniu prawa unijnego polegające na uzgadnianiu pomiędzy ww. przedsiębiorcami minimalnych detalicznych cen odsprzedaży Produktów Solgar Polska.
- (173) Ustalenia dotyczące minimalnych detalicznych cen odsprzedaży Produktów Solgar Polska były początkowo wyrażone w formie pisemnej jako postanowienia w umowach dystrybucyjnych. Oprócz postanowień umownych, uzgodnienia dokonywane były również za pośrednictwem wiadomości e-mail, rozmów telefonicznych, a także bezpośrednich spotkań. Niesformalizowane były w szczególności relacje między Solgar Polska a dystrybutorami detalicznymi Produktów Solgar Polska obejmujące odbieranie sygnałów od dystrybutorów o niestosowaniu lub odstępstwach od ustalonych cen minimalnych przez innych dystrybutorów.
- (174) W okresie co najmniej od 2010 r. do marca 2015 r. porozumienie wynikało przede wszystkim wprost z ustaleń zawartych w umowach o współpracy handlowej zawieranych pomiędzy Solgar Polska a dystrybutorami detalicznymi Produktów Solgar Polska, które były sporządzane na podstawie wzorców przygotowywanych przez Solgar Polska (co zostało opisane w punkcie 3.1.1 – „*Umowy patronackie*”). Solgar Polska i dystrybutorzy detaliczni Produktów Solgar Polska, zawierając do marca 2015 r. umowy dystrybucyjne obejmujące postanowienia w zakresie stosowania ustalonych minimalnych detalicznych cen odsprzedaży, składali zgodne oświadczenia woli. Zawarte w ten sposób umowy, w tym będące ich częścią postanowienia odnośnie cen, były dla stron wiążące. Powyższa okoliczność pozwala uznać za udowodnione, że zamieszczone w umowach dystrybucyjnych pomiędzy Solgar Polska a dystrybutorami detalicznymi Produktów Solgar Polska postanowienia dotyczące stosowania ustalonych cen odsprzedaży składają się na „porozumienie” w rozumieniu prawa polskiego oraz „porozumienie lub praktykę uzgodnioną” w rozumieniu prawa unijnego. W umowach dystrybucyjnych pomiędzy Solgar Polska a dystrybutorami detalicznymi Produktów Solgar Polska zawarte zostały zarówno postanowienia dotyczące bezpośredniego ustalania poziomu cen (por. przywołana w punkcie 3.1.1 – „*Umowy patronackie*” - treść § 5 umów patronackich), jak i postanowienia dotyczące pośredniego ustalania poziomu cen (por. przywołana w punkcie 3.1.1 – „*Umowy patronackie*” - treść § 6 umów patronackich). Dodatkowo porozumienie wspierane było

przez działania o charakterze nieformalnym oparte na kontaktach e-mailowych, telefonicznych a także bezpośrednich spotkaniach.

- (175) Następnie, gdy w marcu 2015 r. zmieniono treść umów o współpracy handlowej pomiędzy Solgar Polska a dystrybutorami, poprzez usunięcie z nich postanowień odnoszących się do stosowania ustalonych detalicznych cen odsprzedaży, porozumienie przybrało charakter wyłącznie nieformalny. Ustalenia w zakresie minimalnych detalicznych cen odsprzedaży Produktów Solgar Polska nie wynikały już zatem z formalnie spisanej umowy, trzeba natomiast stwierdzić, że w tym czasie Solgar Polska i dystrybutorzy detaliczni wciąż podejmowali uzgodnienia w oparciu o kontakty e-mailowe, telefoniczne, a także bezpośrednie spotkania. Od marca 2015 r., gdy uzgodnienia w zakresie minimalnych detalicznych cen odsprzedaży Produktów Solgar Polska nie wynikały już z formalnie spisanej umowy, istniejący w dalszym ciągu kształt relacji pomiędzy Solgar Polska a dystrybutorami detalicznymi, obejmujący ustalenia odnośnie do stosowania przez dystrybutorów minimalnych detalicznych cen odsprzedaży Produktów Solgar Polska, odpowiadał w istocie ustaleniom, które wynikały wcześniej z formalnych, pisemnych umów. Tym samym jako porozumienie ograniczające konkurencję należy traktować również uzgodnioną praktykę lub uzgodnienia, które funkcjonowały między Solgar Polska a dystrybutorami Produktów Solgar Polska po 2015 r.
- (176) Solgar Polska przez cały okres trwania zarzuczanych ustaleń, tj. co najmniej od marca 2010 r. do przynajmniej 24 października 2017 r., przekazywała dystrybutorom cenniki i biuletyny (co zostało opisane w punkcie 3.2 – *„Informowanie dystrybutorów detalicznych o cenach odsprzedaży (cenniki i biuletyny)”*). Z marca 2010 r. pochodzą pierwsze znajdujące się w materiale dowodowym cenniki zawierające detaliczne ceny *„dla pacjenta”*. Jednocześnie Prezes Urzędu ustalił, że umieszczane w ww. dokumentach ceny *„dla pacjenta”* lub *„sugerowane ceny dla pacjenta”* stanowiły w istocie ceny minimalne, poniżej których dystrybutorzy detaliczni mieli nie odsprzedawać Produktów Solgar Polska. Ustalenia w zakresie minimalnych detalicznych cen odsprzedaży Produktów Solgar Polska były milcząco lub wyraźnie akceptowane przez dystrybutorów, którzy dostosowywali swoje detaliczne ceny odsprzedaży Produktów Solgar Polska do zawartych w cennikach i biuletynach minimalnych detalicznych cen odsprzedaży Produktów Solgar Polska (co zostało opisane w punkcie 4.4 – *„Wpływ działań Solgar Polska na wysokość detalicznych cen odsprzedaży Produktów Solgar Polska”*). Solgar Polska monitorowała poziom cen detalicznych stosowanych przez dystrybutorów (co zostało opisane zwłaszcza w punkcie 4.2.1 – *„Monitoring prowadzony przez Solgar Polska we własnym zakresie”*) oraz podejmowała działania mające skłonić dystrybutorów do dostosowywania ich cen detalicznych do ustalonych minimalnych detalicznych cen odsprzedaży Produktów Solgar Polska (co zostało

opisane m.in. w akapitach (54)-(58). Ponadto, (jak wskazano zwłaszcza w punkcie 4.3 – *„Działania Solgar Polska wobec dystrybutorów detalicznych nie stosujących się do ustaleń w zakresie minimalnych detalicznych cen odsprzedaży Produktów Solgar Polska”*) przedsiębiorcom, którzy przystąpili do porozumienia dystrybucyjnego, a nie stosowali się do minimalnych cen odsprzedaży, groziły ze strony Solgar Polska negatywne konsekwencje. Za nieprzestrzeganie ustaleń Spółka stosowała środki odwetowe takie jak brak możliwości złożenia zamówienia na preferencyjnych warunkach w oznaczonym okresie lub wypowiedzenie umowy. W ramach porozumienia dystrybutorzy dostosowywali detaliczne ceny odsprzedaży Produktów Solgar Polska do ustalonych minimalnych detalicznych cen odsprzedaży samodzielnie lub po interwencji Solgar Polska, (co zostało opisane zwłaszcza w punkcie 4.4 – *„Wpływ działań Solgar Polska na wysokość detalicznych cen odsprzedaży Produktów Solgar Polska”*). Ponadto, po stronie dystrybutorów wola uczestnictwa w porozumieniu wyrażała się w regularnym przesyłaniu do Solgar Polska informacji o przypadkach nieprzestrzegania uzgodnionego poziomu cen przez innych dystrybutorów (co zostało opisane zwłaszcza w punkcie 4.2.2 – *„Odbieranie sygnałów od dystrybutorów Solgar Polska”*).

- (177) Reasumując, mając na względzie opisane powyżej okoliczności, Prezes Urzędu uznał, że pomiędzy Solgar Polska a dystrybutorami detalicznymi Produktów Solgar Polska funkcjonowało w okresie co najmniej od marca 2010 do przynajmniej 24 października 2017 r. „porozumienie” w rozumieniu prawa polskiego oraz „porozumienie lub praktyka uzgodniona” w rozumieniu prawa unijnego. Przy czym w okresie do marca 2015 r. porozumienie ograniczające konkurencję miało sformalizowany charakter i funkcjonowało w oparciu o zawarte pisemne umowy dystrybucyjne. Dodatkowo porozumienie wspierane było przez działania o charakterze nieformalnym, podejmowane w kontaktach e-mailowych, telefonicznych, a także w trakcie bezpośrednich spotkań. Natomiast po tym okresie porozumienie funkcjonowało w postaci praktyki uzgodnionej i oparte było o nieformalne uzgodnienia.

9.2. Wertykalny charakter porozumienia

- (178) Porozumienia ograniczające konkurencję mogą mieć charakter wertykalny (pionowy) lub horyzontalny (poziomy). Porozumienia wertykalne zawierane są pomiędzy przedsiębiorcami działającymi na różnych szczeblach obrotu gospodarczego, natomiast porozumienia horyzontalne zawierane są pomiędzy przedsiębiorcami działającymi na tym samym szczeblu obrotu. Należy wskazać, że podział porozumień na pionowe i poziome ma charakter pozaustawowy, jednakże prawidłowe zakwalifikowanie danego porozumienia rzutuje na możliwość ewentualnego wyłączenia porozumienia spod zakazu na podstawie art. 7 u.o.k.k.

lub 101 ust. 3 TFUE oraz na podstawie rozporządzenia Rady Ministrów z dnia 30 marca 2011 r. w sprawie wyłączenia niektórych rodzajów porozumień wertykalnych spod zakazu porozumień ograniczających konkurencję (Dz. U. z 2014 r., poz. 1012) lub na podstawie Rozporządzenia Komisji (UE) nr 330/2010 z dnia 20 kwietnia 2010 r. w sprawie stosowania artykułu 101 ust. 3 Traktatu o funkcjonowaniu Unii Europejskiej do kategorii porozumień wertykalnych i praktyk uzgodnionych (Dz. Urz. UE z 2010 r., L 102, s. 1), a także może wpływać na wysokość nakładanej na uczestników porozumienia kary pieniężnej.

- (179) Niniejsza sprawa dotyczy zawartego przez Solgar Polska z dystrybutorami detalicznymi Produktów Solgar Polska porozumienia o charakterze wertykalnym. Jego uczestnicy działają na różnych szczeblach obrotu. W rozpatrywanej sprawie podmiot wprowadzający do obrotu i prowadzący sprzedaż hurtową Produktów Solgar Polska (tj. Solgar Polska) zawarł porozumienie z przedsiębiorcami zajmującymi się detaliczną odsprzedażą tych produktów, a więc z podmiotami działającymi na niższym szczeblu obrotu. Wobec powyższego należy uznać, że rozpatrywane w niniejszej sprawie porozumienie ma charakter wertykalny.

9.3. Zakres podmiotowy porozumienia

- (180) Zgodnie z brzmieniem art. 6 u.o.k.k. oraz art. 101 TFUE z porozumieniem ograniczającym konkurencję mamy do czynienia, gdy doszło do jego zawarcia pomiędzy co najmniej dwoma, niezależnymi od siebie, przedsiębiorcami (przedsiębiorstwami).
- (181) Jak wskazano w punkcie 6.1 – „Przedsiębiorcy (przedsiębiorstwa)”, zarówno Solgar Polska, jak i dystrybutorzy detaliczni Produktów Solgar Polska, posiadają status przedsiębiorców (przedsiębiorstw). Ponadto, dystrybutorzy detaliczni Produktów Solgar Polska są podmiotami niezależnymi od Solgar Polska. Mając powyższe na względzie, Prezes Urzędu uznał, że do zawarcia porozumienia ograniczającego konkurencję doszło pomiędzy niezależnymi przedsiębiorcami (przedsiębiorstwami), tj. pomiędzy Solgar Polska wprowadzającym do obrotu i prowadzącym sprzedaż hurtową Produktów Solgar Polska oraz dystrybutorami detalicznymi Produktów Solgar Polska.

9.4. Status organizatora porozumienia Solgar Polska

- (182) W przypadku porozumień ograniczających konkurencję o charakterze wertykalnym dopuszczalne jest postawienie zarzutu naruszenia przepisów u.o.k.k. oraz TFUE jedynie organizatorowi porozumienia ograniczającego konkurencję, nie zaś wszystkim przedsiębiorcom - uczestnikom sieci dystrybucyjnej, co wynika zarówno z krajowego

orzecznictwa³⁶, jak i z praktyki decyzyjnej Komisji³⁷. Prezes Urzędu przy doborze stron postępowania i ich liczby kieruje się okolicznościami konkretnego przypadku oraz potrzebą skutecznego położenia kresu naruszeniu przepisów ustawy. Celem postępowania antymonopolowego, zgodnie z treścią art. 6 u.o.k.k. i art. 101 TFUE, jest eliminacja z obrotu gospodarczego porozumień ograniczających konkurencję.

- (183) W celu ustalenia, czy w badanej sprawie dany podmiot może być uznany za organizatora porozumienia, w przypadku porozumień wertykalnych, organ ochrony konkurencji musi ocenić znaczenie i aktywność dostawcy i dystrybutorów w organizowaniu i realizowaniu wertykalnej sieci dystrybucyjnej³⁸. Wykazanie, kto był organizatorem porozumienia jest niezbędne do ustalenia podmiotów odpowiedzialnych za naruszenie, a także ustalenia uciążliwości naruszenia.
- (184) Jako organizatora porozumienia ograniczającego konkurencję polegającego na ustalaniu cen odsprzedaży produktów można uznać ten podmiot, który jako lider pełni w nim decydującą rolę, wypracowując i wprowadzając w życie koncepcję jego funkcjonowania³⁹. Ten podmiot ustala warunki cenowe, które są akceptowane milcząco lub wyraźnie przez pozostałe strony porozumienia (tu dystrybutorów). Organizator porozumienia jest często również strażnikiem porozumienia, gdyż tworzy i stosuje system monitorowania cen. Od tego ostatniego podmiotu zależy stosowanie ewentualnych środków represyjnych w celu zmuszenia pozostałych uczestników do stosowania uzgodnionych cen⁴⁰.
- (185) Organizatorem porozumienia polegającego na ustalaniu minimalnych cen odsprzedaży produktów jest ten podmiot, który przejawia inicjatywę w podjęciu antykonkurencyjnych działań, i który faktycznie dokonał ustalenia cen w stosunku do innych przedsiębiorców. Inicjatywa ta może przybierać formy przesyłania wskazówek, wytycznych skłaniających do określonego zachowania w postaci ustalenia cen odsprzedaży produktów. Organizatorem jest więc ten podmiot, od którego zależy istnienie i utrzymanie antykonkurencyjnych zachowań w postaci ustalania minimalnych cen odsprzedaży. Przy czym samo wywieranie takiego wpływu przez organizatora systemu ustalania cen minimalnych nie może być kwestionowane przez to, że dystrybutorzy chętnie i otwarcie przyjmowali narzucane

³⁶ Tak m. in. wyrok Sądu Najwyższego z dnia 16 kwietnia 2019 r., sygn. akt I NSK 10/18, wyrok Sądu Apelacyjnego z dnia 25 stycznia 2017 r., sygn. akt VI ACa 1673/15, wyrok SOKiK z dnia 7 kwietnia 2017 r., sygn. akt. XVII AmA 33/15, wyrok SOKiK z dnia 4 listopada 2014 r., sygn. akt XVII AmA 90/12.

³⁷ Decyzja Komisji z dnia 18 grudnia 1987 r. w sprawie IV/31.503 *Konica* (OJ 1988, L 78, str. 34); decyzja Komisji z dnia 29 czerwca 2001 r. w sprawie COMP/F-2/36.693 *Volkswagen* (OJ 2001, L 262, str. 14); decyzja Komisji z dnia 10 października 2001 r. w sprawie COMP/36.264 *Mercedes-Benz* (OJ 2002, L 257, str. 1), decyzja Komisji z dnia 5 października 2005 r. w sprawie COMP/E2/36.623/36.820/37.275 *SEP vs. Peugeot*.

³⁸ Wyrok Sądu Najwyższego z dnia 4 października 2017 r., sygn. akt III SK 47/16.

³⁹ Wyrok Sądu Najwyższego z dnia 16 kwietnia 2019 r., sygn. akt I NSK 10/18.

⁴⁰ Decyzja Prezesa Urzędu nr DOK 9/2012, decyzja Prezesa Urzędu nr DOK-13/2011 wraz z wyrokiem SOKiK z dnia 8 grudnia 2014 r., sygn. akt XVII AmA 94/12.

warunki. Kwestia, czy dany podmiot jest organizatorem porozumienia i systemu ustalania minimalnych cen odsprzedaży może być zatem oceniana w odniesieniu jedynie do faktycznych zachowań tego podmiotu⁴¹.

- (186) W świetle zgromadzonego materiału dowodowego Prezes Urzędu uznał, że Solgar Polska była organizatorem porozumienia.
- (187) Spółka Solgar Polska jako lider pełniła w porozumieniu decydującą rolę wypracowując i wprowadzając w życie koncepcję jego funkcjonowania. Solgar Polska określała wysokość minimalnych detalicznych cen odsprzedaży Produktów Solgar Polska, a następnie informowała dystrybutorów o aktualnie obowiązującym ich poziomie, przekazując dystrybutorom cenniki i biuletyny (co zostało opisane zwłaszcza w punkcie 3.2 – *„Informowanie dystrybutorów detalicznych o cenach odsprzedaży (cenniki i biuletyny)”*). Ustalenia w zakresie minimalnych detalicznych cen odsprzedaży Produktów Solgar Polska były następnie akceptowane milcząco lub wyraźnie przez pozostałe strony porozumienia (tu dystrybutorów), którzy dostosowywali swoje detaliczne ceny odsprzedaży Produktów Solgar Polska do zawartych w cennikach i biuletynach minimalnych detalicznych cenach odsprzedaży Produktów Solgar Polska (co zostało zwłaszcza opisane w punkcie 4.4 – *„Wpływ działań Solgar Polska na wysokość detalicznych cen odsprzedaży Produktów Solgar Polska”*).
- (188) Prezes Urzędu uwzględnił, że dystrybutorzy uczestniczyli w kwestionowanych działaniach, zarówno stosując się do polityki cenowej ustalonej przez Solgar Polska, jak również przekazując z własnej inicjatywy Solgar Polska informacje o niestosowaniu się do niej przez innych dystrybutorów. Sygnały o odstępstwach cenowych wpływały bowiem wielokrotnie od dystrybutorów. Niemniej, to Solgar Polska utrzymywała system monitoringu i dążyła do kontrolowania cen oraz utrzymania minimalnego ich poziomu przez dystrybutorów (co zostało zwłaszcza opisane w punkcie 4.2.1 – *„Monitoring prowadzony przez Solgar Polska we własnym zakresie”*). Ponadto, Solgar Polska zapewniała dystrybutorów o podejmowaniu stosownych działań, mających na celu przestrzeganie ustaleń dotyczących stosowania minimalnych detalicznych cen odsprzedaży Produktów Solgar Polska przez dystrybutorów należących do jej sieci dystrybucji (co zostało opisane zwłaszcza w akapicie (53)). Powyższe świadczy o wiodącej roli Solgar Polska w porozumieniu. Ponadto, podkreślenia wymaga, że jedynie od Solgar Polska zależało również stosowanie ewentualnych środków represyjnych, w celu nakłonienia pozostałych uczestników do stosowania uzgodnionych cen, takich jak brak możliwości złożenia zamówienia na preferencyjnych warunkach w oznaczonym okresie

⁴¹ Decyzja Komisji z dnia 29 czerwca 2001 r., COMP/F-2/36.693 *Volkswagen*, decyzja Komisji z dnia 10 października 2001 r., COMP/36.264 *Mercedes-Benz*.

lub wypowiedzenie umowy (co zostało zwłaszcza opisane w punkcie 4.3 – „*Działania Solgar Polska wobec dystrybutorów detalicznych nie stosujących się do ustaleń w zakresie minimalnych detalicznych cen odsprzedaży Produktów Solgar Polska*”). Poszczególni dystrybutorzy nie dysponowali żadnym podobnym instrumentem w stosunku do przedsiębiorców, którzy nie stosowali się do ustalonego poziomu cen. Oznacza to, że to Solgar Polska pełniła rolę organizatora i strażnika kwestionowanego porozumienia.

- (189) W związku z powyższym, w ocenie Prezesa Urzędu, zasadne było ukształtowanie zakresu podmiotowego niniejszego postępowania antymonopolowego poprzez postawienie zarzutów naruszenia przepisów u.o.k.k. i TFUE jedynie Solgar Polska, tj. z pominięciem dystrybutorów, mimo ich uczestnictwa w porozumieniu – w ten sposób Prezes Urzędu uwzględnił decydującą rolę Solgar Polska w powstaniu i funkcjonowaniu rozpatrywanego w niniejszej sprawie porozumienia. Z tego też względu Prezes Urzędu kieruje decyzję jedynie do Solgar Polska. W przypadku porozumień wertykalnych możliwość skierowania decyzji jedynie do organizatora porozumienia, nie zaś do wszystkich przedsiębiorców -uczestników porozumienia, znajduje oparcie w najnowszym orzecznictwie. Z perspektywy ochrony interesu publicznego i skutecznej interwencji Prezesa Urzędu kluczowe pozostaje pociągnięcie do odpowiedzialności tych przedsiębiorców, których udział w porozumieniu - a przez to wpływ na zakłócenie konkurencji - organ uzna za najistotniejszy⁴².

9.5. Antykonkurencyjny cel lub skutek porozumienia

- (190) Działania podejmowane przez Solgar Polska będące przedmiotem niniejszej decyzji dotyczyły ustalania minimalnych cen odsprzedaży Produktów Solgar Polska, a więc naruszenia zakazów, o których mowa w art. 6 ust. 1 pkt 1 u.o.k.k. oraz art. 101 ust. 1 lit. a TFUE.
- (191) 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 (w prawie unijnym) oraz eliminują, ograniczają lub naruszają konkurencję w inny sposób (w prawie polskim). W powyższym kontekście należy rozróżnić dwie alternatywne formy naruszeń (tj. tzw. naruszenia „ze względu na cel” i „ze względu na skutek”), skąd wynika, że zakaz porozumień ograniczających konkurencję dotyczy praktyk, których dolegliwość może przejawiać różny poziom.

⁴² Tak m. in. wyrok Sądu Najwyższego z dnia 15 lutego 2019 r., sygn. akt I NSK 10/18 oraz I NSK 11/18, z dnia 5 grudnia 2019 r., sygn. akt I NSK 1/19, z dnia 4 października 2017 r. sygn. akt. III SK 47/16.

- (192) W przypadku, gdy analiza wskazuje, że określone porozumienie ze względu na swój cel (przedmiot) zapobiegało, ograniczało lub zakłócało konkurencję, nie jest konieczne badanie skutków porozumienia⁴³. Tym samym zakwalifikowanie danego porozumienia jako ograniczenia konkurencji ze względu na cel znacznie ogranicza zakres postępowania dowodowego, które musi przeprowadzić podmiot zarzucający naruszenie. Jeżeli bowiem z zawartego porozumienia wynika jego antykonkurencyjny cel, to nie ma potrzeby badania skutków porozumienia. Wniosek taki wynika z orzecznictwa Trybunału Sprawiedliwości Unii Europejskiej, w którym wskazano, między innymi, że: „w wypadku gdy udowodnione zostanie, że celem porozumienia jest ograniczenie konkurencji, nie zachodzi potrzeba określania rzeczywistych jego skutków”⁴⁴.
- (193) Przy czym ustalając, że konkretne porozumienie ograniczało konkurencję ze względu na cel należy wziąć pod uwagę jego prawny oraz gospodarczy kontekst⁴⁵. 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 skutek⁴⁶. Należy podkreślić, że przy ocenie, czy celem porozumienia było ograniczenie konkurencji nie ma znaczenia subiektywne wyobrażenie jego stron o zamiarach czy motywach działania, lecz jego obiektywny charakter⁴⁷.
- (194) Do kategorii porozumień, które ze względu na swój cel ograniczają konkurencję, należy zaliczyć porozumienia ograniczające konkurencję cenową - takie, jak zachowania stwierdzone w niniejszej sprawie, polegające na ustalaniu minimalnych cen odsprzedaży. Są to porozumienia, których bezpośrednim lub pośrednim celem jest ustanowienie minimalnej ceny odsprzedaży lub minimalnego poziomu cen, który musi być przestrzegany przez nabywcę⁴⁸. Ze względu na zaliczanie porozumień pomiędzy producentami a dystrybutorami produktów dotyczących ograniczenia samodzielności kształtowania cen odsprzedaży przez dystrybutorów i narzucania cen minimalnych, po jakich mogą odsprzedawać produkty do najpoważniejszych ograniczeń konkurencji, taka praktyka uznawana jest także za naruszenie

⁴³ Wyrok Trybunału Sprawiedliwości z dnia 11 września 2014 r. w sprawie C-67/13 P, *Groupement des cartes bancaires*, pkt 49, wyrok Trybunału Sprawiedliwości z dnia 30 stycznia 2020 r. w sprawie C-307/18 *Generic (UK)*, pkt. 64, wyrok Trybunału Sprawiedliwości z dnia 2 kwietnia 2020 r. w sprawie C-228/18 *Budapest Bank*, pkt. 54.

⁴⁴ Wyrok Trybunału Sprawiedliwości z dnia 13 lipca 1966 r. w połączonych sprawach 56 i 58/64, *Consten Grundig*. Podobnie w wyroku Trybunału Sprawiedliwości z dnia 30 czerwca 1966 r. w sprawie 56/65, *Société Technique Minière przeciwko Maschinenbau Ulm* oraz w wyroku Trybunału Sprawiedliwości z dnia 27 stycznia 1987 r. w sprawie 45/85, *Verband der Sachversicherer przeciwko Komisji*.

⁴⁵ Wyrok Trybunału Sprawiedliwości z dnia 4 czerwca 2009 r. w sprawie C-8/08, *T-Mobile Netherlands*, pkt 31.

⁴⁶ Wyrok Trybunału Sprawiedliwości z dnia 11 września 2014 r. w sprawie C-67/13 P, *Groupement des cartes bancaires*, pkt 81-83.

⁴⁷ T. Skoczny (red.), *Ustawa o ochronie konkurencji i konsumentów. Komentarz*, komentarz do art. 6 u.o.k.k., baza internetowa Legalis.

⁴⁸ Obwieszczenie Komisji - *Wytoczne w sprawie ograniczeń wertykalnych* z dnia 10 maja 2010 r., , Dz. Urz. UE 2010, C 130/1, pkt 55, pkt. 48.

konkurencji „ze względu na cel”⁴⁹. W przypadku cenowych porozumień wertykalnych restrykcyjne podejście w analizie i konieczność zakwalifikowania ich jako porozumień zakazanych „ze względu na cel” wynika z faktu, że istotą tych porozumień jest uderzenie w podstawowy aspekt konkurencji na rynku, tj. cenę. Cena stanowi zasadniczy czynnik, który jest brany pod uwagę przez nabywców przy wyborze oferty. Ustalanie minimalnych detalicznych cen odsprzedaży powoduje, że cena sprzedaży detalicznej zostaje ukształtowana na innym, z reguły wyższym, poziomie niż w braku takiego ograniczenia, kiedy to jej poziom kształtowany byłby przez sprzedawcę, w tym w sposób odpowiadający jego planom i oczekiwaniom gospodarczym, intensywności popytu oraz rozwojowi konkurencji ze strony innych sprzedawców. Tym samym poprzez porozumienie w zakresie ustalania minimalnych cen odsprzedaży producent ogranicza bodźce i zdolność do oferowania przez przedsiębiorców zajmujących się dystrybucją (hurtową lub detaliczną) ich kontrahentom lub konsumentom określonych produktów na korzystnych warunkach. Takie ustalenie cen eliminuje niepewność dystrybutorów co do ich wzajemnego zachowania na rynku, powodując ograniczenie rywalizacji cenowej między nimi. Dodatkowo, pomimo że porozumienia dotyczące ustalania minimalnych cen odsprzedaży stanowią porozumienia wertykalne, to w praktyce mogą one oddziaływać na rynek w taki sposób, jak porozumienia horyzontalne między dystrybutorami⁵⁰.

(195) Na gruncie orzecznictwa przyjmuje się, że porozumienie cenowe nie traci zakazanego charakteru przez to, że niedotrzymanie zobowiązania o cenach nie wiąże się z żadnymi negatywnymi konsekwencjami dla przedsiębiorcy, ani nawet przez to, że uzgodnione ceny nie są stosowane w praktyce. Istota ochrony konkurencji przed niedozwolonymi porozumieniami cenowymi, w tym dotyczącymi ustalania minimalnych cen odsprzedaży, polega bowiem na tym, że zakazane są właśnie porozumienia o samym antykonkurencyjnym celu, niezależnie od osiągniętego przez nie skutku⁵¹. Innymi słowy, jeżeli zostanie wykazane, że celem porozumienia jest ograniczenie konkurencji, to nie ma znaczenia, czy cel ten został osiągnięty⁵².

