

DELEGATURA UOKIK W KATOWICACH

Katowice, dnia 01.07.2011r.

RKT-410-06/10/MK

Decyzja nr RKT-16/2011

Stosownie do art. 33 ust. 6 ustawy z dnia 16 lutego 2007r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz.U. Nr 50, poz. 331 ze zmian. Dz.U. Nr 99, poz. 660, Dz.U. Nr 171, poz. 1206, Dz.U. z 2008r. Nr 157, poz. 976, Dz.U. Nr 223, poz. 1458, Dz.U. Nr 227, poz. 1505, Dz.U. z 2009r. Nr 18, poz. 97, Nr 157, poz. 1241, Dz.U. z 2011r. Nr 34, poz. 173), w imieniu Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów, po przeprowadzeniu wszczętego z urzędu postępowania antymonopolowego przeciwko Przedsiębiorstwu Produkcyjno Handlowemu „Konimpex-Plus” Sp. z o.o. w Koninie oraz następującym przedsiębiorcom:

1. Skalnik Sp. z o.o. we Wrocławiu,
2. Przemysławowi Ch. „Podróże specjalistyczne - Sklep Podróżnika” w Warszawie,
3. Sławomirowi K. Sklep Turystyczny – Przylądek w Toruniu,
4. Annie K., Barbarze S. prowadzącym wspólnie działalność gospodarczą jako P.W. „A&B” s.c. w Zielonej Górze,
5. Beacie L., Jarosławowi P. prowadzącym wspólnie działalność gospodarczą jako „Sport-Tour” s.c. w Otwocku,
6. Firmie Handlowej Sporting Andrzej Gołdyn sp.j. w Lesznie,
7. Jarosławowi S. „Digitronik” w Pile,
8. Krzysztofowi B. „Stockholm Group” we Wrzosówce,
9. Ireneuszowi K. PPHU Irmak w Lublinie,
10. Robertowi Sz., Elżbiecie Sz., prowadzącym wspólnie działalność gospodarczą jako „Harcerz” s.c. w Opolu,
11. Franciszce Cz., Januszowi W. Cz. prowadzącym wspólnie działalność gospodarczą jako Hejszownia Janusz Cz. s.c. w Kłodzku,

I. Na podstawie art. 11 ust. 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów **uznaje się** za praktykę ograniczającą konkurencję zawarcie przez Przedsiębiorstwo