(196) Stanowisko, że porozumienia ustalające ceny minimalne stanowią najcięższe ograniczenia konkurencji, wobec czego sam fakt ich zawarcia pozwala przyjąć, że celem ich

⁴⁹ Wytyczne Komisji *Guidance on restrictions of competition "by object" for the purpose of defining which agreements may benefit from the De Minimis Notice* z 25 czerwca 2014 r., SWD(2014) 198 final, pkt. 3.4.

⁵⁰ D. Aziewicz, *Pytanie o zasadność stosowania analizy ekonomicznej wobec minimalnych cen odsprzedaży w polskim prawie konkurencji*, Internetowy Kwartalnik Antymonopolowy i Regulacyjny 2013, nr 3, str. 17; J. Fidała, *Wertykalne porozumienia cenowe typu RPM w kontekście rynku książki*, Internetowy Kwartalnik Antymonopolowy i Regulacyjny 2016, nr 1, str. 13, P. Rey, T. Verge, *Resale Price Maintenance and Horizontal Cartel*, CMPO Working Paper Series No. 02/047, 2004, str. 2.

⁵¹ Wyrok Sądu Okręgowego w Warszawie – Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów z dnia 29 maja 2012 r., sygn. XVII AmA 179/11.

⁵² Wyrok Sądu Okręgowego w Warszawie – Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów z dnia 7 lipca 2004 r., sygn. XVII Ama 65/03.

(przedmiotem) było ograniczenie konkurencji, pojawiało się wielokrotnie w wyrokach Sądu Apelacyjnego w Warszawie, np.: z dnia 20 marca 2017 r., sygn. akt VI Aca 1227/15; z dnia 28 lipca 2015 r., sygn. akt VI Aca 1007/14; z dnia 18 lutego 2015 r., sygn. VI Aca 1719/13. Podobnie, w wyroku z dnia 15 marca 2017 r., sygn. akt VI Aca 1228/15 sąd ten wskazał, że zmowy cenowe zawsze są zakazane, ponieważ ze swej natury zawsze są szkodliwe dla konkurencji. W wyrokach z dnia 18 lutego 2015 r., sygn. akt. VI Aca 1719/13 i z dnia 31 marca 2015 r. sygn. akt VI Aca 623/14, Sąd Apelacyjny w Warszawie stwierdził, że: *„Rozróżnienie naruszenia ze względu na cel i naruszeń ze względu na skutek jest związane z tym, że pewne formy zmowy między przedsiębiorcami można uznać, z uwagi na sam ich charakter, za szkodliwe dla prawidłowego funkcjonowania normalnej konkurencji. Taki charakter „naruszenia ze względu na cel” ma właśnie porozumienie cenowe”*. Ocena wertykalnych porozumień cenowych dotyczących ustalania minimalnych cen odsprzedaży produktów jako ograniczających konkurencję ze względu na cel jest również aktualna w orzecznictwie Sądu Najwyższego, np. w wyrokach: z dnia 5 grudnia 2019 r., sygn. akt. I NSK 1/19; z dnia 15 lutego 2019 r., sygn. akt I NSK 10/18; z dnia 15 lutego 2019 r., sygn. akt. I NSK 11/18; z dnia 15 maja 2014 r., sygn. akt. SK 44/13; z dnia 23 listopada 2011 r., sygn. akt. III SK 21/11.

- (197) Podobnie, zgodnie z unijnym dorobkiem orzecznictwem, porozumienia ustalające sztywne lub minimalne ceny odsprzedaży są konsekwentnie traktowane jako zakazane ze względu na cel⁵³ i jako jedne z najpoważniejszych (zasadniczych) naruszeń unijnego porządku prawa konkurencji⁵⁴. Zgodnie z rozstrzygnięciami Trybunału Sprawiedliwości nie jest konieczna analiza skutków porozumień ustalających sztywne lub minimalne ceny odsprzedaży. Trybunał stoi na stanowisku, że pewne rodzaje współpracy między przedsiębiorstwami są szkodliwe dla konkurencji w stopniu wystarczającym do tego, aby nie było konieczności badania ich skutków. Z uwagi na sam ich charakter, można uznać je za szkodliwe dla prawidłowego funkcjonowania konkurencji. Zalicza się do nich zwłaszcza wertykalne porozumienia określające ceny odsprzedaży. Ich negatywny wpływ na cenę, różnorodność, ilość i jakość towarów lub usług jest tak dalece prawdopodobny, że dla zastosowania art. 101 ust. 1 TFUE można uznać za zbędne wykazywanie, że wpływ taki rzeczywiście wywierają. Takie zachowania, z samej swej natury, stanowią ograniczenie konkurencji w rozumieniu art 101 ust. 1 TFUE⁵⁵.

⁵³ R. Whish, D. Bailey, *Competition Law*, Oxford University Press, s. 122, 124.

⁵⁴ Art. 4 Rozporządzenia 330/2010 z dnia 20 kwietnia 2010 r. w sprawie stosowania art. 101ust. 3 Traktatu o funkcjonowaniu Unii Europejskiej do kategorii porozumień wertykalnych i praktyk uzgodnionych; Dz. Urz. UE 2010 /L 102/1.

⁵⁵ Wyrok Trybunału Sprawiedliwości z dnia 11 września 2014, w sprawie *CB v Commission*, C 67/13 P, EU:C:2014:2204, akapit 49,50,51; wyrok Trybunału Sprawiedliwości z dnia 19 marca 2015, w sprawie *Dole Food and Dole Fresh Fruit Europe v Commission*, C 286/13 P, EU:C:2015:184, akapit 113, 114, 115; wyrok Trybunału Sprawiedliwości z dnia 3 czerwca 1985, w sprawie *Binon v AMP*, 243/83, EU:C:1985:284, akapit 43,44; wyrok Trybunału Sprawiedliwości z dnia 1

- (198) Aktualność powyższego podejścia potwierdziły decyzje Komisji Europejskiej dotyczące porozumień ustalających sztywne lub minimalne ceny odsprzedaży, wydane w następujących sprawach z 24 lipca 2018 r.: AT.40465 - *ASUS*⁵⁶, AT.40469 *Denon & Marantz*⁵⁷, AT.40181 *Philips*⁵⁸, AT.40182 *Pioneer*⁵⁹.
- (199) Odnosząc powyższe do niniejszej sprawy, Prezes Urzędu stwierdził, że ustalenia pomiędzy Solgar Polska a dystrybutorami detalicznymi Produktów Solgar Polska odnośnie do minimalnych cen odsprzedaży tych produktów miały za swój przedmiot (cel) zapobieżenie, ograniczenie lub zakłócenie konkurencji na rynku.
- (200) W niniejszej sprawie przedmiotem porozumienia zawartego pomiędzy Solgar Polska a dystrybutorami było ustalanie minimalnych detalicznych cen odsprzedaży Produktów Solgar Polska. Ze zgromadzonego w sprawie materiału dowodowego wynika, że w ramach zawartego porozumienia:
- a. Solgar Polska ustaliła w drodze formalnych umów z dystrybutorami, że dystrybutorzy będą przestrzegać detalicznych cen odsprzedaży Produktów Solgar Polska określonych jako „*sugerowane ceny detaliczne producenta publikowane w Cenniku Sugerowanych Cen Producenta*” oraz nie będą prowadzić sprzedaży detalicznej Produktów Solgar Polska w ramach programów lojalnościowych organizowanych przez sprzedającego, jeżeli mogłoby to skutkować obniżką cen poniżej tych cen (co zostało opisane zwłaszcza w punkcie 3.1.1 – „*Umowy patronackie*”). Przy czym w istocie wskazane postanowienia umowne odnosiły się do cen minimalnych, poniżej których dystrybutorzy detaliczni mieli nie odsprzedawać Produktów Solgar Polska (na co wskazują w szczególności przywołane poniżej w pkt. b – g okoliczności sprawy);
 - b. Solgar Polska wysyłała dystrybutorom cenniki i biuletyny (co zostało opisane zwłaszcza w punkcie 3.2 – „*Informowanie dystrybutorów detalicznych o cenach odsprzedaży (cenniki i biuletyny)*”), w których umieszczane były ceny określane jako „*dla pacjenta*” lub „*sugerowane ceny dla pacjenta*” (co zostało opisane szczegółowo w akapicie (35) decyzji. Wskazane określenia odnosiły się do cen minimalnych, poniżej których dystrybutorzy detaliczni mieli nie odsprzedawać Produktów Solgar Polska (na co wskazują przywołane poniżej w pkt. a, c – i okoliczności sprawy);

października 1987, w sprawie *VVR v Sociale Dienst van de Plaatselijke en Gewestelijke Overheidsdiensten*, 311/8, EU:C:1987:418, akapit 17; wyrok Trybunału Sprawiedliwości z dnia 28 stycznia 1986 r., w sprawie *Pronuptia de Paris GmbH v Pronuptia de Paris Irmgard Schillgallis*, ECLI:EU:C:1986:4, akapit 25.

⁵⁶ Dostępne: https://ec.europa.eu/competition/elojade/isef/case_details.cfm?proc_code=1_40465.

⁵⁷ Dostępne: https://ec.europa.eu/competition/elojade/isef/case_details.cfm?proc_code=1_40469.

⁵⁸ Dostępne: https://ec.europa.eu/competition/elojade/isef/case_details.cfm?proc_code=1_40181.

⁵⁹ Dostępne: https://ec.europa.eu/competition/elojade/isef/case_details.cfm?proc_code=1_40182.

- c. Solgar Polska monitorowała ceny stosowane przez dystrybutorów w Internecie, wizytując placówki stacjonarne dystrybutorów, dokonując tzw. zakupów kontrolowanych lub weryfikując ceny znajdujące się na opakowaniach produktów pochodzących ze zwrotów (co opisano zwłaszcza w punkcie 4.2.1 – *„Monitoring prowadzony przez Solgar Polska we własnym zakresie”*);
- d. dystrybutorzy Solgar Polska również samodzielnie monitorowali ceny odsprzedaży przekazując do Solgar Polska informacje o przypadkach nieprzestrzegania przez innych dystrybutorów ustaleń dotyczących minimalnych cen odsprzedaży Solgar Polska, w tym również zwracali się do pracowników Solgar Polska o podjęcie interwencji w zakresie odstępstw cenowych (co zostało opisane zwłaszcza w akapitach (48)-(50), (63) decyzji oraz w punkcie 4.2.2 – *„Odbieranie sygnałów od dystrybutorów Solgar Polska”*), w reakcji na co pracownicy Solgar Polska informowali dystrybutorów, że będą podejmować stosowne działania mające na celu zapewnienie przestrzegania ustaleń w zakresie minimalnych detalicznych cen odsprzedaży Produktów Solgar Polska przez dystrybutorów (co zostało opisane zwłaszcza w akapicie (53) decyzji);
- e. dystrybutorzy Solgar Polska akceptowali ustalenia co do nieprzekraczania określonych poziomów cen m.in.: wskazując, że dokonane ustalenia im odpowiadają, i że oni sami stosują się do tych ustaleń (co zostało opisane zwłaszcza w akapitach (47), (63) decyzji); zwracając się do Solgar Polska o podjęcie działań mających na celu zagwarantowanie przestrzegania ustaleń dotyczących stosowania minimalnych detalicznych cen odsprzedaży Produktów Solgar Polska przez wszystkich dystrybutorów, ponieważ niestosowanie przez niektórych dystrybutorów ustalonych minimalnych detalicznych cen odsprzedaży stanowi łamanie wiążących ustaleń (co zostało opisane zwłaszcza w akapitach (48)–(52) decyzji); zwracając się do Solgar Polska z zapytaniami o poziom cen detalicznych, jaki powinni stosować w odniesieniu do poszczególnych Produktów Solgar Polska oraz konsultując z Solgar Polska swoją politykę cenową w przypadku oferowania klientom różnego rodzaju promocji (co zostało opisane w akapicie (58) decyzji); dostosowując swoje ceny do ustaleń oraz komunikując Solgar Polska zmianę ceny (co zostało opisane zwłaszcza w punkcie 4.4 – *„Wpływ działań Solgar Polska na wysokość detalicznych cen odsprzedaży Produktów Solgar Polska”*);
- f. w przypadku niestosowania się przez dystrybutorów do ustaleń w zakresie minimalnych detalicznych cen odsprzedaży, pracownicy Solgar Polska reagowali, np. telefonicznie, e-mailowo lub w bezpośrednich rozmowach podczas wizytacji placówek dystrybutorów, wzywając dystrybutorów do stosowania się do przyjętych ustaleń cenowych (co zostało opisane zwłaszcza w akapitach (54)-(57) decyzji);

- g. w przypadku powtarzającego się nieprzestrzegania przez dystrybutorów detalicznych ustalonych minimalnych detalicznych cen odsprzedaży Produktów Solgar Polska, Spółka stosowała wobec nich środki odwetowe, takie jak brak możliwości złożenia zamówienia na preferencyjnych warunkach w oznaczonym okresie lub wypowiedzenie umowy (co zostało opisane zwłaszcza w punkcie 4.3 – „*Działania Solgar Polska wobec dystrybutorów detalicznych nie stosujących się do ustaleń w zakresie minimalnych detalicznych cen odsprzedaży Produktów Solgar Polska*”);
 - h. po zmianie w marcu 2015 r. treści umów z dystrybutorami poprzez usunięcie z nich zapisów odnoszących się do stosowania ustalonych detalicznych cen odsprzedaży, w okresie od marca 2015 r. do przynajmniej 24 października 2017 r. porozumienie przybrało charakter nieformalny, a Solgar Polska i dystrybutorzy detaliczni w dalszym ciągu podejmowali ustalone działania dotyczące stosowania przez dystrybutorów minimalnych detalicznych cen odsprzedaży Produktów Solgar Polska (co zostało opisane zwłaszcza w punkcie 4.1 – „*Ustalenia dotyczące stosowania minimalnych detalicznych cen odsprzedaży Produktów Solgar Polska*”);
 - i. w 2017 r. Solgar Polska dokonała podwyżki hurtowych cen Produktów Solgar Polska, która wiązała się z podniesieniem również wysokości detalicznych cen odsprzedaży dla pacjenta. W związku z dokonaną podwyżką Solgar Polska przekazywała dystrybutorom cenniki uwzględniające podwyżkę cen, monitorowała czy dystrybutorzy dostosowali się do podwyżki cen, a także podejmowała działania mające skłonić dystrybutorów do dostosowywania ich cen detalicznych do podwyżki cen (co zostało opisane zwłaszcza w akapitach (59)-(64) decyzji). Dystrybutorzy wyrażali wolę uczestnictwa w porozumieniu w ten sposób, że samodzielnie lub po interwencji Solgar Polska dostosowywali detaliczne ceny odsprzedaży Produktów Solgar Polska do ogłoszonej podwyżki cen oraz przysyłali do Solgar Polska informacje o przypadkach niestosowania się przez innych dystrybutorów do ogłoszonej podwyżki cen (co zostało opisane zwłaszcza w akapitach (61)-(63) decyzji).
- (201) Przywołane powyżej okoliczności sprawy, dotyczące działań podejmowanych przez Solgar Polska i dystrybutorów detalicznych, uzasadniają wniosek, że doszło pomiędzy nimi do ustalania minimalnych detalicznych cen odsprzedaży Produktów Solgar Polska. W ten sposób, strony porozumienia dążyły do ograniczenia konkurencji cenowej między dystrybutorami i utrzymania cen Produktów Solgar Polska powyżej określonego ustalonego poziomu, ograniczając możliwość swobodnego kształtowania polityki cenowej przez każdego z dystrybutorów. Należy podkreślić, że przy ocenie, czy celem porozumienia było ograniczenie konkurencji nie ma zasadniczego znaczenia subiektywne

wyobrażenie jego stron o zamiarach czy motywach działania, lecz jego obiektywny charakter⁶⁰.

- (202) Jakkolwiek subiektywny cel przedsiębiorstw nie stanowi okoliczności decydującej samodzielnie o tym, czy doszło do naruszenia „ze względu na cel”, Prezes Urzędu jest w posiadaniu dowodów, które w jednoznaczny sposób wskazują na intencje Solgar Polska. Intencje Spółki w odniesieniu do wprowadzenia ceny minimalnej obrazuje fragment wywiadu z 2010 r. z p. Grażyną Durkiewicz: *„dzięki ścisłej współpracy z apteką zapobiegamy konkurencji cenowej.”* (Dowód A) oraz następujące fragmenty wiadomości od p. [Pracownik Solgar Polska] do przedstawiciela potencjalnego kontrahenta Solgar Polska, w której p. [Pracownik Solgar Polska] jako zalety współpracy z Solgar Polska wymieniła m.in. *„stałą marżę rzędu 26-30% na cały asortyment”* i *„stałe, wysokie marże na produktach”* (Dowód B). Ponadto na motywację dystrybutorów Solgar Polska, wskazują następujące fragmenty wiadomości od dystrybutorów Solgar Polska: *„Bardzo cenię sobie że macie cenę narzuconą i pilnujecie tego. Cieszy nas że nie mamy obaw że 2 km dalej nie ma niższej ceny.”* (Dowód C), *„Chciałem zgłosić przypadki nieuczciwej konkurencji w trzech aptekach internetowych obniżane są marże na produktach firmy Solgar (...) Proszę o interwencję, ponieważ te apteki obniżają marżę na prawie wszystkich produktach i jest to nie w porządku w stosunku do aptek zachowujących zasady uczciwej konkurencji”* (Dowód D), *„właśnie rozmawiałem z Waszym przedstawicielem i macie się podobno zająć zbyt niskimi marżami stosowanymi przez niektóre apteki.”* (Dowód E). Celem porozumienia pomiędzy Solgar Polska a dystrybutorami było zatem zastąpienie konkurencji cenowej między dystrybutorami systemem, w którym obowiązywały ustalone ceny minimalne, pozwalające wszystkim dystrybutorom - uczestnikom porozumienia na sprzedaż towarów z określoną marżą.

Dowody:

- A. pochodząca z Solgar Polska wiadomość e-mail z dnia 7.05.2010 r. od B. Szymaniak do [Pracownik Firmy Reklamowo Wydawniczej], temat: „Wywiady w doc.”, wraz z załącznikiem: plikiem w formacie .doc o nazwie: „Wywiad cz. 2.doc” („Przez edukację do sukcesu” (k. 412-413);
- B. pochodząca z Solgar Polska wiadomość e-mail z dnia 13.11.2014 r. od [Pracownik Solgar Polska] do [Partner], temat: „Umowa patronacka oraz warunki współpracy SOLGAR” (k. 482);
- C. pochodząca z Solgar Polska wiadomość e-mail z dnia 15.06.2015 r. przesłana przez sklep [Partner] do pracownicy Solgar Polska [Pracownik Solgar Polska] (k. 73);
- D. pochodząca z Solgar Polska wiadomość e-mail z dnia 14.04.2015 r. przesłana przez [Partner] na adres info@solgar.pl, temat: „Solgar.pl: Nieuczciwa konkurencja” (k. 72);

⁶⁰ Np. wyrok SOKiK z dnia 11 czerwca 2012 r., sygn. akt XVII AmA 197/10, niepubl.

E. pochodząca z Solgar Polska wiadomość e-mail z dnia 24.02.2012 r. od. [Pracownik Solgar Polska] do B. Szymaniak, temat: „Fw: Pytanie” wraz z przekazaną korespondencją e-mail: z dnia 24.02.2012 r. i 23.02.2012 r. prowadzoną pomiędzy [Partner] i [Pracownik Solgar Polska] (k. 424).

- (203) Reasumując, Prezes Urzędu uznał, że cel (przedmiot) porozumienia rozpatrywanego w niniejszej sprawie polegającego na ustalaniu pomiędzy Solgar Polska a dystrybutorami detalicznymi minimalnych detalicznych cen odsprzedaży Produktów Solgar Polska miał charakter ograniczający konkurencję. Z samej treści przedmiotowego porozumienia wynika, że miało ono na celu ograniczenie konkurencji cenowej pomiędzy dystrybutorami. Normalna konkurencja o charakterze cenowym pomiędzy dystrybutorami detalicznymi, w której dystrybutorzy mogą m.in. obniżać ceny detaliczne, została zastąpiona systemem, w którym dystrybutorzy detaliczni - stosujący ustaloną przez Solgar Polska cenę minimalną - mieli zapewnioną określoną marżę w odniesieniu do sprzedawanych przez nich Produktów Solgar Polska. Między dystrybutorami Solgar Polska zmniejszeniu ulegała niepewność co do cen na rynku, będąca naturalnym elementem istnienia konkurencji. W takich warunkach dystrybutorzy detaliczni nie konkurowali pomiędzy sobą detaliczną ceną produktów poprzez obniżanie cen detalicznych Produktów Solgar Polska (punkt 4.4. *Wpływ działań Solgar Polska na wysokość detalicznych cen odsprzedaży Produktów Solgar Polska*). Powyższe ma negatywny wpływ na konsumentów, którzy pozbawieni zostali korzyści płynących z konkurencji cenowej pomiędzy dystrybutorami. Tak więc celem przedmiotowego porozumienia było ustabilizowanie cen detalicznych odsprzedaży Produktów Solgar Polska na określonym, minimalnym poziomie, prowadzące do zaburzeń konkurencji wewnątrzmarkowej⁶¹.
- (204) Ustalanie minimalnych cen odsprzedaży stanowi porozumienie ograniczające konkurencję ze względu na cel i irrelevantny dla oceny naruszenia jest fakt, czy jego strony faktycznie stosowały się do uzgodnień i czy wystąpiły skutki na rynku. Należy jednak podkreślić, że w niniejszej sprawie zawarte porozumienie zostało faktycznie wprowadzone w życie (punkt 4.4. *Wpływ działań Solgar Polska na wysokość detalicznych cen odsprzedaży Produktów Solgar Polska*). Solgar Polska w sposób aktywny zabiegał o utrzymanie poziomu ustalonych cen minimalnych oraz monitorował ich stosowanie (punkt 4.1 *Ustalenia dotyczące stosowania minimalnych detalicznych cen odsprzedaży Produktów Solgar Polska*, punkt 4.2 *Monitorowanie przez Solgar Polska cen odsprzedaży Produktów Solgar Polska stosowanych przez dystrybutorów detalicznych*, punkt 4.3 *Działania Solgar Polska wobec dystrybutorów*

⁶¹ Istotą porozumień cenowych jest uderzenie w podstawowy aspekt konkurowania na rynku, cena stanowi bowiem zasadniczy parametr przy wyborze oferty przez konsumenta.

detalicznych nie stosujących się do ustaleń w zakresie minimalnych detalicznych cen odsprzedaży).

9.6. Porozumienie jednolite i ciągłe

- (205) Prezes Urzędu uznał, że porozumienie pomiędzy Solgar Polska a dystrybutorami było porozumieniem ciągłym i jednolitym. Koncepcja ta wypracowana została w prawie antymonopolowym Unii Europejskiej (ang. *single continuous infringement*) i zakłada, że w zмовach trwających wiele lat, w których różne uzgodnione praktyki i porozumienia stanowią część całego ciągu działań podejmowanych przez przedsiębiorców w wykonaniu wspólnego celu w postaci ograniczenia konkurencji, uprawnione jest przyjęcie, iż stanowią one jedno, ciągłe naruszenie. Omawiane rozwiązanie pozwala na zgrupowanie wielu działań zmierzających do realizacji tego samego celu i potraktowanie ich jako przejawów funkcjonowania tego samego porozumienia⁶².
- (206) W orzecznictwie wskazuje się, że istotną okolicznością dla ustalenia, czy naruszenie jest jednolite i ciągłe, czy też istnieje kilka odrębnych naruszeń jest wspólność celu, to jest wpływu na konkurencję na danym rynku produktowym.⁶³ Również okoliczność, że dany przedsiębiorca „opuszcza” porozumienie, a potem ponownie się do niego „przyłącza” nie oznacza, iż doszło do zawarcia kolejnego porozumienia o tym samym celu. Odnosząc powyższe do niniejszej sprawy, nie ulega wątpliwości, że analizowane w tej sprawie porozumienie należy zakwalifikować jako porozumienie ciągłe i jednolite. W niniejszej sprawie dochodziło do ustalania minimalnych cen odsprzedaży, dla których wyznacznikiem były ceny zawarte w cennikach i biuletynach przekazywanych przez Solgar Polska dystrybutorom. Porozumienie to miało przez cały okres jednolity antykonkurencyjny cel, tj. ograniczenie konkurencji polegające na ustalaniu minimalnych cen odsprzedaży. W czasie trwania porozumienia zmieniała się jedynie sama forma ustaleń, które do marca 2015 r. miały podstawę w postanowieniach zawartych w pisemnych umowach (wspieranych nieformalnymi uzgodnieniami), a od marca 2015 r. przyjęły postać wyłącznie nieformalnych uzgodnień. Przez cały okres funkcjonowania porozumienia jednolity pozostawał natomiast sam sposób realizacji ustaleń oraz sposób komunikacji i wymiany informacji pomiędzy

⁶² Wyrok Sądu Pierwszej Instancji z dnia 17 grudnia 1991 r. w sprawie T-6/89 *Enichem Anic SpA przeciwko Komisji*, pkt 204, wyrok Sądu Apelacyjnego w Warszawie z dnia 5 stycznia 2017 r., sygn. akt 1057/15, Decyzja Komisji z dnia 26 maja 2004 r. nr COMP/C-3/37.980 *Souris/Topps*, wyrok Sądu Pierwszej Instancji z dnia 30 kwietnia 2009 r. w sprawie T-12/03 *Itochu Corp. v Commission*, wyrok Sądu Pierwszej Instancji z dnia 30 kwietnia 2009 r. w sprawie T-13/03 *Nintendo Co., Ltd and Nintendo of Europe GmbH v Commission*, wyrok Sądu Pierwszej Instancji z dnia 30 kwietnia 2009 r. w sprawie T-18/03 *CD-Contact Data GmbH v Commission*.

⁶³ Wyrok TSUE z dnia 8 lipca 1999 r. w sprawie C-49/92 *Commission v. Anic Partecipazioni*, wyrok Sądu Pierwszej Instancji z dnia 20 marca 2002 r. w sprawie T-9/99 *HFB v. Commission*.

Solgar Polska i dystrybutorami. Solgar Polska przez cały okres funkcjonowania porozumienia przekazywała dystrybutorom cenniki i biuletyny zawierające ceny minimalne, do których dystrybutorzy dostosowywali swoje detaliczne ceny odsprzedaży Produktów Solgar Polska. Spółka stosowała własny monitoring cen dystrybutorów oraz odbierała sygnały od dystrybutorów uzyskując w ten sposób informacje o dystrybutorach niestosujących się do ustaleń w zakresie minimalnych detalicznych cen odsprzedaży ww. produktów. W takich sytuacjach, Solgar Polska kontaktowała się z dystrybutorem w celu skłonienia go do zmiany ceny. W przypadku powtarzającego się nieprzestrzegania przez dystrybutorów detalicznych ustalonych minimalnych detalicznych cen odsprzedaży Produktów Solgar Polska, Spółka stosowała wobec nich środki odwetowe. Przy czym, zgodnie z ww. orzecnictwem, na ocenę porozumienia w sprawie - jako jednolitego i ciągłego - nie ma wpływu fakt, że poszczególni dystrybutorzy w całym okresie funkcjonowania porozumienia przystępowali lub występowali z porozumienia, bądź niektórzy dystrybutorzy przez pewien okres lub, w stosunku do niektórych produktów, mogli nie stosować się do ustalonego poziomu cen.

9.7. Czas trwania porozumienia

- (207) Zgodnie z art. 10 ust. 1 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 tej 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 (art. 10 ust. 2 u.o.k.k.). Zgodnie z art. 10 ust. 3 u.o.k.k. 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.
- (208) Prezes Urzędu uznał, że rozpatrywane w niniejszej sprawie porozumienie trwało co najmniej od marca 2010 r. To właśnie z 2010 r. pochodzą najwcześniejsze znajdujące się w aktach sprawy dowody świadczące o wpływaniu przez Solgar Polska na poziom stosowanych przez dystrybutorów detalicznych cen odsprzedaży Produktów Solgar Polska. Spółka wskazała, że w latach 2010-2015 stosowała wzory umów oparte na tzw. „*umowach patronackich*”. Załącznik nr 3 do umów patronackich zawierał z kolei kwestionowane postanowienia umowne regulujące kwestie wysokości cen detalicznych stosowanych przez dystrybutorów (okoliczności i dowody opisane i wskazane w punkcie 3.1.1 – „*Umowy patronackie*”). Solgar Polska w drodze ww. umów patronackich stosowanych w latach 2010-2015 ustalała, że dystrybutorzy będą przestrzegać detalicznych cen odsprzedaży Produktów Solgar Polska określonych jako „*sugerowane ceny detaliczne producenta publikowane w Cenniku Sugerowanych Cen Producenta*” oraz nie będą prowadzić

sprzedaży detalicznej Produktów Solgar Polska w ramach programów lojalnościowych organizowanych przez sprzedającego, jeżeli mogłoby to skutkować obniżką cen poniżej tych cen. Z marca 2010 r. pochodzą pierwsze znajdujące się w materiale dowodowym cenniki zawierające ceny detaliczne (Dowody B, C i D).

Dowody:

- A. pochodząca z Solgar wiadomość e-mail z dnia 7.05.2010 r. od B. Szymaniak do [Pracownik Firmy Reklamowo Wydawniczej], temat: „Wywiady w doc.”, wraz z załącznikiem: plikiem w formacie .doc o nazwie: „Wywiad cz. 2.doc” („Przez edukację do sukcesu” (k. 412-413);
 - B. „Cennik produktów Solgar dostępnych na rynku polskim obowiązujący od dnia 01.03.2010” (k. 329);
 - C. „Cennik produktów Solgar dostępnych na rynku listopad 2010” (k. 335);
 - D. „Cennik produktów Solgar dostępnych na rynku listopad 2010” (k. 337);
 - E. pochodząca z Solgar wiadomość e-mail z dnia 9.11.2010 r. od B. Szymaniak do wojtek@solgar.pl, temat: „zaległy załącznik – raport”, wraz z załącznikiem w formie „.doc” o nazwie „Raport ze spotkania z koordynatorami regionalnymi.doc” (k. 417-419);
 - F. pismo Solgar Polska z dnia 23 grudnia 2020 r. (k. 1369).
- (209) W marcu 2015 r. doszło do zastąpienia „umów patronackich” nowymi „umowami o współpracy”, które nie zawierały już postanowień dotyczących stosowania określonych detalicznych cen odsprzedaży. W drugim okresie (w latach od marca 2015 r. do przynajmniej 24 października 2017 r.) ustalenia pomiędzy Solgar Polska a dystrybutorami detalicznymi dotyczące stosowania określonych przez Solgar Polska minimalnych cen odsprzedaży przybrały charakter wyłącznie nieformalny. Pomimo zmiany treści wzorca umownego w marcu 2015 r., Solgar Polska i dystrybutorzy detaliczni Produktów Solgar Polska w dalszym ciągu realizowali poczynione wcześniej ustalenia (punkt 4.1. „*Ustalenia dotyczące stosowania minimalnych detalicznych cen odsprzedaży Produktów Solgar*”).
- (210) Prezes Urzędu stwierdził, że Solgar Polska uczestniczyła w naruszeniu art. 6 u.o.k.k oraz art. 101 TFUE co najmniej od marca 2010 r. do przynajmniej 24 października 2017 r., tj. do dnia rozpoczęcia przez Prezesa Urzędu przeszukania w Solgar Polska. Jednocześnie z uwagi na to, że zgodnie z art. 10 ust. 3 u.o.k.k. ciężar dowiedzenia zaprzestania udziału w naruszeniu spoczywa na stronie postępowania, a w niniejszej sprawie strona nie wypowiedziała się odnośnie do momentu zaniechania porozumienia ograniczającego konkurencję, w tym nie

przedstawiła dowodów zaniechania udziału w tym porozumieniu⁶⁴, Prezes Urzędu nakazał w pkt. II sentencji decyzji zaniechanie naruszenia, w zakresie jeszcze niezaniechanym.

9.8. Niepodleganie wyłączeniom spod zakazu zawierania porozumień ograniczających konkurencję

(211) Dla stwierdzenia naruszenia zakazu określonego w art. 6 u.o.k.k. oraz art. 101 TFUE konieczne jest w dalszej kolejności wykazanie, że rozpatrywane porozumienie nie podlega wyłączeniu spod zakazu porozumień ograniczających konkurencję. Powyższe dotyczy trzech rodzajów sytuacji:

- i. zastosowania reguły *de minimis*, która określona została w art. 7 u.o.k.k. oraz w pkt 8 lit. b Zawiadomienia Komisji w sprawie porozumień o mniejszym znaczeniu, które nie ograniczają odczuwalnie konkurencji na mocy art. 101 TFUE (Dz. Urz. UE 2014/C 291/01; dalej: „Zawiadomienie *de minimis*”);
- ii. spełniania warunków wyłączenia grupowego spod zakazów określonych w art. 6 u.o.k.k. oraz w art. 101 ust. 1 TFUE;
- iii. indywidualnego spełniania przez porozumienie przesłanek, o których mowa w art. 8 ust. 1 u.o.k.k. oraz w art. 101 ust. 3 TFUE.

9.8.1. Reguła *de minimis*

(212) Ingerencja Prezesa Urzędu w stosunki gospodarcze przedsiębiorców może mieć miejsce jedynie w sytuacjach, gdy zawierane przez przedsiębiorców porozumienia mogą ze względu na swój cel lub skutek w odczuwalny sposób wpływać na konkurencję. W związku z powyższym, zgodnie z dyspozycją art. 7 u.o.k.k., zakaz zawierania porozumień ograniczających konkurencję nie znajduje zastosowania w przypadku niewielkiego udziału przedsiębiorców w rynku.

⁶⁴ W samym orzecznictwie sądów unijnych uznaje się, że dla wykazania zaprzestania udziału w naruszeniu art. 101 TFUE (tj. szerzej braku udziału w naruszeniu) istotne jest wykazanie, że uczestnik naruszenia w sposób jednoznaczny i publiczny (docierający do wszystkich uczestników naruszenia) zdystansował się względem działań podejmowanych uprzednio w naruszeniu - wyrok Trybunału Sprawiedliwości z 19 marca 2009 r. w sprawie C-510/06 P, *Archer Daniels Midland*, EU:C:2009:166, akapit 119-120. Przy czym takie publiczne zdystansowanie się nie musi być jedynym środkiem wykazania braku udziału w naruszeniu, zob. wyrok Trybunału Sprawiedliwości z 17 września 2015 r. w sprawie C-634/13 P, *Total Marketing Services*, EU:C:2015:614, akapity 23 i 26-27; wyrok Trybunału Sprawiedliwości z 21 stycznia 2016 r. w sprawie C-74/14, *Eturas i inmi*, EU:C:2016:42, akapit 47-48.

- (213) W odniesieniu do porozumień zawieranych między przedsiębiorcami, którzy nie są konkurentami (wertykalnych), powyższe ma miejsce, zgodnie z art. 7 ust. 1 pkt 2 u.o.k.k., jeżeli udział posiadany przez żadnego z nich w rynku właściwym, którego dotyczy porozumienie nie przekracza 10%. Od powyższej reguły ustawa *o ochronie konkurencji i konsumentów* przewiduje określone odstępstwa. Zgodnie z art. 7 ust. 3 u.o.k.k., wskazane powyżej wyłączenie *de minimis* nie ma zastosowania w przypadku porozumień, o których mowa między innymi w art. 6 ust. 1 pkt 1 u.o.k.k., tj. porozumień polegających na ustalaniu bezpośrednio lub pośrednio cen.
- (214) W prawie unijnym kwestię porozumień bagatelnych reguluje Zawiadomienie *de minimis*. Zgodnie z pkt 8 lit. b Zawiadomienia *de minimis*, porozumienia między przedsiębiorcami wpływające na handel pomiędzy Państwami Członkowskimi nie ograniczają odczuwalnie konkurencji w rozumieniu art. 101 ust. 1 TFUE, jeżeli udział każdej ze stron porozumienia w rynku nie przekracza 15 % na żadnym z rynków właściwych, których dotyczy porozumienie, o ile jest ono zawierane między przedsiębiorstwami, które nie są rzeczywistymi ani potencjalnymi konkurentami na żadnym z tych rynków. Komisja w Zawiadomieniu *de minimis* wskazała, że nie przyzna ochrony wynikającej z wyłączeń *de minimis* porozumieniom, których celem jest zapobieganie, ograniczanie lub zakłócanie konkurencji na rynku wewnętrznym. Za takie porozumienie – zakazane ze względu na cel – uznawane jest porozumienie dotyczące uzgadniania cen i wymiany informacji o cenach, podwyżkach i wielkościach⁶⁵.
- (215) Prezes Urzędu uznał, że porozumienie ograniczające konkurencję zawarte przez Solgar Polska z dystrybutorami detalicznymi Produktów Solgar Polska nie spełnia warunków wyłączenia *de minimis*, o których mowa w art. 7 ust. 1 pkt 2 u.o.k.k. oraz w pkt 8 lit. b Zawiadomienia. Porozumienie zawarte przez Solgar Polska z jej dystrybutorami było bowiem zakazane ze względu na cel porozumieniem polegającym na ustalaniu minimalnych cen odsprzedaży produktów, w związku z czym nie może być wobec niego zastosowane wyłączenie spod zakazu określonego w art. 6. ust. 1 pkt 1 u.o.k.k. ani w art. 101 ust. 1 lit. a TFUE na podstawie ww. wyłączeń *de minimis*.

9.8.2. Wyłączenia grupowe

- (216) Porozumienie zawarte przez stronę niniejszego postępowania miało charakter wertykalny, tj. zostało zawarte przez przedsiębiorców działających na różnych szczeblach obrotu. Tym samym, istotne z punktu widzenia oceny tego porozumienia pozostają wyłączenia grupowe

⁶⁵ Wytyczne Komisji z dnia 25 czerwca 2014 r. *Guidance on restrictions of competition "by object" for the purpose of defining which agreements may benefit from the De Minimis Notice*, SWD(2014) 198 final, pkt. 3.4.

spod zakazów określonych w art. 6 ust. 1 u.o.k.k. oraz w art. 101 ust. 1 TFUE stosowane względem tego typu porozumień.

- (217) W świetle aktualnie obowiązującego Rozporządzenia Rady Ministrów z dnia 30 marca 2011 r. w sprawie wyłączenia niektórych rodzajów porozumień wertykalnych spod zakazu porozumień ograniczających konkurencję (t.j. Dz.U. 2014 poz. 1012), z wyłączenia nie korzystają porozumienia wertykalne, które bezpośrednio lub pośrednio, samodzielnie lub w powiązaniu z innymi okolicznościami zależnymi od stron tych porozumień mają na celu ograniczenie prawa nabywcy do ustalania ceny sprzedaży przez narzucenie przez dostawcę minimalnych cen sprzedaży towarów objętych porozumieniem (§ 11 pkt 1 wskazanego powyżej Rozporządzenia).
- (218) Podobnie, na podstawie Rozporządzenia Komisji nr 330/2010 z dnia 20 kwietnia 2010 r. w sprawie stosowania art. 101 ust. 3 TFUE do kategorii porozumień wertykalnych i praktyk uzgodnionych⁶⁶, wyłączenie spod zakazu zawierania porozumień ograniczających konkurencję nie ma zastosowania do porozumień wertykalnych, które bezpośrednio lub pośrednio, oddzielnie lub w połączeniu z innymi czynnikami pod kontrolą stron, mają na celu: ograniczenie prawa nabywcy do ustalania ceny sprzedaży, bez uszczerbku dla możliwości narzucenia przez dostawcę maksymalnej ceny sprzedaży lub zalecania ceny sprzedaży, pod warunkiem że nie skutkują one sztywną lub minimalną ceną sprzedaży w wyniku presji lub zachęt którejkolwiek ze stron (art. 4 pkt a wskazanego powyżej rozporządzenia).
- (219) Mając na względzie fakt, że porozumienie w niniejszej sprawie dotyczyło jednego z najcięższych rodzajów porozumień wertykalnych ograniczających konkurencję, tj. ustalania minimalnych cen odsprzedaży towarów nie mogło ono skorzystać z wyłączeń spod zakazu zawierania porozumień ograniczających konkurencję, o których mowa w Rozporządzeniu Rady Ministrów z dnia 30 marca 2011 r. w sprawie wyłączenia niektórych rodzajów porozumień wertykalnych spod zakazu porozumień ograniczających konkurencję, ani w Rozporządzeniu Komisji nr 330/2010 z dnia 20 kwietnia 2010 r. w sprawie stosowania art. 101 ust. 3 TFUE do kategorii porozumień wertykalnych i praktyk uzgodnionych.

9.8.3. Spełnienie warunków, o których mowa w art. 8 ust. 1 u.o.k.k. oraz w art. 101 ust. 3 TFUE

- (220) Zgodnie z art. 8 ust 1 u.o.k.k., zakazu, o którym mowa w art. 6 ust. 1, nie stosuje się do porozumień, które jednocześnie: przyczyniają się do polepszenia produkcji, dystrybucji

⁶⁶ Rozporządzenie Komisji nr 330/2010 z dnia 20 kwietnia 2010 r. w sprawie stosowania art. 101 ust. 3 Traktatu o funkcjonowaniu Unii Europejskiej do kategorii porozumień wertykalnych i praktyk uzgodnionych; Dz. Urz. UE 2010 /L 102/1, str. 1-7.

towarów lub do postępu technicznego lub gospodarczego; zapewniają nabywcy lub użytkownikowi odpowiednią część wynikających z porozumień korzyści; nie nakładają na zainteresowanych przedsiębiorców ograniczeń, które nie są niezbędne do osiągnięcia tych celów; nie stwarzają tym przedsiębiorcom możliwości wyeliminowania konkurencji na rynku właściwym w zakresie znacznej części określonych towarów. Analogiczne przesłanki przewiduje art. 101 ust. 3 TFUE.

- (221) Aby przedsiębiorca mógł skorzystać z wyłączenia porozumienia spod zakazu musi dowieść, że - mimo ograniczenia konkurencji - porozumienie, którego jest uczestnikiem, spełnia każdą z przesłanek wskazanych w art. 8 ust. 1 u.o.k.k. Podkreślenia wymaga fakt, że zgodnie z art. 8 ust. 2 u.o.k.k. ciężar udowodnienia okoliczności, o których mowa w ust. 1 tego przepisu, spoczywa na przedsiębiorcy⁶⁷. Taka sama zasada dotyczy stosowania art. 101 ust. 3 TFUE⁶⁸. Twierdzenia przedstawiane przez stronę postępowania muszą być oparte na faktach, gdyż uprawdopodobnienie występowania okoliczności wskazanych w art. 8 ust. 1 u.o.k.k. bądź złożenie stosownych zapewnień nie jest wystarczające do zastosowania wyłączenia indywidualnego⁶⁹.
- (222) Odnosząc się do kwestii możliwości zastosowania wyłączenia indywidualnego spod zakazu zawierania porozumień ograniczających konkurencję w niniejszej sprawie, Solgar Polska przedstawiła jedynie ogólne twierdzenia oparte na nieudowodnionych założeniach. Mając na uwadze powyższe Prezes Urzędu uznał, że Solgar Polska nie wykazała, że przesłanki wskazane w art. 8 ust. 1 u.o.k.k. zostały spełnione.

10. Odpowiedzialność za naruszenie osób zarządzających

- (223) 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.⁷⁰
- (224) Ustalenia dotyczące stanu faktycznego niniejszej sprawy dotyczą Solgar Polska, jak również osób zarządzających Solgar Polska p. Grażyny Durkiewicz oraz p. Barbary Szymaniak.

⁶⁷ Por. też Obwieszczenie Komisji – *Wytoczne w sprawie porozumień wertykalnych*, Dz. Urz. UE 2010, C 130/1, pkt 55.

⁶⁸ Por. wyrok TSUE z 27 września 2006 r., sygn. T-168/01 (*GlaxoSmithKline Services Unlimited przeciwko Komisji*), pkt 235 uzasadnienia (*W konsekwencji osoba, która powołuje się na art. 81 ust. 3 WE, winna za pomocą przekonujących argumentów i dowodów wykazać, że jego przesłanki zostały spełnione*).

⁶⁹ Decyzja Prezesa UOKiK z dnia 29 grudnia 2006 r., nr DAR – 15/2006, www.uokik.gov.pl.

⁷⁰ Art. 12 w zw. z art. 1 pkt. 3 ustawy z dnia 10 czerwca 2014 r. o zmianie ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów oraz ustawy - Kodeks postępowania cywilnego (Dz.U. z 2014 r. poz. 945).

(225) Prezes Urzędu na podstawie oceny zebranego w sprawie materiału dowodowego przypisał p. Grażynie Durkiewicz oraz p. Barbarze Szymaniak odpowiedzialność za naruszenie dokonane przez Solgar Polska. Prezes Urzędu uznał, że swoim zachowaniem p. Grażyna Durkiewicz oraz p. Barbara Szymaniak umyślnie dopuściły do naruszenia przez Solgar Polska zakazów określonych w art. 6 ust. 1 pkt 1 u.o.k.k. oraz w art. 101 ust. 1 lit. a TFUE, tj. do zawarcia przez Solgar Polska z dystrybutorami detalicznymi Produktów Solgar Polska porozumienia ograniczającego konkurencję polegającego na ustalaniu minimalnych detalicznych cen odsprzedaży Produktów Solgar Polska.

10.1. Status osoby zarządzającej

(226) Zgodnie z art. 4 pkt. 3a u.o.k.k., jako osobę zarządzającą rozumie się kierującego przedsiębiorstwem, w szczególności osobę pełniącą funkcję kierowniczą lub wchodzącą w skład organu zarządzającego przedsiębiorcy. Przepis art. 4 pkt. 3a u.o.k.k. wszedł w życie 18 stycznia 2015 r.⁷¹.

10.1.1. Pani Grażyna Durkiewicz

(227) Prezes Urzędu uznał, że p. Grażyna Durkiewicz w całym okresie trwania naruszenia była osobą zarządzającą w Solgar Polska. Powyższe wynika z faktu, że p. Grażyna Durkiewicz począwszy od 2007 r. pełni funkcję Prezesa Zarządu Solgar Polska (wcześniej - od 2004 r. do 2007 r. - była Członkiem Zarządu Solgar Polska) (Dowód A). Przy czym okoliczności sprawy wskazują, że w ramach pełnionej przez siebie funkcji p. Grażyna Durkiewicz odpowiadała w szczególności za zarządzanie polityką sprzedażową Spółki ceny (Dowody B i C).

Dowody:

- A. informacja odpowiadająca odpisowi Solgar Polska z Rejestru Przedsiębiorców z dnia 27 lipca 2021 r. (k. 1444-1452);
- B. pochodząca z Solgar Polska wiadomość e-mail z dnia 09.12.2016 r. od G. Durkiewicz do [Pracownik Solgar Polska] i B. Szymaniak, temat: „Podwyżka cen” wraz z załącznikiem „Ceny 12.2016 Symulacja podwyżki xls.” (k. 585-589);
- C. pochodząca z Solgar Polska wiadomość e-mail z dnia 11.10.2017 r. od [Pracownik Solgar Polska] do B. Szymaniak i G. Durkiewicz, z kopią do [Partner], temat: „Przeliczenie marży” (k. 676).

⁷¹ Art. 12 w zw. z art. 1 pkt. 1 lit. b ustawy z dnia 10 czerwca 2014 r. o zmianie ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów oraz ustawy - Kodeks postępowania cywilnego (Dz.U. z 2014 r. poz. 945).

10.1.2. Pani Barbara Szymaniak

(228) Prezes Urzędu uznał, że p. Barbara Szymaniak w całym okresie trwania naruszenia była osobą zarządzającą w Solgar Polska. Powyższe wynika z faktu, że p. Barbara Szymaniak w całym okresie trwania naruszenia była Członkiem Zarządu Solgar Polska (p. Barbara Szymaniak jest Członkiem Zarządu Solgar Polska od 2007 r.) (Dowód A). Przy czym okoliczności sprawy wskazują, że w ramach pełnionej przez siebie funkcji p. Barbara Szymaniak odpowiadała w szczególności za zarządzanie polityką sprzedażową Spółki (Dowód B).

Dowody:

A. informacja odpowiadająca odpisowi Solgar Polska z Rejestru Przedsiębiorców z dnia 27 lipca 2021 r. (k. 1444-1452);

B. pismo Solgar Polska z dnia 07.12.2018 r. (k.23).

10.2. Dopuszczenie do naruszenia

(229) 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.

(230) Prezes Urzędu uwzględnił fakt, że naruszenia reguł konkurencji mogą mieć charakter naruszeń jednolitych i ciągłych, tj. że może się na nie składać wiele działań rozłożonych w czasie. Powyższe oznacza, że dla odtworzenia subiektywnego elementu naruszenia przejawiającego się w umyślności naruszenia (lub jej braku) po stronie osoby zarządzającej konieczne może być wzięcie pod uwagę całości zachowania składającego się na jednolite i ciągłe działanie.

(231) Prezes Urzędu miał również na względzie, że zachowania składające się na jednolite i ciągłe działanie (lub zaniechanie) mogą częściowo mieścić się w okresie, w którym dane zachowanie nie stanowiło deliktu, ale stało się nim w chwili wejścia w życie ustawy ustanawiającej odpowiednią normę prawną. Prezes Urzędu przyjął, że dla należytego odtworzenia subiektywnego elementu naruszenia dokonanego przez określoną osobę oraz przypisania odpowiedzialności danej osobie zarządzającej, może być niezbędne uwzględnienie stosunku osoby do czynu w chwili zaangażowania się przez tę osobę w określoną działalność. Prezes Urzędu uznał, że w tego rodzaju sytuacji nie można przypisać osobie odpowiedzialności za okres przypadający przed objęciem określonego działania

zakazem prawnym, tj. przed wejściem w życie ustawy z dnia 10 czerwca 2014 r. o zmianie ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów oraz ustawy – Kodeks postępowania cywilnego⁷² (lex retro non agit).⁷³ Jednocześnie jednak stosunek osoby do działania w chwili podejmowania określonej działalności, która jednocześnie jest kontynuowana po objęciu zachowania zakazem, nie pozostaje bez znaczenia dla oceny czynów tej osoby w okresie, gdy określone działanie mogło już stanowić naruszenie.

10.2.1. Pani Grażyna Durkiewicz

- (232) Prezes Urzędu przypisał p. Grażynie Durkiewicz odpowiedzialność za naruszenie dokonane przez Solgar Polska w okresie od 18 stycznia 2015 r. do 24 października 2017 r. Prezes Urzędu stwierdził, że zachowania p. Grażyny Durkiewicz bezpośrednio prowadziły do naruszenia dokonanego przez Solgar Polska.
- (233) W pierwszej kolejności należy wskazać, że zebrany w sprawie materiał dowodowy wskazuje, że p. Grażyna Durkiewicz przez cały okres trwania porozumienia polegającego na ustalaniu pomiędzy Solgar Polska a dystrybutorami detalicznymi minimalnych detalicznych cen odsprzedaży Produktów Solgar Polska miała wiedzę o jego funkcjonowaniu. W zgromadzonym w sprawie materiale dowodowym znajduje się korespondencja kierowana bezpośrednio do p. Grażyny Durkiewicz lub do jej wiadomości, z której wynika, że p. Grażyna Durkiewicz miała wiedzę o porozumieniu i jego realizacji (opisane szczegółowo w punkcie 4.6.1 – „*Rola p. Grażyny Durkiewicz*”).
- (234) Należy przy tym podkreślić, że będąc świadomą realizacji porozumienia przez Solgar Polska – w tym poprzez zachowania pracowników Solgar Polska oraz Członka Zarządu Solgar Polska (p. Barbary Szymaniak) – i dystrybutorów, p. Grażyna Durkiewicz nie podejmowała na żadnym etapie funkcjonowania porozumienia działań mających na celu zaniechanie naruszenia.
- (235) W ocenie Prezesa Urzędu przez wgląd na pozycję zajmowaną przez p. Grażynę Durkiewicz w Solgar Polska (Prezes Zarządu) miała ona możliwość przeciwdziałania naruszeniu.
- (236) Po drugie, należy wskazać, że p. Grażyna Durkiewicz poprzez swoje działanie wyznaczała politykę przedsiębiorcy dotyczącą ustalania z dystrybutorami minimalnych detalicznych cen odsprzedaży Produktów Solgar Polska oraz organizowała przedsiębiorstwo w sposób mający zapewnić przestrzeganie tej polityki. W powyższym zakresie p. Grażyna Durkiewicz:

⁷² Dz.U. z 2014 r. poz. 945.

⁷³ Art. 6 ustawy z dnia 10 czerwca 2014 r. o zmianie ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów oraz ustawy – Kodeks postępowania cywilnego (Dz. U. z 2014 r., poz. 945).

- i. podpisywała z dystrybutorami umowy dystrybucyjne zawierające wyraźne postanowienia regulujące ceny odsprzedaży;

Dowody:

- A. pochodząca z Solgar Polska Umowa Patronacka nr 399/05/2014 z dnia 15.05.2014 r., zawarta pomiędzy [Partner] a Solgar Polska, wraz z trzema załącznikami (załącznik nr 1 określający ilość produktów na ekspozycji, załącznik nr 2 określający listę produktów i minimalną ilość produktów w sprzedaży, załącznik nr 3 określający zasady dotyczące odsprzedaży internetowej i katalogowej) (k. 1042-1049);
- B. pochodząca z Solgar Polska Umowa Patronacka nr 302/12/2012 z dnia 17.12.2012 r., zawarta pomiędzy [Partner] a Solgar Polska, wraz z trzema załącznikami (załącznik nr 1 określający ilość produktów na ekspozycji, załącznik nr 2 określający listę produktów i minimalną ilość produktów w sprzedaży, załącznik nr 3 określający zasady dotyczące odsprzedaży internetowej i katalogowej) (k. 848-855);
- C. pochodząca z Solgar Polska Umowa Patronacka nr 335/08/2013 z dnia 06.08.2013 r., zawarta pomiędzy [Partner] a Solgar Polska, wraz z trzema załącznikami (załącznik nr 1 określający ilość produktów na ekspozycji, załącznik nr 2 określający listę produktów i minimalną ilość produktów w sprzedaży, załącznik nr 3 określający zasady dotyczące odsprzedaży internetowej i katalogowej) (k. 864-871);
- D. pochodząca z Solgar Polska Umowa Patronacka nr 327/06/2013 z dnia 10.06.2013 r., zawarta pomiędzy [Partner] a Solgar Polska, wraz z trzema załącznikami (załącznik nr 1 określający ilość produktów na ekspozycji, załącznik nr 2 określający listę produktów i minimalną ilość produktów w sprzedaży, załącznik nr 3 określający zasady dotyczące odsprzedaży internetowej i katalogowej) (k. 908-914);
- E. pochodząca z Solgar Polska Umowa Patronacka nr 271/05/2012 z dnia 14.05.2012 r., zawarta pomiędzy [Partner] a Solgar Polska, wraz z trzema załącznikami (załącznik nr 1 określający ilość produktów na ekspozycji, załącznik nr 2 określający listę produktów i minimalną ilość produktów w sprzedaży, załącznik nr 3 określający zasady dotyczące odsprzedaży internetowej i katalogowej) (k. 1034-1041);
- F. pochodząca z Solgar Polska Umowa Patronacka nr 54/04/2013 z dnia 25.04.2013 r., zawarta pomiędzy [Partner] a Solgar Polska, wraz z trzema załącznikami (załącznik nr 1 określający ilość produktów na ekspozycji, załącznik nr 2 określający listę produktów i minimalną ilość produktów w sprzedaży, załącznik nr 3 określający zasady dotyczące odsprzedaży internetowej i katalogowej) (k. 1110-1118);
- G. pochodząca z Solgar Polska Umowa Patronacka nr 347/09/2013, z dnia 25.09.2013 r., zawarta pomiędzy [Partner] a Solgar Polska, wraz z trzema załącznikami (załącznik nr 1 określający ilość produktów na ekspozycji, załącznik nr 2 określający listę produktów i minimalną ilość produktów

w sprzedaży, załącznik nr 3 określający zasady dotyczące odsprzedaży internetowej i katalogowej) (k. 1119-1126);

H. pochodząca z Solgar Polska Umowa Patronacka nr 278/05/2012 z dnia 24.05.2012 r., zawarta pomiędzy [Partner] a Solgar Polska, wraz z trzema załącznikami (załącznik nr 1 określający ilość produktów na ekspozycji, załącznik nr 2 określający listę produktów i minimalną ilość produktów w sprzedaży, załącznik nr 3 określający zasady dotyczące odsprzedaży internetowej i katalogowej) (k. 828-835).

ii. określała wysokość cen (również zakres „podwyżek cen”), w tym cen detalicznych;

Dowody:

A. pochodząca z Solgar Polska wiadomość e-mail z dnia 09.12.2016 r. od G. Durkiewicz do [Pracownik Solgar Polska] i B. Szymaniak, temat: „Podwyżka cen” wraz z załącznikiem „Ceny 12.2016 Symulacja podwyżki xls.” (k. 585-589);

B. pochodząca z Solgar Polska wiadomość e-mail z dnia 11.10.2017 r. od [Pracownik Solgar Polska] do B. Szymaniak i G. Durkiewicz, z kopią do [Partner], temat: „Przeliczenie marży” (k. 676).

iii. zlecała pracownikom prowadzenie monitoringu cen dystrybutorów Produktów Solgar Polska;

Dowód: pochodzące z Solgar Polska odręczne notatki G. Durkiewicz od słów: „obowiązki Ani”, do słów „Ewa. M.” (k.372).

iv. organizowała szkolenia dla dystrybutorów, podczas których były prezentowane korzyści płynące ze stosowania przez wszystkich dystrybutorów ujednoczonych cen oraz wskazywano, że stosowanie polityki rabatowej nie jest korzystne dla przedsiębiorców – z zebranego w sprawie materiału dowodowego wynika, że p. Grażyna Durkiewicz jako Prezes Zarządu akceptowała i ustalała tematykę prowadzonych przez przedstawicieli handlowych (koordynatorów) szkoleń;

Dowód: pochodząca z Solgar Polska wiadomość e-mail z dnia 18.09.2015 r. od [Pracownik Solgar Polska] do G. Durkiewicz, z kopią do [Pracownik Solgar Polska], temat: „Tematy na warsztaty jesień 2015 r”) (k.507).

- v. otrzymywała od koordynatorów raporty z wizytacji prowadzonych przez nich w placówkach dystrybutorów, podczas których koordynatorzy monitorowali ceny Produktów Solgar Polska stosowane przez dystrybutorów;

Dowody:

- A. pochodzący z Solgar Polska „Raport z wizyt w dniach 18-19.12.2014 r. z aptek w Krakowie” sporządzony przez koordynatora Solgar Polska [Pracownik Solgar Polska] wraz z e-mailami: z 22.12.2014 r. od [Pracownik Solgar Polska] do [Pracownik Solgar Polska], od [Pracownik Solgar Polska] do B., Szymaniak, od B. Szymaniak do G. Durkiewicz i [Pracownik Solgar Polska] (k. 65-70);
 - B. pochodząca z Solgar Polska wiadomość e-mail z dnia 10.03.2015 r. od [Pracownik Solgar Polska] do B. Szymaniak, [Pracownik Solgar Polska] i G. Durkiewicz, z kopią do [Pracownik Solgar Polska], temat: „Raport – [Partner] wraz z załącznikiem „Raport – [Partner]” (k. 497-503);
 - C. pochodząca z Solgar Polska wiadomość e-mail z dnia 22.08.2013 r. od [Pracownik Solgar Polska] do [Pracownik Solgar Polska] z kopią do B. Szymaniak i G. Durkiewicz, temat: „[Partner]” (k. 432);
 - D. pochodząca z Solgar Polska wiadomość e-mail z dnia 01.02.2017 r. od koordynatora Solgar Polska [Pracownik Solgar Polska] do Członków Zarządu Solgar Polska B. Szymaniak, [Pracownik Solgar Polska], G. Durkiewicz, temat: „Raport ze spotkania koordynatorów – styczeń 2017” wraz załącznikiem „Raport ze spotkania koordynatorów 24.01” (k. 86-90).
- (237) Wszystkie wskazane powyżej okoliczności zostały również szczegółowo opisane w punkcie 4.6.1 „Rola p. Grażyny Durkiewicz”.
- (238) Po trzecie wreszcie należy wskazać, że p. Grażyna Durkiewicz podejmowała również na bieżąco działania, służące realizacji porozumienia, polegającego na ustalaniu z dystrybutorami minimalnych detalicznych cen odsprzedaży Produktów Solgar Polska. W powyższym zakresie p. Grażyna Durkiewicz:
- i. przekazywała wiadomości dystrybutorów, dotyczące niestosowania przez innych dystrybutorów ustalonych minimalnych detalicznych cen odsprzedaży Produktów Solgar Polska oraz pytania odnoszące się do ustalonej polityki cenowej, osobom, które odpowiadały w Spółce za realizację ustalonej polityki cenowej, w tym w szczególności za weryfikację sygnałów dotyczących niestosowania się przez dystrybutorów do ustaleń oraz za podjęcie lub zlecenie ewentualnej interwencji;

Dowody:

- A. pochodząca z Solgar Polska wiadomość e-mail z dnia 15.04.2016 r. od [Partner] do G. Durkiewicz, temat: „ceny Solgar” i pochodząca z Solgar Polska wiadomość e-mail z dnia

18.04.2016 r. od Prezes Zarządu Solgar Polska G. Durkiewicz do Członka Zarządu Solgar Polska B. Szymaniak, temat: „Fwd: ceny Solgar” (k. 75);

B. pochodząca z Solgar Polska wiadomość e-mail z dnia 03.04.2017 r. od [Pracownik Solgar Polska] do G. Durkiewicz, temat: „Re: Ceny w internecie [Partner]” wraz z wiadomością e-mail z dnia 03.04.2017 r. od G. Durkiewicz do [Pracownik Solgar Polska] (brak tematu) wraz z przekazaną wiadomością e-mail z dnia 02.04.2017 r. od [Partner] do G. Durkiewicz, [Pracownik Solgar Polska] i [Partner], temat: „Ceny w internecie [Partner]” (k.619).

ii. ustalała wspólnie z p. Barbarą Szymaniak kierunek działań Spółki w sprawach dotyczących niestosowania się przez dystrybutorów do ustalonych minimalnych detalicznych cen odsprzedaży Produktów Solgar Polska;

Dowód:

A. pochodzące z Solgar Polska wiadomość e-mail z dnia 24.03.2011 r. od B. Szymaniak do G. Durkiewicz, temat: „Fwd: sprzedaż internetowa produktów Solgar” oraz wiadomość e-mail z dnia 24.03.2011 r. od pracownika Solgar Polska [Pracownik Solgar Polska] do B. Szymaniak, temat: „Sprzedaż internetowa produktów Solgar”) (k.50-59).

iii. podejmowała decyzje o wyciągnięciu negatywnych konsekwencji w stosunku do dystrybutorów, którzy sprzedawali Produkty Solgar Polska poniżej ustalonej minimalnej detalicznej ceny odsprzedaży.

Dowód: pochodząca z Solgar Polska wiadomość e-mail z dnia 21.03.2011 r. od pracownicy Solgar Polska [Pracownik Solgar Polska] do pracownik Solgar Polska [Pracownik Solgar Polska], [Pracownik Solgar Polska], [Pracownik Solgar Polska], B. Szymaniak, temat: „brak udziału w promocji” (k. 50).

(239) Wszystkie wskazane powyżej okoliczności zostały opisane szczegółowo w punkcie 4.6.1 – „Rola p. Grażyny Durkiewicz”

(240) Prezes Urzędu uznał, że zachowanie p. Grażyny Durkiewicz było umyślne. Zebrany w sprawie materiał dowodowy wskazuje, że p. Grażyna Durkiewicz obejmowała świadomością zachowania składające się na naruszenie (zachowania własne, swoich podwładnych, współpracowników oraz dystrybutorów Produktów Solgar Polska). Grażyna Durkiewicz, mając świadomość tych zachowań, na żadnym etapie funkcjonowania praktyki nie podjęła (zaniechała) jakichkolwiek działań zmierzających do weryfikacji, zmiany lub zaprzestania realizacji praktyki. Przeciwnie, z okoliczności sprawy wynika, że p. Grażyna Durkiewicz nie tylko nie sprzeciwiała się przedmiotowym zachowaniom, lecz przede wszystkim aktywnie

kształtowała politykę przedsiębiorcy, wymagającą od dystrybutorów respektowania minimalnych detalicznych cen odsprzedaży Produktów Solgar Polska oraz organizowała przedsiębiorstwo w sposób mający zapewnić przestrzeganie tej polityki. Wreszcie, zebrany w sprawie materiał dowodowy wskazuje, że p. Grażyna Durkiewicz również podejmowała konkretne działania służące realizacji porozumienia.

- (241) Dodatkowo, Prezes Urzędu uznał, że dowody zgromadzone w sprawie wskazują, że p. Grażyna Durkiewicz obejmowała swoją świadomością nie tylko same zachowania (w tym własne zaniechania oraz działania i innych osób), które składały się na porozumienie, ale również antykonkurencyjny charakter (cel) praktyki. Na potwierdzenie opisanych powyżej okoliczności należy wskazać fragment wywiadu z 2010 r. z p. Grażyną Durkiewicz: *„dzięki ścisłej współpracy z apteką zapobiegamy konkurencji cenowej.”*.

Dowód: wiadomość e-mail z dnia 07.05.2010 r. od B. Szymaniak do [Pracownik Firmy Reklamowo Wydawniczej], temat: „Wywiady w doc.”, wraz z załącznikiem: plikiem w formacie .doc o nazwie: „Wywiad cz. 2.doc” („Przez edukację do sukcesu” (k. 412-413).

- (242) Prezes Urzędu uznał, że p. Grażyna Durkiewicz miała świadomość bezprawności podejmowanych działań (świadomość naruszenia). Na potwierdzenie powyższego wskazują następujące fragmenty stanowiska Solgar Polska: *„Dodatkowo, od momentu zmian wzorców umów mieliśmy znacznie szerszą wiedzę na temat prawa konkurencji na skutek konsultacji z kancelariami prawnymi i w bardziej świadomy sposób nie było naszym celem, ani zamiarem naruszanie tych przepisów.”* (Dowód A); stanowiska p. Grażyny Durkiewicz: *„Dodatkowo, od momentu zmian wzorców umów miałam znacznie szerszą wiedzę na temat prawa konkurencji na skutek konsultacji z kancelariami prawnymi i w bardziej świadomy sposób nie było moim celem, ani zamiarem naruszanie tych przepisów.”* (Dowód B). W odniesieniu do powyższego należy wskazać, że w 2015 r. doszło do zmiany treści wzorca umów dystrybucyjnych Solgar Polska i usunięcia z niego postanowień dotyczących ustalania minimalnych detalicznych cen odsprzedaży. Niemniej, jak wynika z zebranego w sprawie materiału dowodowego, zmiana treści wzorca umownego nie miała wpływu na dalsze funkcjonowanie porozumienia, które pomimo usunięcia przedmiotowych postanowień, funkcjonowało w dalszym ciągu. Usunięcie z wzorca umownego postanowień regulujących kwestie wysokości cen można tym samym potraktować jako działania pozorne, które po uzyskaniu świadomości bezprawności tego rodzaju uzgodnień, zmierzały do ukrycia faktycznie funkcjonującego porozumienia polegającego na ustalaniu przez Solgar Polska z dystrybutorami minimalnych detalicznych cen odsprzedaży Produktów Solgar Polska.

Dowody:

- A. pismo Solgar Polska z dnia 10.06.2019 r., s. 15 (k. 140);

B. pismo G. Durkiewicz z dnia 10.06.2019 r. , s. 27 (k. 162).

- (243) Prezes Urzędu uznał, że p. Grażyna Durkiewicz działała mając świadomość, że swoim zachowaniem narusza reguły prawa konkurencji. Z tego względu naruszenie po zmianie treści wzorców umowy miało charakter tajny.
- (244) Mając na względzie powyższe Prezes Urzędu przypisał p. Grażynie Durkiewicz odpowiedzialność na podstawie art. 6a u.o.k.k. za działania podejmowane od 18 stycznia 2015 r. do 24 października 2017 r., w ramach funkcji pełnionej w Solgar Polska i polegające na ustalaniu minimalnych detalicznych cen odsprzedaży produktów Solgar Polska oraz za zaniechanie w postaci braku odstąpienia od ww. praktyki z dniem 18 stycznia 2015 r. Z uwagi na to, że część z uzgodnień została podjęta przed 18 stycznia 2015 r. (tj. dniem wejścia w życie ustawy ustanawiającej odpowiedzialność osób zarządzających za naruszenia reguł konkurencji), Prezes Urzędu przypisał p. Grażynie Durkiewicz także odpowiedzialność za brak odstąpienia od naruszenia dokonanego przez Solgar Polska.

10.2.2. Pani Barbara Szymaniak

- (245) Prezes Urzędu przypisał p. Barbarze Szymaniak odpowiedzialność za naruszenie dokonane przez Solgar Polska w okresie od 18 stycznia 2015 r. do 24 października 2017 r. Prezes Urzędu stwierdził, że zachowania p. Barbary Szymaniak bezpośrednio prowadziły do naruszenia dokonanego przez Solgar Polska.
- (246) W pierwszej kolejności należy wskazać, że zebrany w sprawie materiał dowodowy wskazuje, że p. Barbara Szymaniak przez cały okres stwierdzonego porozumienia miała wiedzę o funkcjonowaniu praktyki. Zebrany w sprawie materiał dowodowy wskazuje, że p. Barbara Szymaniak była świadoma, że porozumienie dotyczące ustalania minimalnych detalicznych cen odsprzedaży Produktów Solgar Polska funkcjonuje na rynku i jest wdrażane przez jej podwładnych oraz dystrybutorów Produktów Solgar Polska. Należy przy tym podkreślić, że będąc świadomą realizacji naruszenia przez podwładnych i dystrybutorów, p. Barbara Szymaniak nie podejmowała na żadnym etapie funkcjonowania porozumienia jakichkolwiek działań mających na celu zaniechanie naruszenia. W powyższym zakresie należy wskazać, że w zebranych materiałach dowodowych znajduje się korespondencja kierowana bezpośrednio do p. Barbary Szymaniak lub do jej wiadomości, z której wynika, że p. Barbara Szymaniak musiała mieć wiedzę o praktyce i podejmowanych przez Solgar Polska oraz dystrybutorów działaniach (opisane szczegółowo w punkcie 4.6.2 – „*Rola p. Barbary Szymaniak*”).

(247) Prezes Urzędu uznał, że przez wgląd na pozycję zajmowaną przez p. Barbarę Szymaniak w Solgar Polska (Członek Zarządu) miała ona możliwość przeciwdziałania naruszeniu.

(248) Następnie należy wskazać, że p. Barbara Szymaniak nie tylko miała wiedzę o praktyce, ale również ustalała politykę przedsiębiorstwa opartą na ustalaniu z dystrybutorami minimalnych detalicznych cen odsprzedaży Produktów Solgar Polska oraz organizowała przedsiębiorstwo w sposób mający zapewnić przestrzeganie tej polityki. W powyższym zakresie należy wymienić w szczególności następujące okoliczności:

- i. podpisywanie z dystrybutorami umów dystrybucyjnych zawierających wyraźne postanowienia regulujące ceny odsprzedaży;

Dowody:

- A. pochodząca z Solgar Polska Umowa Patronacka nr 326/06/2013 z dnia 03.06.2013 r., zawarta pomiędzy [Partner] a Solgar Polska, wraz z trzema załącznikami (załącznik nr 1 określający ilość produktów na ekspozycji, załącznik nr 2 określający listę produktów i minimalną ilość produktów w sprzedaży, załącznik nr 3 określający zasady dotyczące odsprzedaży internetowej i katalogowej) (k.856-863);
- B. pochodząca z Solgar Polska Umowa Patronacka nr 373/01/2014 z dnia 22.01.2014 r., zawarta pomiędzy [Partner] a Solgar Polska, wraz z trzema załącznikami (załącznik nr 1 określający ilość produktów na ekspozycji, załącznik nr 2 określający listę produktów i minimalną ilość produktów w sprzedaży, załącznik nr 3 określający zasady dotyczące odsprzedaży internetowej i katalogowej) (k.876-883);
- C. pochodząca z Solgar Polska Umowa Patronacka nr 285/07/2012 z dnia 17.07.2012 r., zawarta pomiędzy [Partner] a Solgar Polska, wraz z trzema załącznikami (załącznik nr 1 określający ilość produktów na ekspozycji, załącznik nr 2 określający listę produktów i minimalną ilość produktów w sprzedaży, załącznik nr 3 określający zasady dotyczące odsprzedaży internetowej i katalogowej) (k.896-903);
- D. pochodząca z Solgar Polska Umowa Patronacka nr 332/07/2013 z dnia 15.07.2013 r., zawarta pomiędzy [Partner] a Solgar Polska, wraz z trzema załącznikami (załącznik nr 1 określający ilość produktów na ekspozycji, załącznik nr 2 określający listę produktów i minimalną ilość produktów w sprzedaży, załącznik nr 3 określający zasady dotyczące odsprzedaży internetowej i katalogowej) (k.923-930);
- E. pochodząca z Solgar Polska Umowa Patronacka nr 431/10/2014 z dnia 01.10.2014 r., zawarta pomiędzy [Partner] a Solgar Polska, wraz z trzema załącznikami (załącznik nr 1 określający ilość produktów na ekspozycji, załącznik nr 2 określający listę produktów i minimalną ilość produktów w sprzedaży, załącznik nr 3 określający zasady dotyczące odsprzedaży internetowej i katalogowej) (k.975-982);

- F. pochodząca z Solgar Polska Umowa Patronacka nr 433/10/2014 z dnia 06.10.2014 r., zawarta pomiędzy [Partner] a Solgar Polska, wraz z trzema załącznikami (załącznik nr 1 określający ilość produktów na ekspozycji, załącznik nr 2 określający listę produktów i minimalną ilość produktów w sprzedaży, załącznik nr 3 określający zasady dotyczące odsprzedaży internetowej i katalogowej) (k.983-990);
- G. pochodząca z Solgar Polska Umowa Patronacka nr 443/10/2014 z dnia 27.10.2014 r., zawarta pomiędzy [Partner] a Solgar Polska, wraz z trzema załącznikami (załącznik nr 1 określający ilość produktów na ekspozycji, załącznik nr 2 określający listę produktów i minimalną ilość produktów w sprzedaży, załącznik nr 3 określający zasady dotyczące odsprzedaży internetowej i katalogowej) (k.991-999) ;
- H. pochodząca z Solgar Polska Umowa Patronacka nr 466/01/2015 z dnia 08.01.2015 r., zawarta pomiędzy [Partner] a Solgar Polska, wraz z trzema załącznikami (załącznik nr 1 określający ilość produktów na ekspozycji, załącznik nr 2 określający listę produktów i minimalną ilość produktów w sprzedaży, załącznik nr 3 określający zasady dotyczące odsprzedaży internetowej i katalogowej) (k.1008-1017);
- I. pochodząca z Solgar Polska Umowa Patronacka nr 337/08/2013 z dnia 19.08.2013 r., zawarta pomiędzy [Partner] a Solgar Polska, wraz z dwoma załącznikami (załącznik nr 1 określający ilość produktów na ekspozycji, załącznik nr 3 określający zasady dotyczące odsprzedaży internetowej i katalogowej) (k. 1058-1064);
- J. pochodząca z Solgar Polska Umowa Patronacka nr 194/01/2011 z dnia 18.01.2011 r., zawarta pomiędzy [Partner] a Solgar Polska, wraz z trzema załącznikami (załącznik nr 1 określający ilość produktów na ekspozycji, załącznik nr 2 określający listę produktów i minimalną ilość produktów w sprzedaży, załącznik nr 3 określający zasady dotyczące odsprzedaży internetowej i katalogowej) (k. 1073-1081);
- K. pochodząca z Solgar Polska Umowa Patronacka nr 211/05/2011 z dnia 30.05.2011 r., zawarta pomiędzy [Partner] a Solgar Polska, wraz z trzema załącznikami (załącznik nr 1 określający ilość produktów na ekspozycji, załącznik nr 2 określający listę produktów i minimalną ilość produktów w sprzedaży, załącznik nr 3 określający zasady dotyczące odsprzedaży internetowej i katalogowej) (k. 1102-1109);
- L. pochodząca z Solgar Umowa Patronacka nr 363/11/2013, z dnia 25.11.2013 r., zawarta pomiędzy [Partner] a Solgar Polska, wraz z trzema załącznikami (załącznik nr 1 określający ilość produktów na ekspozycji, załącznik nr 2 określający listę produktów i minimalną ilość produktów w sprzedaży, załącznik nr 3 określający zasady dotyczące odsprzedaży internetowej i katalogowej) (k.1127-1134);
- M. pochodząca z Solgar Polska Umowa Patronacka nr 475/02/2015, z dnia 02.02.2015 r., zawarta pomiędzy [Partner] a Solgar Polska, wraz z trzema załącznikami (załącznik nr 1 określający ilość produktów na ekspozycji, załącznik nr 2 określający listę produktów i minimalną ilość produktów

w sprzedaży, załącznik nr 3 określający zasady dotyczące odsprzedaży internetowej i katalogowej) (k. 1018-1025.).

- ii. opracowywanie treści cenników i biuletynów zawierających ceny „dla pacjenta” przekazywanych następnie dystrybutorom Solgar Polska;

Dowód: pismo Solgar Polska z dnia 07.12.2018 r. (k.23).

- iii. zlecenie pracownikom prowadzenia monitoringu cen dystrybutorów;

Dowody:

- A. pochodząca z Solgar Polska wiadomość e-mail z dnia 22.03.2016 r. od B. Szymaniak do [Pracownik Solgar Polska] i in., temat „Obowiązki ogólnie” wraz załącznikiem „Obowiązki ogólnie.docx” (k. 544-548);
 - B. pochodząca z Solgar Polska wiadomość e-mail z dnia 11.10.2017 r. (godz. 09:14) od [Pracownik Solgar Polska] do B. Szymaniak, temat: „Obowiązki Dominiki” (k. 675);
 - C. pochodząca z Solgar Polska wiadomość e-mail z dnia 23.08.2013 r. od B. Szymaniak do [Pracownik Solgar Polska], [Pracownik Solgar Polska], [Pracownik Solgar Polska], [Pracownik Solgar Polska], [Pracownik Solgar Polska], temat „Informacja -prośba” (k. 61).
- vi. odbieranie od koordynatorów raportów z wizytacji prowadzonych przez nich w placówkach dystrybutorów, podczas których koordynatorzy monitorowali ceny Produktów Solgar Polska stosowane przez dystrybutorów.

Dowody:

- A. pochodzący z Solgar Polska „Raport z wizyt w dniach 18-19.12.2014 r. z aptek w Krakowie” sporządzony przez koordynatora Solgar Polska [Pracownik Solgar Polska] wraz z e-mailami: z 22.12.2014 r. od [Pracownik Solgar Polska] do [Pracownik Solgar Polska], od [Pracownik Solgar Polska] do B., Szymaniak, od B. Szymaniak do G. Durkiewicz i [Pracownik Solgar Polska] (k. 65-70);
- B. pochodząca z Solgar Polska wiadomość e-mail z dnia 10.03.2015 r. od [Pracownik Solgar Polska] do B. Szymaniak, [Pracownik Solgar Polska] i G. Durkiewicz, z kopią do [Pracownik Solgar Polska], temat: „Raport – [Partner] wraz z załącznikiem „Raport – [Partner]” (k. 497-503);
- C. pochodząca z Solgar Polska wiadomość e-mail z dnia 01.10.2012 r. od [Pracownik Solgar Polska] do B. Szymaniak, temat: „Raporty” wraz z załącznikiem: [Pracownik Solgar Polska]_Raport_2012.09.xls” (k. 429-430);

D. pochodząca z Solgar Polska wiadomość e-mail z dnia 22.08.2013 r. od [Pracownik Solgar Polska] do [Pracownik Solgar Polska] z kopią do B. Szymaniak i G. Durkiewicz, temat: „[Partner]” (k. 432);

E. pochodząca z Solgar Polska wiadomość e-mail z dnia 01.02.2017 r. od koordynatora Solgar Polska [Pracownik Solgar Polska] do Członków Zarządu Solgar Polska B. Szymaniak, [Pracownik Solgar Polska], G. Durkiewicz, temat: „Raport ze spotkania koordynatorów – styczeń 2017” wraz załącznikiem „Raport ze spotkania koordynatorów 24.01” (k. 86-90).

(249) Wszystkie wskazane powyżej okoliczności zostały opisane szczegółowo w punkcie 4.6.2 – „Rola p. Barbary Szymaniak”.

(250) Barbara Szymaniak przez cały okres trwania ustaleń, dotyczących minimalnych detalicznych cen odsprzedaży Produktów Solgar Polska, kierowała realizacją ustalonej polityki cenowej. Dotyczy to zwłaszcza pierwszych lat funkcjonowania ustaleń (do 2016 r.), kiedy p. Barbara Szymaniak osobiście koordynowała działania pozostałych pracowników Solgar Polska, w tym pracowników Działu Telemarketingu. Następnie, od 2016 r., gdy funkcje koordynacyjne zostały powierzone Koordynator Działu Telemarketingu, p. Barbara Szymaniak nadzorowała realizację ustalonej polityki cenowej. W powyższym zakresie należy wymienić następujące okoliczności:

- i. przekazywanie wiadomości dystrybutorów dotyczących niestosowania przez innych dystrybutorów ustalonych minimalnych detalicznych cen odsprzedaży Produktów Solgar Polska oraz pytań dotyczących ustalonej polityki cenowej osobom, które odpowiadały w Spółce za realizację ustalonej polityki cenowej, w tym w szczególności za weryfikację sygnałów dotyczących niestosowania przez dystrybutorów ustaleń oraz za podjęcie lub zlecenie ewentualnej interwencji;

Dowód: wiadomość e-mail z dnia 29.11.2016 r. od [Partner] do B. Szymaniak, temat: „Ceny” wraz z e-mailem z dnia 30.11.2016 r. od B. Szymaniak do [Pracownik Solgar Polska] (k. 79).

- ii. zlecenie koordynatorom Solgar Polska podjęcia interwencji w celu skłonienia dystrybutorów do stosowania ustalonych minimalnych detalicznych cen odsprzedaży Produktów Solgar Polska;

Dowód: pochodząca z Solgar Polska wiadomość e-mail z dnia 30.08.2011 r. od [Pracownik Solgar Polska] do B. Szymaniak wraz z przekazaną wiadomością e-mail z dnia 30.08.2011 r. od B. Szymaniak do [Pracownik Solgar Polska], temat „Apteki w Internecie” (k. 423).

- iii. podejmowanie decyzji o wyciągnięciu negatywnych konsekwencji w stosunku do dystrybutorów, którzy sprzedawali Produkty Solgar Polska poniżej ustalonych minimalnych detalicznych cen odsprzedaży, w szczególności podejmowanie decyzji o wypowiedzeniu umów takim dystrybutorom;

Dowody:

- A. pochodząca z Solgar Polska wiadomość e-mail z dnia 11.07.2013 r. od koordynatora Solgar Polska [Pracownik Solgar Polska] do Członka Zarządu Solgar Polska B. Szymaniak, temat: „prośba o wypowiedzenie umowy” (k. 60);
- B. pochodząca z Solgar Polska wiadomość e-mail z dnia 01.10.2015 r. od [Pracownik Solgar Polska] do [Pracownik Solgar Polska], z kopią do B. Szymaniak, temat: „Wypowiedzenia umowy [Partner]” (k. 509).

- iv. odpowiadanie na zapytania dystrybutorów dotyczące prowadzonej przez tych dystrybutorów polityki cenowej w przypadku oferowania klientom różnego rodzaju promocji i podkreślanie, że przeprowadzenie takiej promocji przez dystrybutora jest możliwe tylko pod warunkiem respektowania ustalonych minimalnych detalicznych cen odsprzedaży Produktów Solgar Polska;

Dowód: pochodząca z Solgar Polska wiadomość e-mail z dnia 18.09.2012 r. od B. Szymaniak do [Partner], temat: „Re: pomoc w przygotowaniu propozycji dla klientów” wraz z przekazaną wiadomością e-mail z dnia 13.09.2012 r. od [Partner] do B. Szymaniak (k. 427).

- v. odbieranie od koordynatorów informacji o przeprowadzonych przez koordynatorów „zakupach kontrolowanych”, w celu identyfikacji dystrybutorów niestosujących ustalonych minimalnych detalicznych cen odsprzedaży Produktów Solgar Polska;

Dowód: pochodząca z Solgar Polska wiadomość e-mail z dnia 23.11.2016 r. od pracownika Solgar [Pracownik Solgar Polska] do [Pracownik Solgar Polska], temat: „Zakup kontrolowany – [Pracownik Solgar Polska] [Partner]” (k.78).

- vi. nadzorowanie realizacji ustalonej polityki cenowej przez pracowników Solgar Polska, związanej z dokonaną w 2017 r. podwyżką cen, w ramach której pracownicy Solgar Polska zwracali się do dystrybutorów o dostosowanie detalicznych cen Produktów Solgar Polska do ogłoszonej podwyżki;

Dowód: wiadomość e-mail z dnia 26.01.2017 r. od [Pracownik Solgar Polska] do [Partner], temat: „RE: Solgar – nowy cennik” wraz z wiadomością e-mail z dnia 25.01.2017 r. od [Partner] do [Pracownik Solgar Polska] (brak tematu) oraz wiadomością e-mail z dnia

25.01.2017 r. od [Pracownik Solgar Polska] do „ukryci-adresaci”, temat: „Solgar – nowy cennik” (k. 598).

- vii. kierowanie przez pracowników Solgar Polska bezpośrednio do p. Barbary Szymaniak lub do jej wiadomości, związanych z ustaloną polityką cenową, w ramach której pracownicy Solgar Polska przekazywali sygnały dotyczące przypadków niestosowania przez dystrybutorów ustalonych minimalnych detalicznych cen odsprzedaży Produktów Solgar Polska, pozyskane w ramach prowadzonego przez pracowników monitoringu cen lub otrzymane przez pracowników od dystrybutorów;

Dowody:

- A. pochodząca z Solgar Polska wiadomość e-mail z dnia 27.12.2011 r. od [Pracownik Solgar Polska] do B. Szymaniak, temat: „Fw: współpraca” [pisownia oryginalna] wraz z przekazaną wiadomością e-mail z dnia 27.12.2011 r. od [Pracownik Solgar Polska] do [Pracownik Solgar Polska] (k. 421);
- B. pochodząca z Solgar Polska wiadomość e-mail z dnia 24.02.2012 r. od [Pracownik Solgar Polska] do B. Szymaniak, temat: „Fw: Pytanie” wraz z przekazaną korespondencją e-mail: z dnia 24.02.2012 r. i 23.02.2012 r., prowadzoną pomiędzy [Partner] i [Pracownik Solgar Polska] (k. 424);
- C. pochodząca z Solgar Polska wiadomość e-mail z dnia 21.08.2012 r. od [Pracownik Solgar Polska] do B. Szymaniak, temat: „Fwd: Fwd: Upusty na suplementy” wraz z przekazanymi wiadomościami e-mail z dnia 10.08.2012 od [Partner] do [Pracownik Solgar Polska] i [Pracownik Solgar Polska], temat: „Fwd: Upusty na suplementy” oraz od [Partner] do [Partner], temat: „Upusty na suplementy” (k. 425);
- D. pochodząca z Solgar Polska wiadomość e-mail z dnia 23.05.2013 r. od [Pracownik Solgar Polska] do B. Szymaniak, temat: „Fwd: FW: Solgar Ceny” wraz z przekazanymi wiadomością e-mail z dnia 23.05.2013 r. od [Partner] do [Pracownik Solgar Polska] oraz [Pracownik Solgar Polska] z kopią do [Partner] oraz wiadomością e-mail z dnia 23.05.2013 r. od [Partner] do [Pracownik Solgar Polska] z kopią do [Partner] wraz z załącznikiem: „Paragon Solgar.jpeg” – skanem paragonu fiskalnego (k. 431);
- E. pochodząca z Solgar Polska wiadomość e-mail z dnia 15.04.2016 r. od [Partner] do G. Durkiewicz, temat: „ceny Solgar” i pochodząca z Solgar Polska wiadomość e-mail z dnia 18.04.2016 r. od Prezes Zarządu Solgar Polska G. Durkiewicz do Członka Zarządu Solgar Polska B. Szymaniak, temat: „Fwd: ceny Solgar” (k. 75);
- F. pochodząca z Solgar Polska wiadomość e-mail z dnia 01.10.2012 r. od [Pracownik Solgar Polska] do B. Szymaniak, temat: „Raporty” wraz z załącznikiem: „[Pracownik Solgar Polska]_Raport_2012.09.xls” (k. 429-430);

- G. pochodząca z Solgar Polska wiadomość e-mail z dnia 18.03.2011 r. od [Pracownik Solgar Polska] do [Pracownik Solgar Polska] i B. Szymaniak, temat: „Obniżone mocno ceny.” (k. 420);
- H. pochodząca z Solgar Polska wiadomość e-mail z dnia 24.03.2011 r. od B. Szymaniak do G. Durkiewicz, temat: „Fwd: sprzedaż internetowa produktów Solgar” oraz wiadomość e-mail z dnia 24.03.2011 r. od pracownika Solgar Polska [Pracownik Solgar Polska] do B. Szymaniak, temat: „Sprzedaż internetowa produktów Solgar” (k.52-59);
- I. pochodząca z Solgar Polska wiadomość e-mail z dnia 27.03.2014 r. od [Pracownik Solgar Polska] do B. Szymaniak, z kopią do [Pracownik Solgar Polska], temat: „Zaniżone ceny w [Partner]” (k. 64);
- J. pochodząca z Solgar Polska wiadomość e-mail z dnia 20.01.2014 r. od [Pracownik Solgar Polska] do B. Szymaniak, temat: „Fwd:Re: Zaniżone ceny”, wraz z przekazaną korespondencją e-mail pomiędzy [Pracownik Solgar Polska] a [Pracownik Solgar Polska] z dnia 15.01.2014 r., temat: „Re: Zaniżone ceny” (k. 437-438);
- K. pochodząca z Solgar Polska wiadomość e-mail z dnia 05.09.2013 r. od [Pracownik Solgar Polska] do [Pracownik Solgar Polska] z kopią do B. Szymaniak, temat: „[Partner]” (k. 433);
- L. pochodząca z Solgar Polska wiadomość e-mail z dnia 18.09.2013 r. od [Pracownik Solgar Polska] do [Pracownik Solgar Polska], temat: „ODP: Zaniżanie cen w [Partner] wraz z przekazaną wiadomością e-mail (brak daty) od [Pracownik Solgar Polska] do [Pracownik Solgar Polska] z kopią do B. Szymaniak, temat: „Zaniżanie cen w [Partner]” (k. 435);
- M. pochodząca z Solgar Polska wiadomość e-mail z dnia 22.08.2013 r. od [Pracownik Solgar Polska] do [Pracownik Solgar Polska] z kopią do B. Szymaniak i G. Durkiewicz, temat: „[Partner]” (k. 432).
- N. pochodząca z Solgar Polska wiadomość e-mail z dnia 22.01.2015 r. od [Pracownik Solgar Polska] do B. Szymaniak, z kopią do [Pracownik Solgar Polska], temat: „Fwd: Zaniżone ceny w aptece internetowej [Partner]” (k. 493) i pochodząca z Solgar Polska wiadomość e-mail z dnia 22.01.2015 r. od [Pracownik Solgar Polska] do B. Szymaniak, temat: „Zaniżone ceny w aptece internetowej [Partner]”, wraz z przekazaną wiadomością e-mail z dnia 22.01.2015 r. od [Pracownik Solgar Polska] do B. Szymaniak, z kopią do [Pracownik Solgar Polska], temat: „Zaniżone ceny w aptece internetowej [Partner]” (k. 492 i 493);
- O. pochodząca z Solgar Polska wiadomość e-mail z dnia 27.03.2014 r. od [Pracownik Solgar Polska] do B. Szymaniak, z kopią do [Pracownik Solgar Polska], temat: „Zaniżone ceny w [Partner]” (k. 64);
- P. wiadomość e-mail z dnia 27.03.2014 r. od [Pracownik Solgar Polska] do B. Szymaniak, z kopią do [Pracownik Solgar Polska], temat: „Zaniżone ceny w [Partner]” (k. 450);
- Q. pochodząca z Solgar Polska wiadomość e-mail z dnia 24.03.2014 r. od [Pracownik Solgar Polska] do B. Szymaniak, z kopią do [Pracownik Solgar Polska], temat: „Zaniżone ceny w [Partner]” (k. 446);

- R. pochodząca z Solgar Polska wiadomość e-mail z dnia 27.03.2014 r. od pracownicy Solgar Polska [Pracownik Solgar Polska] do pracownic Solgar Polska [Pracownik Solgar Polska] i B. Szymaniak, temat: „Zaniżone ceny w [Partner]” (k. 64);
- S. pochodząca z Solgar Polska wiadomość e-mail z dnia 25.04.2014 r. od [Pracownik Solgar Polska] do B. Szymaniak, z kopią do [Pracownik Solgar Polska], temat: „Zaniżone ceny w [Partner]” (k. 452);
- T. pochodząca z Solgar Polska wiadomość e-mail z dnia 29.04.2014 r. (godz. 12:09) od [Pracownik Solgar Polska] do B. Szymaniak, z kopią do [Pracownik Solgar Polska] i [Pracownik Solgar Polska], temat: „Zaniżone ceny w [Partner]”; [treść wiadomości e-mail dotyczy [Partner] – wyj. Prezesa Urzędu] (k. 453);
- U. pochodząca z Solgar Polska wiadomość e-mail z dnia 29.04.2014 r. (godz. 12:11) od [Pracownik Solgar Polska] do B. Szymaniak, z kopią do [Pracownik Solgar Polska] i [Pracownik Solgar Polska], temat: „Zaniżone ceny w [Partner]” (k. 454);
- V. pochodząca z Solgar Polska wiadomość e-mail z dnia 29.04.2014 r. (godz. 12:57) od [Pracownik Solgar Polska] do B. Szymaniak, z kopią do [Pracownik Solgar Polska] i [Pracownik Solgar Polska], temat: „Zaniżone ceny w [Partner]” (k. 455);
- W. pochodząca z Solgar Polska wiadomość e-mail z dnia 05.05.2014 r. od [Pracownik Solgar Polska] do B. Szymaniak, z kopią do [Pracownik Solgar Polska] i [Pracownik Solgar Polska], temat: „Zaniżone ceny w [Partner] (kolejne zgłoszenie)” (k. 456);
- X. pochodząca z Solgar Polska wiadomość e-mail z dnia 14.05.2014 r. od [Pracownik Solgar Polska] do B. Szymaniak, z kopią do [Pracownik Solgar Polska] i [Pracownik Solgar Polska], temat: „Zaniżone ceny w [Partner]” (k. 457);
- Y. pochodząca z Solgar Polska wiadomość e-mail z dnia 19.05.2014 r. (godz. 12:02) od [Pracownik Solgar Polska] do B. Szymaniak i [Pracownik Solgar Polska], z kopią do [Pracownik Solgar Polska], temat: „Zaniżone ceny w [Partner]” (k. 458);
- Z. pochodząca z Solgar Polska wiadomość e-mail z dnia 19.05.2014 r. (godz. 12:04) od [Pracownik Solgar Polska] do B. Szymaniak i [Pracownik Solgar Polska], z kopią do [Pracownik Solgar Polska], temat: „Zaniżone ceny w [Partner]” (k. 459);
- AA. pochodząca z Solgar Polska wiadomość e-mail z dnia 02.06.2014 r. od [Pracownik Solgar Polska] do B. Szymaniak i [Pracownik Solgar Polska], z kopią do [Pracownik Solgar Polska], temat: „Zaniżone ceny w [Partner]” (k. 460);
- BB. pochodząca z Solgar Polska wiadomość e-mail z dnia 04.06.2014 r. od [Pracownik Solgar Polska] do B. Szymaniak i [Pracownik Solgar Polska], z kopią do [Pracownik Solgar Polska], temat: „Zaniżone ceny w [Partner]” (k. 461);
- CC. pochodząca z Solgar Polska wiadomość e-mail z dnia 10.06.2014 r. (godz. 10:30) od [Pracownik Solgar Polska] do B. Szymaniak i [Pracownik Solgar Polska], z kopią do [Pracownik Solgar Polska], temat: „Zaniżone ceny w [Partner]” (k. 462);

- DD. pochodząca z Solgar Polska wiadomość e-mail z dnia 10.06.2014 r. (godz.10:32) od [Pracownik Solgar Polska] do [Pracownik Solgar Polska], temat: „RE: Zaniżone ceny w [Partner]” (k. 463);
- EE. pochodząca z Solgar Polska wiadomość e-mail z dnia 10.06.2014 r. od [Pracownik Solgar Polska] do B. Szymaniak i [Pracownik Solgar Polska], z kopią do [Pracownik Solgar Polska], temat: „Zaniżone ceny w [Partner]” (k. 464);
- FF. pochodząca z Solgar Polska wiadomość e-mail z dnia 13.06.2014 r. od [Pracownik Solgar Polska] do B. Szymaniak i [Pracownik Solgar Polska], z kopią do [Pracownik Solgar Polska], temat: „Zaniżone ceny w [Partner]” (k. 465);
- GG. pochodząca z Solgar Polska wiadomość e-mail z dnia 17.06.2014 r. od [Pracownik Solgar Polska] do B. Szymaniak i [Pracownik Solgar Polska], z kopią do [Pracownik Solgar Polska], temat: „Zaniżone ceny w [Partner]” (k. 466);
- HH. pochodząca z Solgar Polska wiadomość e-mail z dnia 18.06.2014 r. od [Pracownik Solgar Polska] do B. Szymaniak i [Pracownik Solgar Polska], z kopią do [Pracownik Solgar Polska], temat: „Zaniżone ceny w [Partner]” (k. 467);
- II. pochodząca z Solgar Polska wiadomość e-mail z dnia 30.06.2014 r. od [Pracownik Solgar Polska] do B. Szymaniak i [Pracownik Solgar Polska], z kopią do [Pracownik Solgar Polska], temat: „Zaniżone ceny w [Partner]” (k. 468);
- JJ. pochodząca z Solgar Polska wiadomość e-mail z dnia 08.07.2014 r. od [Pracownik Solgar Polska] do B. Szymaniak i [Pracownik Solgar Polska], z kopią do [Pracownik Solgar Polska], temat: „Zaniżone ceny w [Partner]” (k. 469);
- KK. pochodząca z Solgar Polska wiadomość e-mail z dnia 14.07.2014 r. od [Pracownik Solgar Polska] do B. Szymaniak i [Pracownik Solgar Polska], z kopią do [Pracownik Solgar Polska], temat: „Zaniżone ceny w [Partner]” (k. 470);
- LL. pochodząca z Solgar Polska wiadomość e-mail z dnia 15.07.2014 r. od [Pracownik Solgar Polska] do B. Szymaniak i [Pracownik Solgar Polska], z kopią do [Pracownik Solgar Polska], temat: „Zaniżone ceny w [Partner]” (k. 471);
- MM. pochodząca z Solgar Polska wiadomość e-mail z dnia 25.07.2014 r. od [Pracownik Solgar Polska] do B. Szymaniak i [Pracownik Solgar Polska], z kopią do [Pracownik Solgar Polska], temat: „Zaniżone ceny w [Partner]” (k. 472);
- NN. pochodząca z Solgar Polska wiadomość e-mail z dnia 19.08.2014 r. (godz. 10:58) od [Pracownik Solgar Polska] do [Pracownik Solgar Polska] i B. Szymaniak, z kopią do [Pracownik Solgar Polska], temat: „Zaniżone ceny w [Partner]” (k. 473);
- OO. pochodząca z Solgar Polska wiadomość e-mail z dnia 19.08.2014 r. (godz. 11:23) od [Pracownik Solgar Polska] do [Pracownik Solgar Polska] i B. Szymaniak, z kopią do [Pracownik Solgar Polska], temat: „Zaniżone ceny w [Partner]” - kolejna paczka” (k. 474);

- PP. pochodząca z Solgar Polska wiadomość e-mail z dnia 19.08.2014 r. od [Pracownik Solgar Polska] do B. Szymaniak i [Pracownik Solgar Polska], z kopią do [Pracownik Solgar Polska], temat: „Zaniżone ceny w [Partner]” (k. 475);
- QQ. pochodząca z Solgar Polska wiadomość e-mail z dnia 19.08.2014 r. od [Pracownik Solgar Polska] do B. Szymaniak i [Pracownik Solgar Polska], z kopią do [Pracownik Solgar Polska], temat: „Zaniżone ceny w Partner]” (k. 476);
- RR. pochodząca z Solgar Polska wiadomość e-mail z dnia 28.08.2014 r. od [Pracownik Solgar Polska] do B. Szymaniaki [Pracownik Solgar Polska], z kopią do [Pracownik Solgar Polska], temat: „Zaniżone ceny w [Partner]” (k. 478);
- SS. pochodząca z Solgar Polska wiadomość e-mail z dnia 08.09.2014 r. od [Pracownik Solgar Polska] do B. Szymaniak i [Pracownik Solgar Polska], z kopią do [Pracownik Solgar Polska], temat: „Zaniżone ceny w [Partner]” (k. 479);
- TT. pochodząca z Solgar Polska wiadomość e-mail z dnia 10.09.2014 r. od [Pracownik Solgar Polska] do B. Szymaniak i [Pracownik Solgar Polska], z kopią do [Pracownik Solgar Polska], temat: „Zaniżone ceny w [Partner] (kolejne zgłoszenie)” (k. 480);
- UU. pochodząca z Solgar Polska wiadomość e-mail z dnia 04.11.2014 r. od [Pracownik Solgar Polska] do B. Szymaniak i [Pracownik Solgar Polska], z kopią do [Pracownik Solgar Polska], temat: „Zaniżone ceny w [Partner]” (k. 481);
- VV. pochodząca z Solgar Polska wiadomość e-mail z dnia 27.11.2014 r. od [Pracownik Solgar Polska] do B. Szymaniak i [Pracownik Solgar Polska], z kopią do [Pracownik Solgar Polska], temat: „Zaniżone ceny w [Partner] - ponownie” (k. 483);
- WW. pochodząca z Solgar Polska wiadomość e-mail z dnia 28.11.2014 r. od [Pracownik Solgar Polska] do B. Szymaniak i [Pracownik Solgar Polska], z kopią do [Pracownik Solgar Polska], temat: „Zaniżone ceny w [Partner]” (k. 484);
- XX. pochodząca z Solgar Polska wiadomość e-mail z dnia 17.12.2014 r. od [Pracownik Solgar Polska] do B. Szymaniak i [Pracownik Solgar Polska], z kopią do [Pracownik Solgar Polska], temat: „Zaniżone ceny w [Partner] – kolejne zgłoszenie!!!” (k. 485);
- YY. pochodząca z Solgar Polska wiadomość e-mail z dnia 07.01.2015 r. od [Pracownik Solgar Polska] do [Pracownik Solgar Polska] i B. Szymaniak, temat: „Zaniżone ceny w [Partner]– kolejne zgłoszenie!” (k. 490);
- ZZ. pochodząca z Solgar Polska wiadomość e-mail z dnia 07.01.2015 r. od [Pracownik Solgar Polska] do [Pracownik Solgar Polska] i B. Szymaniak, temat: „Zaniżone ceny w [Partner] – kolejne zgłoszenie” (k. 491);
- AAA. pochodząca z Solgar Polska wiadomość e-mail z dnia 31.03.2015 r. od [Pracownik Solgar Polska] do B. Szymaniak, [Pracownik Solgar Polska] i [Pracownik Solgar Polska], temat: „Zaniżone ceny w [Partner] –kolejna paczka” (k. 504).

- viii. informowanie p. Barbary Szymaniak przez pracowników Solgar Polska o zlecanych lub już podjętych przez koordynatorów interwencji, zmierzających do skłonienia dystrybutorów do stosowania ustalonych minimalnych detalicznych cen odsprzedaży Produktów Solgar Polska.

Dowody:

- A. „Raport z wizyt w dniach 18-19.12.2014 r. z aptek w Krakowie” sporządzony przez koordynatora Solgar Polska [Pracownik Solgar Polska] wraz z e-mailami: z 22.12.2014 r. od [Pracownik Solgar Polska] do [Pracownik Solgar Polska], od [Pracownik Solgar Polska] do B., Szymaniak, od B. Szymaniak do G. Durkiewicz i [Pracownik Solgar Polska] (k. 65-70);
- B. wiadomość e-mail z dnia 20.01.2014 r. od [Pracownik Solgar Polska] do B. Szymaniak, temat: „Fwd:Re: Zaniżone ceny”, wraz z przekazaną korespondencją e-mail pomiędzy [Pracownik Solgar Polska] a [Pracownik Solgar Polska] z dnia 15.01.2014 r., temat: „Re: Zaniżone ceny” (k. 437-438);
- C. wiadomość e-mail z dnia 05.09.2013 r. od [Pracownik Solgar Polska] do [Pracownik Solgar Polska] z kopią do B. Szymaniak, temat: „[Partner]” (k. 433);
- D. wiadomość e-mail z dnia 18.09.2013 r. od [Pracownik Solgar Polska] do [Pracownik Solgar Polska], temat: „ODP: Zaniżanie cen w [Partner] wraz z przekazaną wiadomością e-mail (brak daty) od [Pracownik Solgar Polska] do [Pracownik Solgar Polska] z kopią do B. Szymaniak, temat: „Zaniżanie cen w [Partner] (k. 435);
- E. wiadomość e-mail z dnia 07.01.2014 r. od [Pracownik Solgar Polska] do [Pracownik Solgar Polska] i B. Szymaniak, temat: „Ceny – [Partner] (k. 436);
- F. wiadomość e-mail z dnia 20.01.2014 r. od [Pracownik Solgar Polska] do [Pracownik Solgar Polska] z kopią do B. Szymaniak, temat: „Ceny w aptece” (k. 440);
- G. wiadomość e-mail z dnia 11.03.2014 r. od [Pracownik Solgar Polska] do [Pracownik Solgar Polska] i B. Szymaniak, temat: „Zaniżone ceny” (k. 445).
- (251) Wszystkie wskazane powyżej okoliczności zostały również opisane szczegółowo w punkcie 4.6.2 – „Rola p. Barbary Szymaniak”.
- (252) Zebrany w sprawie materiał dowodowy wskazuje, że p. Barbara Szymaniak obejmowała świadomością zachowania składające się na naruszenie (zachowania własne, swoich podwładnych oraz dystrybutorów Produktów Solgar Polska). Pani Barbara Szymaniak – mając świadomość działań podwładnych oraz zaangażowania dystrybutorów we wdrażanie uzgodnień – na żadnym etapie funkcjonowania praktyki nie podjęła jakichkolwiek działań zmierzających do weryfikacji zachowania pracowników i zaprzestania praktyki. Przeciwnie, okoliczności sprawy wskazują, że p. Barbara Szymaniak aktywnie kształtowała politykę

przedsiębiorstwa w zakresie respektowania przez dystrybutorów ustalonych minimalnych detalicznych cen odsprzedaży Produktów Solgar Polska oraz organizowała przedsiębiorstwo w sposób mający zapewnić przestrzeganie tej polityki. Wreszcie zebrany w sprawie materiał dowodowy wskazuje, że p. Barbara Szymaniak podejmowała konkretne działania służące realizacji porozumienia.

- (253) W ocenie Prezesa Urzędu p. Barbara Szymaniak miała świadomość bezprawności podejmowanych działań. Na potwierdzenie powyższego należy wskazać następujące fragmenty stanowiska Solgar Polska: *„Dodatkowo, od momentu zmian wzorców umów mieliśmy znacznie szerszą wiedzę na temat prawa konkurencji na skutek konsultacji z kancelariami prawnymi i w bardziej świadomy sposób nie było naszym celem, ani zamiarem naruszanie tych przepisów.”* W odniesieniu do powyższego należy wskazać, że w 2015 r. doszło do zmiany treści wzorca umów dystrybucyjnych Solgar Polska i usunięcia z niego postanowień dotyczących ustalania minimalnych detalicznych cen odsprzedaży. Niemniej, jak wynika z zebranego w sprawie materiału dowodowego, zmiana treści wzorca umownego nie miała wpływu na dalsze funkcjonowanie porozumienia, które pomimo usunięcia przedmiotowych postanowień funkcjonowało w dalszym ciągu w praktyce. Usunięcie ze wzorca umownego postanowień regulujących kwestie wysokości cen, można tym samym potraktować jako działania pozorne, które po uzyskaniu świadomości bezprawności tego rodzaju uzgodnień, mogły zmierzać do ukrycia porozumienia polegającego na ustalaniu przez Solgar Polska z dystrybutorami minimalnych detalicznych cen odsprzedaży Produktów Solgar Polska.

Dowód: pismo Solgar Polska z dnia 10.06.2019 r., s. 15 (k. 140).

- (254) Mając na względzie powyższe Prezes Urzędu przypisał p. Barbarze Szymaniak odpowiedzialność na podstawie art. 6a u.o.k.k. za działania podejmowane od 18 stycznia 2015 r. do 24 października 2017 r., w ramach funkcji pełnionej w Solgar Polska i polegające na ustalaniu minimalnych detalicznych cen odsprzedaży produktów Solgar Polska oraz za zaniechanie w postaci braku odstąpienia od ww. praktyki z dniem 18 stycznia 2015 r. Z uwagi na to, że część z uzgodnień została podjęta przed 18 stycznia 2015 r. (tj. dniem wejścia w życie ustawy ustanawiającej odpowiedzialność osób zarządzających za naruszenia reguł konkurencji), Prezes Urzędu przypisał p. Barbarze Szymaniak także odpowiedzialność za brak odstąpienia od naruszenia dokonanego przez Solgar Polska.

11. Ustosunkowanie się do stanowisk stron

- (255) W kontekście przedstawionych w niniejszej decyzji wniosków co do zawarcia przez Solgar Polska z dystrybutorami antykonkurencyjnego porozumienia polegającego na ustalaniu minimalnych detalicznych cen sprzedaży Produktów Solgar Polska, zasadne jest również

odniesienie się do stanowisk przedstawionych w ramach postępowania antymonopolowego przez jego strony tj. Solgar Polska oraz osoby zarządzające p. Grażyny Durkiewicz i p. Barbary Szymaniak.

11.1. Ustosunkowanie się do stanowiska Solgar Polska

- (256) Solgar Polska w pismach z dnia 10 czerwca 2019 r. oraz 23 grudnia 2020 r. wskazała, że nie zgadza się z możliwością pociągnięcia Spółki do odpowiedzialności na podstawie art. 6 ust. 1 pkt. 1 u.o.k.k. oraz art. 101 ust. 1 lit a TFUE.

Dowody: A. Pismo Solgar Polska z dnia 10 czerwca 2019 r. (k. 140-161).

B. Pismo Solgar Polska z dnia 23 grudnia 2020 r. (k. 1369-1393).

Brak antykonkurencyjnego celu lub skutku

- (257) Solgar Polska podniosła, że na żadnym etapie postępowania nie negowała faktu, że „*liczyła na utrzymywanie przez dystrybutorów cen sugerowanych*”. Jednocześnie podkreśliła, że Spółka nie miała na celu naruszenia prawa konkurencji. Rzeczywistym celem strategii handlowej Solgar Polska było wdrożenie mechanizmów efektywnej rywalizacji rynkowej, w tym ukształtowanie systemu dystrybucji w taki sposób, aby zapewnić jak najwyższą jakość usług świadczonych konsumentom. Działania podejmowane w zakresie ustalania stosowanej przez dystrybutorów polityki cenowej miały na celu zwiększenie konkurencyjności Produktów Solgar, poprzez zachęcenie dystrybutorów do konkurencji w oparciu o parametry inne, niż cena, w szczególności jakość i szeroką gamę usług przed i posprzedażowych. Spółka kierowała się chęcią zagwarantowania konsumentom adekwatnego czasu opieki farmaceutycznej, w tym czasu niezbędnego na wyjaśnienia dotyczące właściwości, składu oraz działania Produktów Solgar Polska. Spółka wprowadziła system dystrybucji selektywnej, który nie został przez organ zakwestionowany, obejmujący takie elementy jak: system szkoleń farmaceutów, czy obowiązki aptek w zakresie ekspozycji produktów. Solgar Polska podkreśliła, że gdyby oparła swoją strategię rynkową wyłącznie na konkurencji cenowej, prawdopodobnie zostałaby wyeliminowana z rynku przez konkurencyjnych przedsiębiorców, oferujących produkty w znacznie niższych cenach.
- (258) W odniesieniu do powyższego, Prezes Urzędu podkreśla, że w ramach prowadzonej sprzedaży w systemie dystrybucji selektywnej, dopuszczalne jest stosowanie przez strony porozumień wertykalnych pewnych ograniczeń działania dystrybutorów, nie jest jednak dopuszczalne stosowanie takich ograniczeń konkurencji cenowej, które prowadzą do

ustalania minimalnych cen odsprzedaży⁷⁴. Tym samym przedsiębiorca narusza reguły konkurencji jeżeli – tak jak to wykazano w niniejszej sprawie - ustala minimalne ceny odsprzedaży produktów.

- (259) Porozumienie wertykalne, ustalające minimalne ceny odsprzedaży, jest porozumieniem zakazanym ze względu na cel⁷⁵. Mając na uwadze powyższe, Spółka naruszyła prawo konkurencji poprzez ustalenie z dystrybutorami cen odsprzedaży, choćby nawet w jej opinii miało to służyć zapewnieniu funkcjonowania systemu dystrybucji selektywnej. Należy również mieć na uwadze, że przy ocenie, czy celem porozumienia było ograniczenie konkurencji nie ma zasadniczego znaczenia subiektywne wyobrażenie jego stron o zamiarach czy motywach działania, lecz jego obiektywny charakter⁷⁶.
- (260) Kwalifikacja porozumień wertykalnych, ustalających minimalne ceny odsprzedaży, jako porozumień zakazanych ze względu na cel nie wyklucza możliwości wywodzenia jego prokonkurencyjnych skutków. Niemniej uzasadnienia dla stosowania minimalnych cen odsprzedaży, wskazujące na ewentualne korzyści konsumentów, powinny być oceniane w kontekście indywidualnego wyłączenia na podstawie art. 8 u.o.k.k. oraz art. 101 ust. 3 TFUE, w ramach których ciężar dowodu spoczywa na przedsiębiorcy wywodzącym istnienie korzyści płynących z danego antykonkurencyjnego zachowania. Tymczasem, jak wskazano w punkcie 9.8.3. decyzji „*Spełnienie warunków, o których mowa w art. 8 ust. 1 u.o.k.k. oraz w art. 101 ust. 3 TFUE*”, Solgar Polska przedstawiła jedynie ogólne twierdzenia oraz hipotezy oparte na nieudokumentowanych założeniach. Tym samym w niniejszej sprawie Solgar Polska nie wykazała korzyści płynących ze stosowania minimalnych cen odsprzedaży oraz pozostałych przesłanek niezbędnych do zastosowania wyłączenia indywidualnego.
- (261) W odniesieniu do ewentualnego wyeliminowania Solgar Polska z rynku, należy podkreślić, że zawarcie porozumienia ograniczającego konkurencję, w zakresie niewyłączonym spod zakazu takich porozumień, jest nielegalne i nie może być odpowiedzialnością przedsiębiorców na ryzyko prowadzenia działalności gospodarczej. W związku z powyższym, zabezpieczenie istniejącego w ocenie Spółki ryzyka nie może konwalidować antykonkurencyjnego celu współpracy, polegającego na zawarciu porozumienia ograniczającego konkurencję dotyczącego ustalania minimalnych detalicznych cen odsprzedaży Produktów Solgar Polska.

⁷⁴ Art. 4 Rozporządzenia 330/2010 z dnia 20 kwietnia 2010 r. w sprawie stosowania art. 101 ust. 3 Traktatu o funkcjonowaniu Unii Europejskiej do kategorii porozumień wertykalnych i praktyk uzgodnionych; Dz. Urz. UE 2010 /L 102/1., art. 11 Rozporządzenia Rady Ministrów z dnia 30 marca 2011 r. w sprawie wyłączenia niektórych rodzajów porozumień wertykalnych spod zakazu porozumień ograniczających konkurencję (Dz. U. z 2014 r., poz. 1012).

⁷⁵ Kwalifikacja porozumień ustalających sztywne lub minimalne ceny odsprzedaży jako porozumień ze względu na cel została potwierdzona również w najnowszym orzecznictwie Sądu Najwyższego (wyrok z dnia 5 grudnia 2019 r., sygn.akt. I NSK 1/19; wyroki z dnia 15 lutego 2019 r., sygn. akt. I NSK 10/18 oraz I NSK 11/18, jak również wyrok z dnia 9 października 2019 r., sygn. akt. I NSK 89/18).

⁷⁶ Np. wyrok Sądu Okręgowego w Warszawie – Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów z dnia 11 czerwca 2012 r., sygn. akt XVII AmA 197/10, niepubl.

- (262) Ponadto Solgar Polska podniosła, że na żadnym etapie postępowania nie negowała faktu, że prezentowała dystrybutorom korzyści płynące ze stosowania sugerowanych cen odsprzedaży, jak również, że stosowanie rabatów nie jest korzystne z biznesowego punktu widzenia. Spółka wskazała, że miała pełne prawo w sposób niewiążący wyjaśniać kontrahentom sens gospodarczy stosowania cen sugerowanych. W ocenie Solgar Polska, Prezes Urzędu nie ma dowodów wskazujących, że:
- i. w stosunku do nieprzestrzegających cen sugerowanych dystrybutorów wdrożone zostały jakiegokolwiek negatywne konsekwencje lub mechanizmy sankcyjne;
 - ii. pracownicy Solgar Polska żądali od dystrybutorów zmiany cen;
 - iii. dystrybutorzy w rzeczywistości odsprzedawali Produkty Solgar Polska zgodnie z cenami sugerowanymi przez Spółkę.
- (263) W ocenie Spółki dystrybutorzy dobrowolnie stosowali ceny sugerowane, co jest zgodne z przepisami prawa. Wszelkie zmiany w polityce cenowej dystrybutorów stanowiły jednostronną praktykę tych dystrybutorów.
- (264) Solgar Polska podkreśliła, że w odniesieniu do porozumienia będącego przedmiotem decyzji konieczna jest kompleksowa ocena rzeczywistych skutków porozumienia. W ocenie Solgar Polska, Prezes Urzędu w żaden sposób nie udowodnił, że domniemane porozumienie naruszało konkurencję co do skutku, w tym nie przeprowadził pogłębionej analizy ekonomicznej jego rzeczywistych konsekwencji.
- (265) W odpowiedzi na powyższe, Prezes Urzędu wskazuje, że w niniejszej sprawie dowodem na zawarcie porozumienia ograniczającego konkurencję są przede wszystkim umowy patronackie. Jak wskazano w treści decyzji, w okresie do marca 2015 r. porozumienie ograniczające konkurencję miało sformalizowany charakter i funkcjonowało w oparciu o zawarte pisemne umowy patronackie. Dodatkowo porozumienie wspierane było przez działania o charakterze nieformalnym, podejmowane w kontaktach e-mailowych, telefonicznych, a także w trakcie bezpośrednich spotkań. Natomiast po tym okresie porozumienie funkcjonowało w postaci praktyki uzgodnionej i oparte było o nieformalne uzgodnienia. Wobec powyższego za nieuzasadniony - wobec zgromadzonego materiału dowodowego – należy uznać wniosek Solgar Polska, że w przedmiotowej sprawie wszelkie zmiany w polityce cenowej dystrybutorów stanowiły jednostronną praktykę tych dystrybutorów. W tym kontekście należy podkreślić, że Solgar Polska *de facto* sam przyznaje, że utrzymywanie przez dystrybutorów wskazanego poziomu detalicznych cen odsprzedaży było objęte zakresem woli Solgar Polska. Spółka wskazała m.in., że „*nie neguje faktu, że prezentowała dystrybutorom korzyści płynące ze stosowania sugerowanych cen odsprzedaży*”, „*wskazywała dystrybutorom, że stosowanie rabatów nie jest korzystne z*

biznesowego punktu widzenia”. Solgar Polska na żadnym etapie postępowania nie negocjowała faktu, że *„liczyła na utrzymywanie przez dystrybutorów cen sugerowanych”*.

- (266) Po stronie dystrybutorów wola dostosowywania swoich cen do poziomu ustalonego z Solgar Polska znajdowała wyraz w treści umów patronackich oraz faktycznym stosowaniu uzgodnionych detalicznych cen odsprzedaży. Nie znajduje odzwierciedlenia w materiale dowodowym twierdzenie Solgar Polska, że stosowanie cen sugerowanych Produktów Solgar stanowiło dobrowolną jednostronną praktykę dystrybutorów. Prawdziwości tego twierdzenia zaprzeczają zebrane w sprawie dowody, m.in. pochodzący z Solgar Polska „Raport z wizyt w dniach 18-19.12.2014 r. z aptek w Krakowie”, (k. 65-70), w którym koordynator Solgar Polska w nawiązaniu do spotkania z przedstawicielami jednej z aptek opisał, że *„Na spotkaniu z osobami decyzyjnymi okazało się, iż Panie nie do końca znały zasady współpracy z Solgarem. Informacje odnośnie cen traktowały jako dobrowolne i pozostawiały w decyzji kierowników aptek, bądź personelu który ustalał je sam na dowolnym poziomie, czy też wiadomość e-mail z dnia 21 lipca 2016 r. od jednego z dystrybutorów do pracownika Solgar (k. 551-551) „Była informacja, że życzyście sobie Państwo byśmy trzymali się cen sugerowanych Solgar (...) Do momentu kiedy ceny ustalaliśmy sami Solgar sprzedawał się świetnie, rotacja była duża, pacjenci wracali. W tym momencie nie wracają nawet ci, co stale Solgar au nas kupowali. Bo podróżowało.”* Należy również podkreślić, że członkowie zarządu jak również inni pracownicy Solgar Polska zwracali się do koordynatorów o przypomnienie dystrybutorom o obowiązku stosowania ustalonej polityki cenowej i skłonienie dystrybutorów do zmiany cen - akapit (56) decyzji.
- (267) Ponadto, w punkcie 4.3. decyzji *„:Działania Solgar Polska wobec dystrybutorów nie stosujących się do ustaleń w zakresie minimalnych detalicznych cen odsprzedaży”* opisane zostały działania Solgar Polska wobec dystrybutorów detalicznych niestosujących się do ustaleń w zakresie minimalnych detalicznych cen odsprzedaży. Zebrane w postępowaniu dowody wskazują, że w przypadku powtarzającego się niestosowania się przez dystrybutorów do ustaleń w zakresie minimalnych detalicznych cen odsprzedaży Produktów Solgar Polska, umowa z takim dystrybutorem mogła zostać rozwiązana. Konsekwencją nieprzestrzegania cen minimalnych był również zakaz udziału w promocji Solgar Polska. Jednocześnie należy podkreślić, że kwestia ewentualnego niestosowania sankcji za niedotrzymywanie warunków porozumienia nie świadczy o braku zawarcia porozumienia, którego celem jest ograniczenie konkurencji. W świetle orzecznictwa: *„porozumienie ma miejsce, gdy organizator aktywnie zapewnia funkcjonowanie porozumienia cenowego w praktyce, nawet jeżeli rezygnuje z dyscyplinowania dystrybutorów niestosujących się do*

*poczynionych ustaleń w zakresie ustalonych cen odsprzedaży*⁷⁷ Dodatkowo na gruncie orzecznictwa przyjmuje się, że „porozumienie cenowe nie traci zakazanego charakteru przez to, że uzgodnione ceny nie są stosowane w praktyce”⁷⁸. Na uznanie, że w przedmiotowej sprawie doszło do naruszenia zakazu porozumień ograniczających konkurencję nie ma wpływu okoliczność, że dystrybutorzy Solgar Polska nie zawsze przestrzegali ustalonych cen odsprzedaży. Nie można przyjąć, że trwałe, kilkuletnie porozumienie cenowe musi charakteryzować się w pełni zgodnymi relacjami pomiędzy stronami przez cały okres jego trwania.

(268) Podsumowując, dla uznania, że doszło do zawarcia ograniczającego konkurencję porozumienia i naruszenia przepisu art. 6 ust. 1 pkt 1 u.o.k.k. oraz 101 ust. 1 TFUE pozostaje bez znaczenia okoliczność, czy Spółka w rzeczywistości stosowała sankcje w stosunku do swoich dystrybutorów. W sytuacji, gdy zostaje wykazane (jak w tej sprawie), że celem porozumienia jest ograniczenie konkurencji, pozostaje bez znaczenia, czy cel ten został osiągnięty⁷⁹, jak również, w jakim zakresie, i czy w ogóle, poszczególne strony porozumienia zastosowały się do niego, jak i czy sankcje lub groźby ich zastosowania były realne (a więc subiektywne wyobrażenie stron o zamiarach czy motywach działania). Istotny jest obiektywny charakter porozumienia⁸⁰.

(269) Podsumowując, ustalanie minimalnych cen odsprzedaży stanowi porozumienie ograniczające konkurencję ze względu na cel i irrelevantny do oceny naruszenia jest fakt, czy jego strony faktycznie stosowały się do uzgodnień, i czy wystąpiły skutki na rynku. Ocena wertykalnych porozumień cenowych dotyczących ustalania minimalnych cen odsprzedaży produktów jako ograniczających konkurencję ze względu na cel jest aktualna w orzecznictwie Sądu Najwyższego⁸¹. Podobnie, zgodnie z unijnym dorobkiem orzecznictwem, porozumienia ustalające sztywne lub minimalne ceny odsprzedaży są konsekwentnie traktowane jako zakazane ze względu na cel⁸² i jako jedne z najpoważniejszych (zasadniczych) naruszeń unijnego porządku prawa konkurencji⁸³. W związku z powyższym w niniejszej sprawie nie jest konieczna analiza skutków

⁷⁷ Wyrok Sądu Najwyższego z dnia 23 listopada 2011 r., sygn. akt III SK 21/11, niepubl., pkt 23.

⁷⁸ Wyrok Sądu Okręgowego w Warszawie – Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów z dnia 29 maja 2012 r., sygn. XVII AmA 179/11, niepubl.

⁷⁹ Por. np. wyrok Sądu Okręgowego w Warszawie – Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów z dnia 7 lipca 2004 r., sygn. akt XVII AmA 65/03, LEX nr 154304; Wyrok Sądu Okręgowego w Warszawie – Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów z dnia 9 listopada 2006 r., sygn. akt AmA 68/05, Dz. Urz. UOKiK 2007/2/20.

⁸⁰ Np. wyrok Sądu Okręgowego w Warszawie – Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów z dnia 11 czerwca 2012 r., sygn. akt XVII AmA 197/10, niepubl.

⁸¹ Np. w wyrokach: z dnia 5 grudnia 2019 r., sygn. akt. I NSK 1/19; z dnia 15 lutego 2019 r., sygn. akt I NSK 10/18; z dnia 15 lutego 2019 r., sygn. akt. I NSK 11/18; z dnia 15 maja 2014 r., sygn. akt. SK 44/13; z dnia 23 listopada 2011 r., sygn. akt. III SK 21/11.

⁸² R. Whish, D. Bailey, *Competition Law*, Oxford University Press, s. 122, 124.

⁸³ Art. 4 Rozporządzenia 330/2010 z dnia 20 kwietnia 2010 r. w sprawie stosowania art. 101 ust. 3 Traktatu o funkcjonowaniu Unii Europejskiej do kategorii porozumień wertykalnych i praktyk uzgodnionych; Dz. Urz. UE 2010 /L 102/1.

porozumienia ustalającego minimalne ceny odsprzedaży. Tym samym twierdzenie Spółki, że Prezes Urzędu powinien udowodnić, że porozumienie naruszało konkurencję co do skutku oraz przeprowadzić pogłębioną analizę ekonomiczną rzeczywistych konsekwencji porozumienia jest niezasadne.

Monitorowanie cen odsprzedaży

- (270) Solgar Polska wskazała, że nie neguje faktu monitorowania cen stosowanych przez dystrybutorów. Jednocześnie Spółka podkreśliła, że celem jej obserwacji była kontrola funkcjonowania systemu dystrybucji selektywnej. Spółka wyjaśniła, że monitoring był związany z umową z dystrybutorami, która umożliwiała wymianę produktów na nowe. Spółka starała się eliminować starsze produkty, które były często przeceniane przez apteki.
- (271) W tym kontekście należy wskazać, że co do zasady dozwolonym jest, aby Solgar Polska, jako podmiot wprowadzający Produkty Solgar Polska do obrotu, pozyskiwała wiedzę, w jakich cenach przedsiębiorcy sprzedają jej produkty (bez ingerowania w ich wysokość). Jednak w niniejszej sprawie istnieją dodatkowe okoliczności, które wskazują, że działania monitorowania cen były podejmowane w związku z zakazanym porozumieniem.
- (272) Monitoring cen był z jednej strony prowadzony we własnym zakresie przez samą Spółkę, a z drugiej strony opierał się na sygnałach otrzymywanych przez Spółkę od dystrybutorów detalicznych. Należy podkreślić, że w odpowiedzi na sygnały otrzymywane od dystrybutorów, Solgar Polska zapewniała dystrybutorów o podejmowaniu stosownych działań, mających na celu przestrzeganie ustaleń dotyczących stosowania minimalnych detalicznych cen odsprzedaży Produktów Solgar Polska w sieci dystrybucji Spółki (akapit 53 decyzji). Wiadomości dystrybutorów dotyczące niestosowania przez innych dystrybutorów ustalonych minimalnych detalicznych cen odsprzedaży Produktów Solgar Polska oraz pytania odnoszące się do ustalonej polityki cenowej, przekazywane były osobom, które odpowiadały w Spółce za realizację ustalonej polityki cenowej. Brak jest jakichkolwiek dowodów na zdystansowanie się od praktyki. Ponadto w punkcie 4.3. decyzji „:Działania Solgar Polska wobec dystrybutorów nie stosujących się do ustaleń w zakresie minimalnych detalicznych cen odsprzedaży” opisane zostały działania Solgar Polska wobec dystrybutorów detalicznych niestosujących się do ustaleń w zakresie minimalnych detalicznych cen odsprzedaży.
- (273) Mając na uwadze powyższe, w ocenie Prezesa Urzędu stanowisko Spółki, że monitoring cen był wyłącznie narzędziem pozwalającym ocenić funkcjonowanie systemu dystrybucji selektywnej, jest niezasadne.

Sformułowania zawarte w umowach patronackich i cennikach Solgar Polska oraz szkolenia organizowane przez Solgar Polska

- (274) Solgar Polska wskazała, że treści umów patronackich, o których mowa w punkcie 3.1.1. decyzji - „*Umowy patronackie*” nie można utożsamiać z porozumieniem co do obowiązku stosowania cen przez kontrahentów Solgar Polska. W umowach patronackich stwierdzono wyłącznie, że dystrybutorzy „*wezmą pod uwagę*”, aby ceny Produktów Solgar Polska były równe sugerowanym cenom detalicznym. W ocenie Spółki stwierdzenie „*wezmą pod uwagę*” zawiera jedynie niewiążącą sugestię.
- (275) Spółka zwróciła również uwagę na charakter cenników przekazywanych dystrybutorom, o których mowa w akapicie (35) decyzji. Spółka podkreśliła, że nie wszystkie cenniki obejmowały „*cenę dla pacjenta*”, a umieszczenie takiego sformułowania zostało w późniejszym okresie zmodyfikowane na „*cenę sugerowaną*”. Dodatkowo Solgar Polska wyjaśniła, że sformułowanie „*cena dla pacjenta*”, stosowane przez pewien okres czasu, było skrótem myślowym, nie stanowiło ustalenia ceny oraz było stosowane równoległe z dokumentami wskazującymi na cenę sugerowaną (np.: biuletyny).
- (276) W odniesieniu do powyższego Prezes Urzędu wskazuje, że zawarcie właśnie w umowach patronackich postanowienia o treści: „*Strony zgodnie oświadczają, iż wezmą pod uwagę aby ceny produktów spółki Solgar sprzedawane poprzez katalog, jak i poprzez internet były równe sugerowanym cenom detalicznym*” nie potwierdza stanowiska Spółki, że treść postanowienia miała być jedynie „*niewiążącą sugestią*”. W ocenie Prezesa Urzędu całokształt okoliczności sprawy wskazuje, że w rzeczywistości ww. postanowienie zawarte w umowach patronackich miało na celu zobowiązanie dystrybutorów do przestrzegania cen minimalnych. Zdaniem Prezesa Urzędu dla oceny działań Solgar Polska w niniejszej sprawie istotny jest faktyczny charakter cen, w tym stosunek stron porozumienia do tych cen. Dodatkowo § 6 umów patronackich zobowiązał dystrybutorów do nie sprzedawania Produktów Solgar Polska w ramach programów lojalnościowych.
- (277) Tak samo całokształt okoliczności sprawy potwierdza, że w rzeczywistości rubryka „*cena dla pacjenta*” oraz „*sugerowana cena dla pacjenta*” zawarta w cennikach dotyczyły wiążących dystrybutorów cen minimalnych.
- (278) Ponadto należy podkreślić, że co najmniej od marca 2010 r. do przynajmniej 24 października 2017 r. porozumienie polegało również na ustaleniach nieformalnych. Jak wskazano w treści decyzji, w okresie do marca 2015 r. porozumienie wynikało przede wszystkim z umów patronackich, a wspierane było przez działania o charakterze nieformalnym, podejmowane w kontaktach e-mailowych, telefonicznych, a także w trakcie bezpośrednich spotkań. Natomiast po tym okresie, porozumienie funkcjonowało w postaci praktyki uzgodnionej i oparte było o nieformalne uzgodnienia.

- (279) Dodatkowo, Solgar Polska podniosła, że organizowanie szkoleń, których tematyka obejmowała m.in. politykę cenową, nie może stanowić dowodu na zawarcie porozumienia ograniczającego konkurencję. Nie jest bowiem niedozwolone informowanie o nieopłacalności określonej polityki cenowej, czy nawet przypominanie o sugerowanych cenach odsprzedaży, jeśli dystrybutorzy nie są zobowiązani do stosowania tych poleceń.
- (280) W odniesieniu do stanowiska Spółki w zakresie szkoleń, Prezes Urzędu również podkreśla, że w niniejszej sprawie nie można abstrahować od całokształtu okoliczności sprawy. W ocenie Prezesa Urzędu poruszanie kwestii cen detalicznych na szkoleniach jest jedną z wielu okoliczności, które wskazują na to, że Solgar Polska naruszył konkurencję. Na fakt, że dystrybutorzy uczestniczący w szkoleniach byli zobowiązani do przestrzegania cen minimalnych świadczy też przykładowo wiadomość e-mail od dystrybutora do pracownika Solgar Polska (k. 431) „*Panie Piotrze po przeprowadzeniu rozeznania cenowego preparatów Solgar w aptekach w naszej okolicy, stwierdzam, że to czym rozmawialiśmy na ostatnim szkoleniu odnośnie jednolitych cen we wszystkich punktach nie przynosi żadnych efektów. Proszę o interwencję*”.

11.2. Ustosunkowanie się do stanowisk p. Grażyny Durkiewicz i p. Barbary Szymaniak

- (281) Pani Grażyna Durkiewicz oraz p. Barbara Szymaniak nie zgadzają się na pociągnięcie ich do odpowiedzialności osobistej na podstawie art. 6a u.o.k.k.

Dowody: A. Pismo p. Grażyny Durkiewicz z dnia 10 czerwca 2019 r. (k. 162-197);
B. Pismo p. Grażyny Durkiewicz z dnia 23 grudnia 2020 r. (1415-1431);
C. Pismo p. Barbary Szymaniak z dnia 29 maja 2019 r. (k. 108-139);
D. Pismo p. Barbary Szymaniak z dnia 23 grudnia 2020 r. (k. 1394-1414).

- (282) Pani Grażyna Durkiewicz oraz p. Barbara Szymaniak wskazały, że:
- i. nie doszło do naruszenia przez Solgar Polska zakazów, o których mowa w art. 6 ust. 1 u.o.k.k., ani w art. 101 TFUE;
 - ii. podmiotową przesłanką nałożenia na osobę zarządzającą kary pieniężnej na podstawie art. 6a u.o.k.k. jest umyślność. Tymczasem na podstawie zebranych przez Prezesa Urzędu dowodów nie można im przypisać winy umyślnej.
- (283) W ocenie p. Grażyny Durkiewicz oraz p. Barbary Szymaniak istnieje obowiązek stosowania wykładni art. 6a u.o.k.k. wedle standardów prawa karnego, co zapewni

skuteczność zapisom Europejskiej Konwencji Praw Człowieka. Zgodnie z argumentacją p. Grażyny Durkiewicz oraz p. Barbary Szymaniak, skoro w art. 6a u.o.k.k. mowa jest o „*umyślnym dopuszczeniu*”, to należy przez to rozumieć „*umyślność*” zgodnie z art. 9 § 1 ustawy z dnia 6 czerwca 1997 r. (Dz.U. z 2020 r. poz. 1444) Kodeks Karny. Pani Grażyna Durkiewicz i p. Barbara Szymaniak wskazały, że realizacja przesłanek podmiotowych koniecznych dla przypisania winy osobie zarządzającej na podstawie art. 6a u.o.k.k. polegać będzie w przypadku umyślności na świadomości oraz zamiarze (chęci) zrealizowania swoim zachowaniem przedmiotowych przesłanek tych praktyk i godzeniem się na to. Pani Grażyna Durkiewicz i p. Barbara Szymaniak wskazały ponadto, że na gruncie art. 6a u.o.k.k. można pociągnąć do odpowiedzialności tylko taką osobę zarządzającą, której można udowodnić, że miała świadomość, że dane działania stanowią naruszenie prawa konkurencji i są zakazane, a jednak pomimo to swoim zachowaniem dopuściła do naruszenia tego zakazu przez przedsiębiorcę. Pani Grażyna Durkiewicz oraz p. Barbara Szymaniak podkreśliły, że Prezes Urzędu nie udowodnił im ani umyślności, ani winy.

- (284) Ustosunkowanie się do stanowiska dotyczącego wykazania naruszenia przez Solgar Polska zakazów określonych w art. 6 ust. 1 u.o.k.k. oraz art. 101 TFUE zostało omówione w punkcie 11.1 decyzji - *Ustosunkowanie się do stanowiska Solgar Polska*. Argumentacja w tym zakresie była wspólna dla Solgar Polska oraz osób zarządzających.
- (285) W odniesieniu do stosowania wykładni art. 6a u.o.k.k. wedle standardów prawa karnego, Prezes Urzędu podkreśla, że odpowiedzialność osób zarządzających określona w tym przepisie ma charakter odpowiedzialności administracyjnoprawnej, a nie karnej⁸⁴. W związku z powyższym, kara pieniężna wynikająca z art. 106a w zw. z art. 6a u.o.k.k. jest jednym z rodzajów sankcji administracyjnych i powinna być każdorazowo analizowana z punktu widzenia norm oraz konstrukcji prawa administracyjnego, nie zaś karnego⁸⁵.
- (286) Prezes Urzędu stoi na stanowisku, że art. 6a u.o.k.k. w wystarczająco precyzyjny sposób określa podstawę odpowiedzialności osoby zarządzającej, poprzez odwołanie do unormowań art. 6 ust. 1 pkt 1-6 u.o.k.k. (oraz art. 101 TFUE). Należy przy tym podkreślić, że osoba zarządzająca, wobec której prowadzone jest postępowanie, występuje w nim jako strona, na równi z przedsiębiorcą, którego dotyczy sprawa (art. 88 ust. 3 u.o.k.k.). W związku z tym posiada w pełnym zakresie wszystkie gwarancje procesowe wynikające z przepisów u.o.k.k. oraz k.p.a. W ocenie Prezesa Urzędu, odpowiedzialność osób zarządzających ma dokładnie taki sam charakter, jak odpowiedzialność przedsiębiorców

⁸⁴ Por. T. Skoczny (red.), *Ustawa o ochronie konkurencji i konsumentów. Komentarz*. wyd. 2, Warszawa 2014, komentarz do art. 6a.

⁸⁵ M. Błachucki (red.), *Administracyjne kary pieniężne w demokratycznym państwie prawa*, Warszawa 2015 r., str. 15.

określona przepisami ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów. Należy podkreślić, że osoba zarządzająca nie odpowiada subsydiarnie, czy gwarancyjnie za naruszenia, jakich dopuścił się przedsiębiorca, lecz ponosi samodzielną odpowiedzialność za swój własny delikt administracyjny. Nie ma żadnych podstaw, ażeby różnicować charakter tej odpowiedzialności. W szczególności podstawą taką nie jest okoliczność, że odpowiedzialność przedsiębiorcy ma charakter obiektywny, niezależny od winy, a przesłanką odpowiedzialności osób zarządzających jest umyślność popełnionego naruszenia.

- (287) Należy podkreślić, że spraw antymonopolowych nie traktuje się jako spraw karnych w ścisłym znaczeniu i łagodniej traktuje się również wymagania stawiane przez art. 6 Europejskiej Konwencji Prawa Człowieka takim sprawom. W tym kontekście należy zwrócić uwagę na wyrok Sądu Najwyższego, w którym Sąd przesądził, że: *„odwołanie do standardu konwencyjnego służy [...] zapewnieniu odpowiednich gwarancji proceduralnych, a nie zrównaniu standardu administracyjnego z karnym w zakresie przesłanek odpowiedzialności”*.⁸⁶ Mając na uwadze powyższe stosowanie materialnych instytucji prawa karnego, jest nieuzasadnione, uwzględniając różnice między specyfiką odpowiedzialności przewidzianej prawem karnym, a prawem administracyjnym. Tym samym nie można zatem zgodzić się ze stanowiskiem p. Grażyny Durkiewicz i p. Barbary Szymaniak, że odpowiedzialność administracyjna uregulowana w art. 6a i 106a u.o.k.k. musi podlegać takim samym standardom, jakie są stosowane w przypadku odpowiedzialności o charakterze karnym.
- (288) Prezes Urzędu nie podzielił stanowisk p. Grażyny Durkiewicz oraz p. Barbary Szymaniak o braku możliwości przypisania im umyślności ze względu na brak podjęcia w sposób umyślny zachowań z zamiarem dopuszczenia do naruszenia przez Solgar Polska zakazu zawierania niedozwolonych w świetle prawa konkurencji porozumień. Dla odpowiedzialności uregulowanej w art. 6a u.o.k.k. nie jest istotne bowiem, czy osoba zarządzająca świadomie dążyła do naruszenia przez przedsiębiorcę zakazów przewidzianych w art. 6 u.o.k.k. i art. 101 TFUE, ani nawet, czy była ona świadoma treści tych zakazów. Wszelkie działania p. Grażyny Durkiewicz oraz p. Barbary Szymaniak wskazane w punktach 4.6.1., 4.6.2. oraz 10.2.1. i 10.2.2. decyzji miały bezpośrednio służyć przestrzeganiu przez dystrybutorów ustalonych minimalnych detalicznych cen odsprzedaży, a co za tym idzie odznaczały się umyślnością. Mając na uwadze, że odpowiedzialność wynikająca z art. 6a u.o.k.k. ma charakter odpowiedzialności administracyjnej, a nie karnej, wskazać należy, że *„umyślne dopuszczenie”*, o którym

⁸⁶ Wyrok Sądu Najwyższego z dnia 5 stycznia 2011 r., sygn. akt III SK 32/10.

mowa w tym przepisie odnosi się do podejmowanych przez osobę zarządzającą działaniami lub zaniechania, które prowadzą do naruszenia przez przedsiębiorcę reguł konkurencji, a nie do umyślnego naruszenia przez przedsiębiorcę przepisów u.o.k.k. lub TFUE. Nie ma znaczenia, czy p. Grażyna Durkiewicz i p. Barbara Szymaniak zdawały sobie przy tym sprawę, że ich działania lub zaniechania sprawiają, że zachowania Solgar Polska mogą zostać zakwalifikowane jako praktyka zakazana w art. 6 ust. 1 pkt 1 u.o.k.k. i art. 101 TFUE. Nieznajomość przepisów prawa nie może uchylać odpowiedzialności z tytułu jego naruszenia, szczególnie, gdy jest ona nieusprawiedliwiona.

- (289) W ocenie Prezesa Urzędu brak jest jakichkolwiek przesłanek wskazujących na usprawiedliwioną nieświadomość p. Grażyny Durkiewicz oraz p. Barbary Szymaniak bezprawności (w rozumieniu art. 6 u.o.k.k. i art. 101 TFUE) podejmowanych przez Solgar Polska działań. Należy podkreślić, że p. Grażyna Durkiewicz i p. Barbara Szymaniak jako członkowie zarządu z dużym doświadczeniem zawodowym powinny mieć wiedzę, że pewne zachowania i praktyki, takie jak uzgadnianie cen między niezależnymi przedsiębiorcami, są niedozwolone. Takie praktyki zakazane są nie tylko przez prawo polskie, ale także unijne.
- (290) Niezależnie od powyższego, co najmniej od marca 2015 r. p. Grażyna Durkiewicz oraz p. Barbara Szymaniak miały świadomość naruszenia przez Spółkę zakazu wynikającego z art. 6 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów. Na powyższe wskazują konsultacje z zewnętrznymi prawnikami, w wyniku których Spółka w marcu 2015 r. wprowadziła nowe umowy o współpracy. Na potwierdzenie powyższego można przytoczyć następujące fragmenty stanowiska p. Grażyny Durkiewicz i p. Barbary Szymaniak: (k. 1406, k. 1427) *„W marcu 2015 r. przy okazji konsultowania z zewnętrznymi prawnikami aspektów umów patronackich niezwiązanych z prawem konkurencji, zwrócili oni uwagę, że pewne postanowienia tych umów są na tyle nieprecyzyjne, że mogą powodować negatywne interpretacje także w świetle prawa konkurencji”*.
- (291) Jednocześnie w ocenie Prezesa Urzędu nie ulega to wątpliwości, że p. Grażyna Durkiewicz i p. Barbara Szymaniak przez cały okres stwierdzonego porozumienia miały wiedzę o funkcjonowaniu praktyki. Dodatkowo poprzez swoje działanie wyznaczały politykę przedsiębiorcy dotyczącą ustalania z dystrybutorami minimalnych detalicznych cen odsprzedaży Produktów Solgar Polska oraz organizowały przedsiębiorstwo w sposób mający zapewnić przestrzeganie tej polityki (punkty 4.6.1., 4.6.2. oraz 10.2.1. i 10.2.2. decyzji). Należy również podkreślić, że p. Grażyna Durkiewicz i p. Barbara Szymaniak nie odstąpiły od naruszenia dokonanego przez Solgar Polska. Brak jest dowodów, aby 18 stycznia 2015 r. lub w okresie późniejszym p. Grażyna Durkiewicz i p. Barbara Szymaniak

podjęły działania w celu zaprzestania udziału Solgar Polska w porozumieniu ograniczającym konkurencję badanym w przedmiotowej sprawie.

Okres przed wejściem w życie art. 6 a u.o.k.k. (do dnia 18 stycznia 2015 r.).

- (292) W ocenie p. Grażyny Durkiewicz i p. Barbary Szymaniak wszelkie dowody dotyczące zarzucanego im naruszenia art. 6a u.o.k.k., pochodzące sprzed daty 18 stycznia 2015 r., tj. sprzed wejścia w życie przepisu art. 6a u.o.k.k. powinny podlegać wyłączeniu z materiału dowodowego postępowania.
- (293) W odniesieniu do powyższego Prezes Urzędu zaznacza, że przypisał p. Grażynie Durkiewicz i p. Barbarze Szymaniak odpowiedzialność za ich własne działania i zaniechania, mające miejsce po dniu 18 stycznia 2015 r., polegające na dopuszczeniu do realizacji przez Solgar Polska antykonkurencyjnych uzgodnień określonych w art. 6 ust. 1 pkt 1 u.o.k.k. oraz w art. 101 ust. 1 lit. a TFUE. W sprawie oceniony został cały kontekst porozumienia, które trwało co najmniej od marca 2010 r. przynajmniej do 24 października 2017 r. i miało charakter porozumienia jednolitego i ciągłego.
- (294) Ocena całokształtu stanu faktycznego sprawy (tj. dowodów również sprzed dnia 18 stycznia 2015 r.) wymagana jest w szczególności do przypisania p. Grażynie Durkiewicz i p. Barbarze Szymaniak odpowiedzialności za brak odstąpienia od naruszenia dokonanego przez Solgar Polska. Mając na uwadze materiał dowodowy uznać trzeba, że już od dnia 18 stycznia 2015 r. pozostawały one w umyślnej bezczynności w związku z niepodjęciem działań mających na celu doprowadzenie do zaprzestania przez Solgar Polska naruszeń prawa konkurencji.

12. Kara pieniężna nakładana na podstawie art. 106 u.o.k.k.

- (295) Zgodnie z art. 106 ust. 1 pkt 1 i 2 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 niewyłączonym na podstawie art. 7 i art. 8 u.o.k.k. oraz dopuścił się naruszenia art. 101 TFUE.
- (296) Rozstrzygnięcie w przedmiocie nałożenia administracyjnej kary pieniężnej ma więc fakultatywny charakter. Skuteczna polityka karania wymaga jednak, by w przypadku

stwierdzenia stosowania przez przedsiębiorcę praktyki ograniczającej konkurencję zasadą było nakładanie kary pieniężnej.

- (297) Okoliczności niniejszej sprawy uzasadniają nałożenie kary na stronę niniejszego postępowania w związku z naruszeniem, o którym mowa w pkt I sentencji decyzji.

12.1. Przesłanka „choćby nieumyślnego” naruszenia przepisów

- (298) Możliwość nałożenia na przedsiębiorcę kary pieniężnej na podstawie art. 106 ust. 1 pkt 1 i 2 u.o.k.k. wymaga stwierdzenia, że naruszenie zakazu określonego w przepisach ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów oraz Traktatu o funkcjonowaniu Unii Europejskiej było „co najmniej nieumyślne”.
- (299) Prezes Urzędu uznał, że Solgar Polska dokonała naruszenia umyślnie. Prezes Urzędu uwzględnił, że podmiot ten posiadał odpowiednie rozeznanie rynkowe – wynikające zarówno ze skali swojej działalności, jak i okresu prowadzenia działalności gospodarczej – dla należytego rozpoznania podejmowanych przez siebie działań. Należy wskazać, że Solgar Polska jest profesjonalnym uczestnikiem obrotu rynkowego, który powinien posiadać wiedzę umożliwiającą rozpoznanie swoich działań jako mogących ograniczać konkurencję. Prezes Urzędu stwierdził, że ustalanie przez Solgar Polska z dystrybutorami detalicznymi minimalnych detalicznych cen odsprzedaży ze względu na sam swój cel zmierzało do zaburzenia konkurencji i Solgar Polska jako profesjonalny uczestnik obrotu powinien mieć tego świadomość.
- (300) Zgodnie z orzecznictwem Sądu Najwyższego, należy uznać, że przedsiębiorcy będący profesjonalnymi uczestnikami obrotu rynkowego mają możliwość prawidłowego określenia ryzyka prawnego przy podejmowaniu określonych decyzji biznesowych⁸⁷. Istotne znaczenie ma także stanowisko Sądu Okręgowego w Warszawie, który przyjął, że nie jest możliwe, aby przedsiębiorca o znacznej renomie i długim okresie funkcjonowania na rynku nie zdawał sobie sprawy ze swoich czynności⁸⁸.
- (301) W kontekście powyższego należy także wskazać, że naruszenie, które stwierdził Prezes Urzędu, dotyczy praktyki nazwanej, określonej wprost w ustawowym katalogu praktyk zakazanych, a zatem należy do najbardziej typowych i najbardziej ewidentnych naruszeń prawa konkurencji. Solgar Polska organizując system dystrybucji swoich produktów świadomie dążyła do ograniczenia konkurencji na poziomie detalicznej odsprzedaży tych produktów.

⁸⁷ Wyrok Sądu Najwyższego z dnia 21 kwietnia 2011 r., sygn. akt III SK 45/10.

⁸⁸ Wyrok Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów z dnia 11 kwietnia 2011 r., sygn. akt XVII AmA 62/08.

- (302) Okolicznością, dodatkowo wskazującą na świadomość antykonkurencyjnego charakteru porozumienia w niniejszej sprawie, może być zawarte, w wywiadzie z 2010 r. przeprowadzonym z p. Grażyną Durkiewicz jej stwierdzenie, że: *„dzięki ścisłej współpracy z apteką zapobiegamy konkurencji cenowej.”* Z powyższego wynika, że Spółka miała świadomość, że przyjęta przez Solgar Polska polityka dystrybucyjna zmierza do ograniczania konkurencji cenowej pomiędzy dystrybutorami Produktów Solgar Polska.

Dowód: wiadomość e-mail z dnia 07.05.2010 r. od B. Szymaniak do [Pracownik Firmy Reklamowo Wydawniczej], temat: „Wywiady w doc.”, wraz z załącznikiem: plikiem w formacie „.doc” o nazwie: „Wywiad cz. 2.doc” „Przez edukację do sukcesu” (k. 412-413).

- (303) Solgar Polska miała świadomość bezprawności swoich działań (świadomość naruszenia). Na potwierdzenie powyższego można przytoczyć następujące fragmenty stanowiska Solgar Polska: *„Dodatkowo, od momentu zmian wzorców umów mieliśmy znacznie szerszą wiedzę na temat prawa konkurencji na skutek konsultacji z kancelariami prawnymi i w bardziej świadomy sposób nie było naszym celem, ani zamiarem naruszanie tych przepisów.”* (Dowód A); stanowiska p. Grażyny Durkiewicz: *„Dodatkowo, od momentu zmian wzorców umów miałam znacznie szerszą wiedzę na temat prawa konkurencji na skutek konsultacji z kancelariami prawnymi i w bardziej świadomy sposób nie było moim celem, ani zamiarem naruszanie tych przepisów.”* (Dowód B). W odniesieniu do powyższego należy wskazać, że w 2015 r. doszło do zmiany treści wzorca umownego i usunięcia z niego postanowień dotyczących wysokości detalicznych cen odsprzedaży, które stanowią bezpośredni dowód na ustalanie przez Solgar Polska z dystrybutorami minimalnych detalicznych cen odsprzedaży. Niemniej, jak wynika z zebranego w sprawie materiału dowodowego, zmiana treści wzorca umownego nie miała wpływu na dalsze funkcjonowanie porozumienia, które pomimo usunięcia postanowień wskazujących wprost na ustalanie cen, funkcjonowało w dalszym ciągu w praktyce. Usunięcie z wzorca umownego postanowień regulujących kwestie wysokości cen, można potraktować jako działania pozorne, które zmierzały do ukrycia faktycznie funkcjonującego porozumienia polegającego na ustalaniu przez Solgar Polska z dystrybutorami minimalnych detalicznych cen odsprzedaży Produktów Solgar Polska.

Dowody:

- A. pismo Solgar Polska z dnia 10.06. 2019 r., s. 15 (k. 140);
- B. pismo p. G. Durkiewicz z dnia 10.06.2019 r., s. 27 (k. 162).
- (304) Reasumując, mając na uwadze wskazane powyżej okoliczności, Prezes Urzędu uznał, że działania Solgar Polska miały charakter umyślny.

12.2. Wysokość kar pieniężnych

- (305) Zgodnie z art. 106 ust. 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.
- (306) Pojęcie „obrotu” zostało sprecyzowane w art. 106 ust. 3 pkt 1, 2 i 3 u.o.k.k., zgodnie z którym: obrót oblicza się jako sumę: 1) przychodów wykazanych w rachunku zysków i strat – w przypadku przedsiębiorcy sporządzającego taki rachunek na podstawie przepisów o rachunkowości; 2) przychodów wykazanych w rocznym sprawozdaniu finansowym równoważnym do rachunku zysków i strat sporządzanym na podstawie przepisów o rachunkowości lub w innym dokumencie podsumowującym przychody w roku obrotowym, w tym w sprawozdaniu z wykonania budżetu – w przypadku przedsiębiorcy, który nie sporządza rachunku zysków i strat na podstawie przepisów o rachunkowości; 3) udokumentowanych przychodów uzyskanych w roku obrotowym w szczególności ze sprzedaży produktów, towarów lub materiałów, przychodów finansowych oraz przychodów z działalności realizowanej na podstawie statutu lub innego dokumentu określającego zakres działalności przedsiębiorcy, a także wartości uzyskanych przez przedsiębiorcę dotacji przedmiotowych – w przypadku braku dokumentów, o których mowa w pkt 1 i 2.
- (307) Wymierzając karę pieniężną, Prezes Urzędu posługuje się zasadami określonymi w wydanych - zgodnie z art. 31a u.o.k.k. - „Wyjaśnieniach dotyczących ustalania wysokości kar pieniężnych w sprawach związanych z naruszeniem zakazu praktyk ograniczających konkurencję (2015)” (dalej jako: „**Wyjaśnienia**”)⁸⁹.
- (308) Przedstawiona w ww. wyjaśnieniach metodyka ustalania kary została oparta na normatywnych przesłankach określania kar i dotychczasowym dorobku orzecznictwa w sprawach antymonopolowych. Zgodnie z pkt 1 przedmiotowych wyjaśnień „podstawą obliczenia wysokości kary pieniężnej jest obrót ustalony zgodnie z art. 106 ust. 3 i nast. u.o.k.k. za ostatni rok, w którym stosowana była praktyka ograniczająca konkurencję”.
- (309) W związku z powyższym, kara nałożona w niniejszej sprawie została określona w oparciu o obrót Solgar Polska w roku obrotowym 1 stycznia 2017 r. – 31 grudnia 2017 r.⁹⁰

⁸⁹ Zgodnie z pkt 5 Wyjaśnień dotyczących ustalania wysokości kar pieniężnych w sprawach związanych z naruszeniem zakazu praktyk ograniczających konkurencję z kwietnia 2021 r., nowe wyjaśnienia stosuje się do spraw, w których Szczegółowe Uzasadnienie Zarzutów przedstawiono po 5 kwietnia 2021 r. Tym samym w niniejszej sprawie zastosowanie będą mieć Wyjaśnienia z 2015 r.

⁹⁰ Jak wskazano w akapicie (209) decyzji, Solgar Polska uczestniczyła w naruszeniu art. 6 u.o.k.k oraz art. 101 TFUE co najmniej od marca 2010 r. do przynajmniej 24 października 2017 r., tj. do dnia rozpoczęcia przez Prezesa Urzędu przeszukania w Solgar Polska. Jednocześnie z uwagi na to, że zgodnie z art. 10 ust. 3 u.o.k.k. ciężar dowiedzenia

- (310) Natomiast przy określaniu maksymalnej możliwej wysokości nakładanej kary pieniężnej, Prezes Urzędu wziął pod uwagę wysokość obrotu osiągniętego przez Solgar Polska w roku obrotowym poprzedzającym rok nałożenia kary, tj. w roku obrotowym 1 stycznia 2020 r. – 31 grudnia 2020 r.

Dowody do akapitów (309) i (310):

A. rachunek zysków i strat Solgar Polska za rok 2017 (k. 1285-1286);

B. rachunek zysków i strat Solgar Polska za rok 2020 (k. 1463).

- (311) Zarazem Prezes Urzędu wziął pod uwagę art. 111 ust. 1 pkt 1 u.o.k.k., nakazujący by przy ustalaniu wysokości kary pieniężnej uwzględniać w szczególności okoliczności naruszenia przepisów ustawy oraz uprzednie naruszenie przepisów ustawy, a także okres, stopień oraz skutki rynkowe naruszenia przepisów ustawy; przy czym stopień naruszenia należy oceniać biorąc pod uwagę okoliczności dotyczące natury naruszenia, działalności przedsiębiorcy, która stanowiła przedmiot naruszenia oraz specyfiki rynku, na którym doszło do naruszenia.
- (312) Prezes Urzędu uwzględnił również, że nałożona kara pieniężna powinna pełnić funkcję represyjną (tj. stanowić dolegliwość za naruszenie przepisów u.o.k.k. oraz TFUE), ale także prewencyjną (tj. odstraszać przed dokonaniem podobnych naruszeń w przyszłości).

12.2.1. Stopień naruszenia przepisów

- (313) Prezes Urzędu ustalił wymiar kary pieniężnej w niniejszej sprawie, biorąc pod uwagę w pierwszej kolejności stopień naruszenia przepisów ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów oraz TFUE. Dokonując oceny stopnia naruszenia Prezes Urzędu wziął pod uwagę ww. (i) okoliczności dotyczące natury naruszenia oraz (ii) okoliczności dotyczące działalności przedsiębiorcy, która stanowiła przedmiot naruszenia i specyfiki rynku, na którym doszło do naruszenia; a także skutki rynkowe tego naruszenia.
- (314) Na potrzeby oceny natury naruszenia Prezes Urzędu wyróżnia:
- i. naruszenia bardzo poważne, do których należy zaliczyć przede wszystkim szczególnie szkodliwe horyzontalne ograniczenia konkurencji, jak również

zaprzestania udziału w naruszeniu spoczywa na stronie postępowania, a w niniejszej sprawie strona nie wypowiedziała się odnośnie do momentu zaniechania porozumienia ograniczającego konkurencję, w tym nie przedstawiła dowodów zaniechania udziału w tym porozumieniu Prezes Urzędu nakazał w pkt. II sentencji decyzji zaniechanie naruszenia, w zakresie jeszcze niezaniechanym.

- przypadki nadużywania pozycji dominującej mające na celu lub prowadzące do eliminacji konkurencji na rynku;
- ii. naruszenia poważne, do których należy zaliczyć przede wszystkim porozumienia horyzontalne niezaliczane do najpoważniejszych naruszeń, porozumienia wertykalne wpływające na cenę lub warunki oferowania produktu, przypadki nadużywania pozycji dominującej mające na celu lub prowadzące do istotnego ograniczenia konkurencji lub dotkliwej eksploatacji kontrahentów lub konsumentów;
 - iii. naruszenia mniej poważne niż wyżej wymienione (naruszenia pozostałe), do których należą m.in. porozumienia wertykalne niedotyczące ceny lub możliwości odsprzedaży towaru, jak również przypadki nadużywania pozycji dominującej o mniejszej wadze.
- (315) Prezes Urzędu uznał naruszenie opisane w decyzji za poważne naruszenie polskich i unijnych reguł konkurencji. Powyższe wynika z faktu, że naruszenie stwierdzone w niniejszej sprawie, polegało na zawarciu wertykalnego porozumienia cenowego dotyczącego ustalania minimalnego poziomu cen odsprzedaży produktów, które ogranicza konkurencję ze względu na sam swój cel (przedmiot).
- (316) Oceniając naturę porozumienia Prezes Urzędu wziął tym samym pod uwagę, że wskazane powyżej porozumienie miało charakter wertykalny i dotyczyło ustalania cen. Zarówno w ustawodawstwie, jak i w orzecznictwie z zakresu prawa ochrony konkurencji, tego rodzaju porozumienia traktowane są jako najcięższe wertykalne ograniczenia konkurencji z uwagi na sam ich przedmiot - cel. Ze względu na powyższe Prezes Urzędu uznał, że uzasadnione jest sklasyfikowanie porozumienia stwierdzonego niniejszą decyzją jako naruszenia poważnego i określenie wyjściowej kwoty kary w przedziale od 0,2% do 1% obrotu przedsiębiorcy.
- (317) Wymiar kary na tym etapie został ustalony przy uwzględnieniu roli Solgar Polska jako podmiotu, który pełnił rolę organizatora porozumienia, umożliwiając w ten sposób jego funkcjonowanie.
- (318) W poniższej tabeli określona została kwota wyjściowa do dalszego wyliczenia wysokości kary pieniężnej dla Solgar Polska.

Tabela nr 3 Pierwszy etap obliczenia wysokości kary dla Solgar Polska

Podmiot	Wymiar kary (ustalony na podstawie % obrotu)	
	Natura naruszenia	Kwota wyjściowa kary (w zł)
Solgar Polska	poważne	357 638,50 zł

- (319) Ustalając wymiar kary Prezes Urzędu wziął w dalszej kolejności pod uwagę specyfikę rynku, na jakim doszło do naruszenia konkurencji, specyfikę działalności przedsiębiorcy, a także skutki rynkowe naruszenia. Kara powinna być bowiem tym wyższa, im większy jest negatywny wpływ na rynek związany z naruszeniem prawa konkurencji. Kierując się tymi przesłankami, Prezes Urzędu zwiększa lub zmniejsza ustaloną na wcześniejszym etapie kwotę maksymalnie o 80%.
- (320) Prezes Urzędu uwzględnił, że krajowy rynek sprzedaży suplementów diety, zarówno na szczeblu detalicznym jak i hurtowym jest rynkiem konkurencyjnym, na którym działa wielu przedsiębiorców. Z drugiej jednak strony uwzględniono, że polityka cenowa została wprowadzona w życie i wywierała wpływ na detaliczne ceny Produktów Solgar Polska.
- (321) W ocenie Prezesa Urzędu ww. okoliczności równoważą się, w związku z czym postanowiono nie zmieniać kwoty wyjściowej na tym etapie ustalania kary.

Tabela nr 4 Drugi etap obliczania wysokości kary dla Solgar Polska

Podmiot	Wymiar kary		
	Natura naruszenia	Specyfika rynku oraz działalności przedsiębiorcy	Po modyfikacji
Solgar Polska	357 638,50 zł	_____	357 638,50 zł

12.2.2. Okres naruszenia

- (322) Dokonując oceny wpływu okresu naruszenia na wymiar kary, Prezes Urzędu przyjmuje, że kwota bazowa kary może ulec zwiększeniu ze względu na długotrwałe stosowanie praktyki ograniczającej konkurencję. Jako długotrwałe traktowane są naruszenia trwające dłużej niż rok. Prezes Urzędu przyjmuje, że w przypadku porozumień ograniczających konkurencję kwota bazowa może ulec zwiększeniu o maksymalnie 200%. Biorąc pod uwagę okres naruszenia Prezes Urzędu ma na względzie, że im dłuższy okres trwania naruszenia, tym większe korzyści mogą osiągać uczestniczący w nim przedsiębiorcy.
- (323) W ramach porozumienia Solgar Polska oraz jej dystrybutorzy ograniczali konkurencję w okresie od co najmniej marca 2010 r. do przynajmniej 24 października 2017 r.
- (324) W ocenie Prezesa Urzędu długotrwałość porozumienia przełożyła się na zwielokrotnienie korzyści osiąganych z niego przez uczestników porozumienia. Korzyści te wynikały przede wszystkim z ograniczenia konkurencji między dystrybutorami Produktów Solgar Polska, co w konsekwencji prowadziło do utrzymania detalicznych cen na ustalonym poziomie. Mając powyższe na uwadze, Prezes Urzędu postanowił podnieść kwotę kary ustalonej na poprzednim etapie o (150 %).

Tabela nr 5 Trzeci etap obliczania wysokości kary dla Solgar Polska

Podmiot	Wymiar kary		
	Kwota z drugiego etapu naliczania wysokości kary	Długotrwałość naruszenia	Po modyfikacji
Solgar Polska	357 638,50 zł	↑ 150 %	894 096,26 zł

12.2.3. Okoliczności łagodzące i obciążające

- (325) Oceniając okoliczności naruszenia przepisów ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów oraz TFUE Prezes Urzędu dokonuje podziału tych okoliczności, na podstawie art. 111 ust. 2 - 4 u.o.k.k., na mające wpływ na zwiększenie (okoliczności obciążające) i zmniejszenie (okoliczności łagodzące) wymiaru kary.
- (326) Okoliczności obciążające i łagodzące są oceniane łącznie, indywidualnie dla każdej sprawy oraz dla każdego przedsiębiorcy. Poszczególne okoliczności obciążające lub łagodzące mogą mieć różną wagę. Prezes Urzędu przyjmuje, że z uwagi na te okoliczności kwoty ustalone na wcześniejszym etapie obliczania wysokości kary mogą ulec zwiększeniu bądź zmniejszeniu maksymalnie o 80%.
- (327) Prezes Urzędu uznał, że nie wystąpiła żadna z okoliczności łagodzących, o których mowa w art. 111 ust. 3 pkt. 1 u.o.k.k.
- (328) Prezes Urzędu uznał, że okolicznościami obciążającymi w niniejszej sprawie są: rola lidera lub inicjatora porozumienia ograniczającego konkurencję przyjęta przez Solgar Polska lub nakłanianie innych przedsiębiorców do uczestnictwa w porozumieniu (art. 111 ust. 4 pkt 1 lit. a u.o.k.k.) oraz umyślność naruszenia (art. 111 ust. 4 pkt 1 lit. d u.o.k.k.).
- (329) Zgodnie ze zgromadzonym materiałem dowodowym, aktywna rola Solgar Polska była niezbędna dla funkcjonowania porozumienia. Solgar Polska wdrożyła wśród swoich dystrybutorów porozumienie polegające na ustalaniu minimalnych cen odsprzedaży jej produktów. Podmiot ten był również organizatorem i liderem porozumienia utrzymującym je w obrocie gospodarczym (punkt 9.4.- „*Status organizatora porozumienia Solgar Polska*”).
- (330) Ponadto, jako okoliczność obciążającą Prezes Urzędu potraktował fakt, że dokonane naruszenie miało charakter umyślny - w zakresie umyślności naruszenia uwagi przedstawione zostały w punkcie 12.1 „*Przesłanka „choćby nieumyślnego” naruszenia przepisów*”.

- (331) Podsumowując w sprawie nie występują żadne okoliczności łagodzące. Występują natomiast dwie okoliczności obciążające. W związku z tym Prezes Urzędu postanowił podnieść kwotę kary ustalonej na poprzednim etapie o (40%).

Tabela nr 6 Czwarty etap obliczania wysokości kary dla Solgar Polska

Podmiot	Wymiar kary		
	Kwota z trzeciego etapu naliczania wysokości kary	Okoliczności obciążające i łagodzące	Po modyfikacji
Solgar Polska	894 096,26 zł	↑ 40 %	1 251 734,76 zł

12.3. Zastosowanie progu maksymalnego wymiaru kar

- (332) Wskazana powyżej ostateczna kwota kary stanowi nie więcej niż 10 % obrotu osiągniętego przez Solgar Polska w roku obrotowym poprzedzającym rok nałożenia kary, tj. w roku obrotowym 1 stycznia 2020 r. – 31 grudnia 2020 r. Co za tym idzie, wysokość tej kwoty mieści się w granicach określonych w art. 106 ust. 1 u.o.k.k.

12.4. Kara pieniężna nałożona na Solgar Polska

- (333) Mając na uwadze wszystkie powyższe okoliczności, Prezes Urzędu uznał, że stwierdzone niniejszą decyzją naruszenie ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów oraz TFUE przemawia za ustaleniem kary pieniężnej dla Solgar Polska w wysokości **1 251 734,76 zł** (słownie: jeden milion dwieście pięćdziesiąt jeden tysięcy siedemset trzydzieści cztery złote siedemdziesiąt sześć groszy).

Tabela nr 7 Wysokość kary pieniężnej

Podmiot	Wymiar kary
Solgar Polska	1 251 734,76 zł

- (334) W ocenie Prezesa Urzędu wysokość kary odzwierciedla wyżej wskazane przesłanki ustalania kar.
- (335) Należy podkreślić, że zdaniem Prezesa Urzędu tylko kara w ustalonej wyżej wysokości pozwoli osiągnąć cele, jakie są związane z tym rodzajem sankcji. Nakładając karę pieniężną Prezes Urzędu kieruje się bowiem założeniem, że powinna ona spełniać funkcję

represyjną (tj. stanowić dolegliwość za naruszenie reguł konkurencji) oraz prewencyjną (tj. odstraszać przed dokonaniem naruszeń prawa). W zakresie, w jakim kara została nałożona w związku z naruszeniem prawa unijnego, Prezes Urzędu miał też na względzie, że jako narodowy organ ochrony konkurencji był zobowiązany do nałożenia kary w takim wymiarze, aby zapewniał on skuteczność prawa unijnego, tj. żeby naruszenie tego prawa nie wiązało się ze zbyt małą dolegliwością. Prezes Urzędu uwzględnił również, że kara powinna być proporcjonalna, tj. nie powinna pozostawać ani zaniżona w porównaniu do naruszenia, ani zawyżona.

13. **Kary pieniężne nakładane na podstawie art. 106a u.o.k.k.**

- (336) 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.
- (337) Ustawodawca oczekuje, zgodnie z art. 111 u.o.k.k., że 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. Przepis art. 111 ust. 1 u.o.k.k., odnosi się do naruszenia „ustawy” m.in. w przypadku kary pieniężnej o której mowa, w art. 106 a u.o.k.k. Natomiast na podstawie art. 106 a u.o.k.k. kara na osobę zarządzającą może być nałożona w przypadku gdy umyślnie dopuściła do naruszenia przez przedsiębiorcę zakazów określonych nie tylko w u.o.k.k. ale również w TFUE.
- (338) 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.
- (339) Zmierzając do zwiększania spójności w polityce karania, przy wymierzaniu kar osobom zarządzającym Prezes Urzędu posługuje się dodatkowo zasadami określonymi w wydanych przez siebie, 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**”).
- (340) Wymierzając kary dla osób zarządzających Prezes Urzędu ma na względzie, że sytuacja tych osób różni się od 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), to 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.

- (341) 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:
- i. 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;
 - ii. stopień wpływu osoby zarządzającej na naruszenie;
 - iii. okoliczności obciążające i łagodzące;
 - iv. okres naruszenia;
 - v. uprzednie naruszenia ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów inne niż naruszenia podobne do naruszenia, za które nakładana jest kara pieniężna;
 - vi. 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);
 - vii. maksymalny wymiar kary.

13.1. Pani Grażyna Durkiewicz

Charakter naruszenia

- (342) Oceniając charakter naruszenia Prezes Urzędu uwzględnił okoliczności, o których mowa w akapicie (316) decyzji– odpowiedzialność osób zarządzających jest pochodną kształtu naruszenia dokonanego przez przedsiębiorcę 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 uczestniczyła p. Grażyna Durkiewicz, za naruszenie poważne.
- (343) Zmierając do ujednoczenia polityki karania, na pierwszym etapie rozważań na temat adekwatnych kar Prezes Urzędu określa kwotę, która na kolejnych etapach analizy służy ustaleniu wymierzanej 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.
- (344) W niniejszej sprawie Prezes Urzędu uznał za uzasadnione określenie następującej kwoty początkowej, służącej ustaleniu wymiaru kary, w odniesieniu do p. Grażyny Durkiewicz.

Tabela nr 8 Pierwszy etap obliczenia wysokości kary dla p. Grażyny Durkiewicz

Osoba zarządzająca	Kwota początkowa służąca określeniu kary
Grażyna Durkiewicz	75 000,00 zł

- (345) Prezes Urzędu uznał, że ww. kwota, w odniesieniu do zakresu odpowiedzialności p. Grażyny Durkiewicz, jest odpowiednia ze względu na okoliczności wskazane w akapicie (316) decyzji.

Stopień wpływu na naruszenie

- (346) 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. Zmierając 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.

- (347) Prezes Urzędu uznał, że stopień wpływu p. Grażyny Durkiewicz na naruszenie Solgar Polska był wysoki. Pani Grażyna Durkiewicz przez cały okres funkcjonowania praktyki sprawowała funkcję Prezesa Zarządu Solgar Polska.
- (348) Pani Grażyna Durkiewicz miała wiedzę o funkcjonowaniu porozumienia i na żadnym etapie nie podjęła działań mających na celu jego zaniechanie. Ponadto, p. Grażyna Durkiewicz sama podejmowała działania w zakresie ustalania minimalnych detalicznych cen odsprzedaży Produktów Solgar Polska.
- (349) Mając na względzie powyższe, Prezes Urzędu uznał, że p. Grażyna Durkiewicz miała decydujący wpływ na naruszenie, tj. bez zaniechań i działań z jej strony do naruszenia po stronie Solgar Polska by nie doszło lub byłoby ono istotnie utrudnione.
- (350) W przypadku istnienia wysokiego wpływu na naruszenie, zmierzając do ujednolicenia polityki karania, Prezes Urzędu określił w Wyjaśnieniach w sprawie kar dla osób zarządzających, że wpływowi danej osoby zarządzającej na naruszenie będzie przypisywał mnożnik wpływający na ostateczny wymiar kary w wysokości od 0,75 do 1,25.
- (351) W konsekwencji Prezes Urzędu w celu odzwierciedlenia stopnia wpływu p. Grażyny Durkiewicz na naruszenie zastosował następujący mnożnik w odniesieniu do początkowo określonej kwoty, służącej jako punkt odniesienia dla ustalenia wymiaru kary.

Tabela nr 9 Drugi etap obliczenia wysokości kary dla p. Grażyny Durkiewicz

Osoba zarządzająca	Kwota początkowa służąca określeniu kary	Mnożnik służący odzwierciedleniu stopnia wpływu na naruszenie	Kwota po uwzględnieniu stopnia wpływu na naruszenie
Grażyna Durkiewicz	75 000,00 zł	1	75 000,00 zł

Okoliczności obciążające i łagodzące

- (352) Okoliczności obciążające przemawiają za wymierzeniem kary bardziej dolegliwej, a okoliczności łagodzące za karą niższego wymiaru. Prezes Urzędu ocenia te okoliczności łącznie, indywidualnie dla każdej osoby zarządzającej, 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%.

(353) Prezes Urzędu po przeanalizowaniu materiału dowodowego nie zidentyfikował występowania w sprawie okoliczności łagodzących, ani okoliczności obciążających w odniesieniu do p. Grażyny Durkiewicz.

Tabela nr 10 Trzeci etap obliczenia wysokości kary dla p. Grażyny Durkiewicz

Osoba zarządzająca	Kwota po uwzględnieniu stopnia wpływu na naruszenie	Okoliczności łagodzące i obciążające	Kwota po uwzględnieniu okoliczności łagodzących i obciążających
Grażyna Durkiewicz	75 000,00 zł	-	75 000,00 zł

Okres naruszenia

(354) Zmierzając 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.

(355) Uwzględniając wpływ okresu naruszenia na wymiar kary w niniejszej sprawie Prezes Urzędu przypisał p. Grażynie Durkiewicz odpowiedzialność na podstawie art. 6a u.o.k.k. za działania podejmowane od 18 stycznia 2015 r. do 24 października 2017 r. tj. za ponad 2 lata.

(356) W konsekwencji okres uczestnictwa p. Grażyny Durkiewicz w naruszeniu wpływa następująco na określenie wymiaru kary.

Tabela nr 11 Czwarty etap obliczenia wysokości kary dla p. Grażyny Durkiewicz

Osoba zarządzająca	Kwota po uwzględnieniu okoliczności łagodzących i obciążających	Mnożnik służący odzwierciedleniu okresu naruszenia	Kwota po uwzględnieniu okresu naruszenia
Grażyna Durkiewicz	75 000,00 zł	2,5	187 500,00 zł

Uprzednie naruszenie

- (357) Prezes Urzędu nie stwierdził, aby p. Grażyna Durkiewicz naruszyła wcześniej przepisy ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów. W konsekwencji Prezes Urzędu stwierdził, że brak jest podstaw do zaostrenia wymiaru kary z uwagi na tę przesłankę.

Adekwatność

- (358) Określając wysokość kary pieniężnej Prezes Urzędu uwzględnił, czy kwota będąca wynikiem analizy na poprzednich etapach nie będzie pozostawać rażąco nieadekwatna w warunkach rozpatrywanej sprawy. W powyższym zakresie Prezes Urzędu wziął pod uwagę przychody (w okresie naruszenia) p. Grażyny Durkiewicz w Solgar Polska. Przychody te Prezes Urzędu ustalił na podstawie informacji przekazanych przez Solgar Polska.

Dowód: pismo Solgar Polska z dnia 8 czerwca 2020 r. (k. 1281-1289).

- (359) W ocenie Prezesa Urzędu przychody p. Grażyny Durkiewicz można uznać za wysokie. W tym kontekście należy zwrócić uwagę, że zgodnie z danymi Głównego Urzędu Statystycznego przeciętne wynagrodzenie w gospodarce narodowej w 2017 r., tj. w roku, w którym przypada ostatni okres, za który Prezes Urzędu przypisał osobom zarządzającym odpowiedzialność za naruszenie, wyniosło 4271,51 zł.⁹¹ W tym ujęciu przychody p. Grażyny Durkiewicz w Solgar Polska były istotnie większe, niż przeciętne wynagrodzenie.
- (360) Art. 111 ust. 1 pkt 2 nakazuje uwzględniać przy wymiarze kary przychody uzyskane przez osobę zarządzającą u danego przedsiębiorcy, co służy nakładaniu kar w wysokości adekwatnej (odpowiednio dolegliwej), dostosowanej do indywidualnej sytuacji danej osoby zarządzającej. Wysokość kar powinna korespondować z wysokością wynagrodzenia, tak aby zachowana została funkcja represyjna i prewencyjna kary.
- (361) W ocenie Prezesa Urzędu, kwota będąca wynikiem analizy na poprzednich etapach jest adekwatna do przychodów p. Grażyny Durkiewicz. Kwota ta pozostaje bowiem znacząco poniżej całkowitych przychodów p. Grażyny Durkiewicz w okresie, w którym przypisana została jej odpowiedzialność za naruszenie. Chociaż wskazana wcześniej kwota nominalna pozostaje wysoka (kara dla p. Grażyny Durkiewicz przekracza istotnie roczne zarobki przeciętnego polskiego obywatela w 2017 r.), to jej nominalna wysokość jest pochodną wysokich przychodów p. Grażyny Durkiewicz.
- (362) Mając na uwadze powyższe w ocenie Prezesa Urzędu kara wyliczona na poprzednich etapach spełnia wymóg adekwatności i nie powinna być modyfikowana na obecnym etapie.

Maksymalny wymiar kary

⁹¹ Komunikat Prezesa Głównego Urzędu Statystycznego z dnia 9 lutego 2018 r. w sprawie przeciętnego wynagrodzenia w gospodarce narodowej w 2017 r. (M. P. z 2018 r., poz. 187).

- (363) Prezes Urzędu przy nałożeniu kary na p. Grażynę Durkiewicz uwzględnił ustawowy maksymalny wymiar kary, tj. to, że kara nie może przekroczyć kwoty 2 000 000 zł. Kara wyliczona na podstawie zaprezentowanej metodyki jest znacznie poniżej progu kary maksymalnej.

Wysokość kary pieniężnej

- (364) Prezes Urzędu uznał, że karą, która będzie odznaczała się dolegliwością i będzie stanowiła adekwatną reakcję państwa na naruszenie prawa, będzie kara pieniężna w wysokości 187 500,00 zł (słownie: sto osiemdziesiąt siedem tysięcy pięćset złotych).

Tabela nr 12 Wysokość kary pieniężnej

Osoba zarządzająca	Wysokość kary pieniężnej
Grażyna Durkiewicz	187 500,00 zł

13.2. Pani Barbara Szymaniak

Charakter naruszenia

- (365) Oceniając charakter naruszenia Prezes Urzędu uwzględnił okoliczności, o których mowa w akapicie (316) decyzji – odpowiedzialność osób zarządzających jest pochodną kształtu naruszenia dokonanego przez przedsiębiorcę 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 uczestniczyła p. Barbara Szymaniak, za naruszenie poważne.
- (366) Zmierzając do ujednolicenia polityki karania, na pierwszym etapie rozważań na temat adekwatnych kar Prezes Urzędu określa kwotę, która na kolejnych etapach analizy służy ustaleniu wymierzanej 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.
- (367) W niniejszej sprawie Prezes Urzędu uznał za uzasadnione określenie następującej kwoty początkowej, służącej ustaleniu wymiaru kary, w odniesieniu do p. Barbary Szymaniak:

Tabela nr 13 Pierwszy etap obliczenia wysokości kary dla p. Barbary Szymaniak

Osoba zarządzająca	Kwota początkowa służąca określeniu kary
Barbara Szymaniak	75 000,00 zł

(368) Prezes Urzędu uznał, że ww. kwota w odniesieniu do zakresu odpowiedzialności p. Barbary Szymaniak jest odpowiednia ze względu na okoliczności wskazane w akapicie (316) decyzji.

Stopień wpływu na naruszenie

(369) 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.

(370) W ocenie Prezesa Urzędu stopień wpływu p. Barbary Szymaniak na naruszenie Solgar Polska był wysoki. Pani Barbara Szymaniak przez cały okres funkcjonowania praktyki sprawowała funkcję Członka Zarządu Solgar Polska.

(371) Pani Barbara Szymaniak nie tylko miała wiedzę o funkcjonowaniu porozumienia w zakresie ustalania minimalnych cen odsprzedaży Produktów Solgar Polska, ale była w Solgar Polska osobą bezpośrednio odpowiedzialną za jego wdrażanie. W szczególności p. Barbara Szymaniak koordynowała i nadzorowała działania pozostałych pracowników Solgar Polska, w tym pracowników Działu Telemarketingu oraz koordynatorów, związane z ustaleniami minimalnych detalicznych cen odsprzedaży Produktów Solgar Polska.

(372) W przypadku istnienia wysokiego wpływu na naruszenie, zmierzając do ujednoczenia polityki karania, Prezes Urzędu określił w Wyjaśnieniach w sprawie kar dla osób zarządzających, że wpływowi danej osoby zarządzającej na naruszenie będzie przypisywał mnożnik wpływający na ostateczny wymiar kary w wysokości od 0,75 do 1,25.

(373) W konsekwencji Prezes Urzędu w celu odzwierciedlenia stopnia wpływu p. Barbary Szymaniak na naruszenie zastosował następujący mnożnik w odniesieniu do początkowo określonej kwoty, służącej jako punkt odniesienia dla ustalenia wymiaru kary.

Tabela nr 14 Drugi etap obliczenia wysokości kary dla p. Barbary Szymaniak

Osoba zarządzająca	Kwota początkowa służąca określeniu kary	Mnożnik służący odzwierciedleniu stopnia wpływu na naruszenie	Kwota po uwzględnieniu stopnia wpływu na naruszenie
Barbara Szymaniak	75 000,00 zł	1	75 000,00 zł

Okoliczności obciążające i łagodzące

- (374) Okoliczności obciążające przemawiają za wymierzeniem kary bardziej dolegliwej, a okoliczności łagodzące za karą niższego wymiaru. Prezes Urzędu ocenia te okoliczności łącznie, indywidualnie dla każdej osoby zarządzającej, przyjmując zarazem, że poszczególne okoliczności obciążające i łagodzące mogą mieć różną doniosłość. Zmierząc 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%.
- (375) Prezes Urzędu po przeanalizowaniu materiału dowodowego nie zidentyfikował występowania w sprawie okoliczności łagodzących, ani okoliczności obciążających w odniesieniu do p. Barbary Szymaniak.

Tabela nr 15 Trzeci etap obliczenia wysokości kary dla p. Barbary Szymaniak

Osoba zarządzająca	Kwota po uwzględnieniu stopnia wpływu na naruszenie	Okoliczności łagodzące i obciążające	Kwota po uwzględnieniu okoliczności łagodzących i obciążających
Barbara Szymaniak	75 000,00 zł	-	75 000,00 zł

Okres naruszenia

- (376) Zmierząc do ujednolicenia polityki karania w Wyjaśnieniach w sprawie kar dla osób zarządzających Prezes Urzędu uznał, że ograniczy dyskrejonalność 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.
- (377) Uwzględniając wpływ okresu naruszenia na wymiar kar w niniejszej sprawie Prezes Urzędu przypisał p. Barbarze Szymaniak odpowiedzialność na podstawie art. 6a u.o.k.k. za działania podejmowane od 18 stycznia 2015 r. do 24 października 2017 r. tj. za ponad 2 lata.

- (378) W konsekwencji okres uczestnictwa p. Barbary Szymaniak w naruszeniu wpływa następująco na określenie wymiaru kar.

Tabela nr 16 Czwarty etap obliczenia wysokości kary dla p. Barbary Szymaniak

Osoba zarządzająca	Kwota po uwzględnieniu okoliczności łagodzących i obciążających	Mnożnik służący odzwierciedleniu okresu naruszenia	Kwota po uwzględnieniu okresu naruszenia
Barbara Szymaniak	75 000,00 zł	2,5	187 500,00 zł

Uprzednie naruszenie

- (379) Prezes Urzędu nie stwierdził, aby p. Barbara Szymaniak naruszyła wcześniej przepisy ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów. W konsekwencji Prezes Urzędu stwierdził, że brak jest podstaw do zaostrzenia wymiaru kar z uwagi na tę przesłankę.

Adekwatność

- (380) Określając wysokość kary pieniężnej Prezes Urzędu uwzględnił, czy kwota będąca wynikiem analizy na poprzednich etapach nie będzie pozostawać rażąco nieadekwatna w warunkach rozpatrywanej sprawy. W powyższym zakresie Prezes Urzędu wziął pod uwagę przychody (w okresie naruszenia) p. Barbary Szymaniak w Solgar Polska. Przychody te Prezes Urzędu ustalił na podstawie informacji przekazanych przez Solgar Polska.

Dowód: pismo Solgar Polska z dnia 8 czerwca 2020 r. (k. 1281-1289)

- (381) Oceniając adekwatność wcześniej określonych kwot służących ustaleniu wymiaru kar, Prezes Urzędu miał na względzie okoliczności, o których mowa w akapicie (340) 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.
- (382) W odniesieniu do p. Barbary Szymaniak Prezes Urzędu stwierdził, że przyjęcie wymiaru kar równego kwocie wskazanej w odniesieniu do p. Grażyny Durkiewicz (punkt 13.1. *Grażyna Durkiewicz*), będzie prowadziło do nałożenia kary nieadekwatnie wysokiej. Prezes Urzędu wziął pod uwagę, że przychody p. Barbary Szymaniak były niższe, niż przychody p. Grażyny Durkiewicz.
- (383) Prezes Urzędu uznał, że na tym etapie ustalania kary pieniężnej odpowiednią wartością obniżki w odniesieniu do p. Barbary Szymaniak będzie 50%. W ocenie Prezesa Urzędu, obniżka w tej wysokości z jednej strony uwzględni różnice między sytuacją p. Grażyny Durkiewicz a p. Barbary Szymaniak, ale z drugiej nie sprawia, że kara traci swój charakter

jako dolegliwości związanej z naruszeniem reguł konkurencji. Należy przy tym podkreślić, że - zgodnie ze stanowiskiem Trybunału Konstytucyjnego⁹² - sprawiedliwa kara nie musi być wynikiem ścisłych kalkulacji matematycznych i może zawierać element uznania w zakresie dostosowania do warunków sprawy. W konsekwencji Prezes Urzędu przyjął, że wymiar kary dla p. Barbary Szymaniak będzie równy kwocie, o której mowa wcześniej obniżonej o 50%, tj. będzie wynosić 93 750,00 zł (słownie: dziewięćdziesiąt trzy tysiące siedemset pięćdziesiąt złotych).

Maksymalny wymiar kary

- (384) Prezes Urzędu przy nałożeniu kary na p. Barbarę Szymaniak uwzględnił ustawowy maksymalny wymiar kary, tj. że kara nie może przekroczyć kwoty 2 000 000 zł. Kara wyliczona na podstawie zaprezentowanej metodyki jest znacznie poniżej progu kary maksymalnej.

Wysokość kary pieniężnej

- (385) Prezes Urzędu uznał, że karą, która będzie odznaczała się dolegliwością i będzie stanowiła adekwatną reakcję państwa na naruszenie prawa, będzie kara pieniężna w wysokości 93 750,00 zł (słownie: dziewięćdziesiąt trzy tysiące siedemset pięćdziesiąt złotych).

Tabela nr 17 Wysokość kary pieniężnej

Osoba zarządzająca	Wysokość kary pieniężnej
Barbara Szymaniak	93 750,00 zł

14. Koszty postępowania

- (386) Zgodnie z art. 77 ust. 1 u.o.k.k., jeżeli w wyniku postępowania Prezes Urzędu stwierdził naruszenie przepisów u.o.k.k., przedsiębiorca, który dopuścił się tego naruszenia oraz osoba zarządzająca, która do naruszania dopuściła są obowiązani ponieść koszty postępowania. Natomiast w świetle art. 80 u.o.k.k., Prezes Urzędu rozstrzyga o kosztach w drodze postanowienia, które może być zamieszczone w decyzji kończącej postępowanie.
- (387) Z przepisów u.o.k.k. nie wynika, co składa się na koszty postępowania, o których mowa w art. 77 u.o.k.k. Wobec wyrażonego w art. 83 u.o.k.k. generalnego odesłania w sprawach nieuregulowanych do przepisów k.p.a., należy przyjąć, że zakres tych kosztów wyznacza

⁹² Postanowienie Trybunału Konstytucyjnego z dnia 5 kwietnia 2017 r. w sprawie P 17/16.

art. 263 § 1 k.p.a. Tym samym, do kosztów postępowania należy zaliczyć m.in. koszty doręczania stronom pism urzędowych.

(388) W pkt. I, IV i V sentencji niniejszej decyzji stwierdzono naruszenie przepisów ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów przez Solgar Polska 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. Solgar Polska - 164 zł , na które składają się koszty doręczenia Solgar Polska 1 pisma w cenie 7,80 zł, 16 pism w cenie 8,50 zł, 1 pisma w cenie 8,90 zł oraz 1 pisma w cenie 11,30 zł ;
2. Pani Grażyny Durkiewicz - 138,50 zł, na które składają się koszty doręczenia p. Grażynie Durkiewicz 1 pisma w cenie 7,80 zł, 13 pism w cenie 8,50 zł, 1 pisma w cenie 8,90 zł oraz 1 pisma w cenie 11,30 zł;
3. Pani Barbary Szymaniak - 138,50 zł, na które składają się koszty doręczenia p. Barbarze Szymaniak 1 pisma w cenie 7,80 zł, 13 pism w cenie 8,50 zł, 1 pisma w cenie 8,90 zł oraz 1 pisma w cenie 11,30 zł.

(389) Mając na względzie uwagi przedstawione wcześniej Prezes Urzędu postanowił o obciążeniu wskazanych wyżej stron postępowania tymi kosztami – pkt. VIII sentencji niniejszej decyzji.

(390) 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

(391) Przy dokonywaniu wpłaty należy dopisać numer decyzji Prezesa Urzędu stanowiącej podstawę jej dokonania.

15. Inne pouczenia

(392) Zgodnie z art. 112 ust. 3 u.o.k.k. karę pieniężną należy uiścić w terminie 14 dni od dnia uprawomocnienia się niniejszej decyzji na konto Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów:

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

(393) Przy dokonywaniu wpłaty należy dopisać numer decyzji Prezesa Urzędu stanowiącej podstawę jej dokonania.

(394) 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 (tekst

jednolity: Dz. U. z 2020 r., poz. 1575 ze zm.), 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.

- (395) W przypadku kwestionowania wyłącznie postanowienia o kosztach postępowania zawartego w pkt. VIII sentencji niniejszej decyzji, 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 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.
- (396) 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 (tekst jednolity: Dz. U. z 2020 r., poz. 755 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.
- (397) Zgodnie z art. 103 ust. 1 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. 103 ust. 2 ustawy o kosztach sądowych w sprawach cywilnych spółka handlowa powinna wykazać także, że jej wspólnicy albo akcjonariusze nie mają dostatecznych środków na zwiększenie majątku spółki lub udzielenie spółce pożyczki.
- (398) 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.
- (399) Zgodnie z art. 105 ust. 1 zd. 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.
- (400) Stosownie do treści 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.

- (401) 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
Tomasz Bagdziński

SPIS TREŚCI:

UZASADNIENIE	3
1. STRONY POSTĘPOWANIA	5
1.1. Solgar Polska	5
1.2. Pani Grażyna Durkiewicz	6
1.3. Pani Barbara Szymaniak	6
2. PRODUKTY SOLGAR POLSKA	6
3. SYSTEM DYSTRYBUCJI PRODUKTÓW SOLGAR POLSKA	11
3.1. Umowy dystrybucyjne	13
3.1.1. Umowy patronackie	13
3.1.2. Umowy o współpracę	14
3.2. Informowanie dystrybutorów detalicznych o cenach odsprzedaży (cenniki i biuletyny)	14
4. DZIAŁANIA SOLGAR POLSKA BĘDĄCE PRZEDMIOTEM NINIEJSZEJ DECYZJI	17

4.1.	Ustalenia dotyczące stosowania minimalnych detalicznych cen odsprzedaży Produktów Solgar Polska	17
4.2.	Monitorowanie przez Solgar Polska cen odsprzedaży Produktów Solgar Polska stosowanych przez dystrybutorów detalicznych	38
4.2.1.	Monitoring prowadzony przez Solgar Polska we własnym zakresie	38
4.2.2.	Odbieranie sygnałów od dystrybutorów Solgar Polska	47
4.3.	Działania Solgar Polska wobec dystrybutorów detalicznych nie stosujących się do ustaleń w zakresie minimalnych detalicznych cen odsprzedaży Produktów Solgar Polska	55
4.4.	Wpływ działań Solgar Polska na wysokość detalicznych cen odsprzedaży Produktów Solgar Polska	57
4.5.	Pracownicy Solgar Polska zaangażowani w kwestionowane działania	60
4.5.1.	Dział Telemarketingu Solgar Polska	60
4.5.2.	Koordinatory krajowi i regionalni Solgar Polska	62
4.5.3.	Pracownik Działu Administracyjno-Finansowego	64
4.6.	Rola Zarządu Solgar Polska w ustalaniu minimalnych detalicznych cen odsprzedaży Produktów Solgar Polska	65
4.6.1.	Rola p. Grażyny Durkiewicz	65
4.6.2.	Rola p. Barbary Szymaniak	69
4.7.	Dystrybutorzy Solgar Polska zaangażowani w ustalanie minimalnych detalicznych cen odsprzedaży Produktów Solgar Polska	79
5.	INTERES PUBLICZNY	80
6.	STRONA POSTĘPOWANIA – STATUS PRZEDSIĘBIORCY	82
6.1.	Przedsiębiorcy (przedsiębiorstwa)	82
7.	RYNEK WŁAŚCIWY	83
7.1.	Rynek właściwy w aspekcie produktowym	84
7.2.	Rynek właściwy w aspekcie geograficznym	87
7.3.	Rynek właściwy a najpoważniejsze porozumienia ograniczające konkurencję	88
8.	ZASTOSOWANIE PRAWA UNIJNEGO	89
9.	NARUSZENIE REGUŁ KONKURENCJI	92
9.1.	Porozumienia i praktyki uzgodnione	92
9.2.	Wertykalny charakter porozumienia	96
9.3.	Zakres podmiotowy porozumienia	97
9.4.	Status organizatora porozumienia Solgar Polska	97
9.5.	Antykonkurencyjny cel lub skutek porozumienia	100
9.6.	Porozumienie jednolite i ciągłe	109
9.7.	Czas trwania porozumienia	110
9.8.	Niepodleganie wyłączeniom spod zakazu zawierania porozumień ograniczających konkurencję	112
9.8.1.	Reguła <i>de minimis</i>	112
9.8.2.	Wyłączenia grupowe	113
9.8.3.	Spełnienie warunków, o których mowa w art. 8 ust. 1 u.o.k.k. oraz w art. 101 ust. 3 TFUE	114

10.	ODPOWIEDZIALNOŚĆ ZA NARUSZENIE OSÓB ZARZĄDZAJĄCYCH	115
10.1.	Status osoby zarządzającej	116
10.1.1.	Pani Grażyna Durkiewicz	116
10.1.2.	Pani Barbara Szymaniak	117
10.2.	Dopuszczenie do naruszenia	117
10.2.1.	Pani Grażyna Durkiewicz	118
10.2.2.	Pani Barbara Szymaniak	124
11.	USTOSUNKOWANIE SIĘ DO STANOWISK STRON	136
11.1.	Ustosunkowanie się do stanowiska Solgar Polska	137
11.2.	Ustosunkowanie się do stanowisk p. Grażyny Durkiewicz i p. Barbary Szymaniak	144
12.	KARA PIENIĘŻNA NAKŁADANA NA PODSTAWIE ART. 106 U.O.K.K.	148
12.1.	Przesłanka „choćby nieumyślnego” naruszenia przepisów	149
12.2.	Wysokość kar pieniężnych	151
12.2.1.	Stopień naruszenia przepisów	152
12.2.2.	Okres naruszenia	154
12.2.3.	Okoliczności łagodzące i obciążające	155
12.3.	Zastosowanie progu maksymalnego wymiaru kar	156
12.4.	Kara pieniężna nałożona na Solgar Polska	156
13.	KARY PIENIĘŻNE NAKŁADANE NA PODSTAWIE ART. 106A U.O.K.K.	157
13.1.	Pani Grażyna Durkiewicz	159
13.2.	Pani Barbara Szymaniak	163
14.	KOSZTY POSTĘPOWANIA	167
15.	INNE POUCZENIA	168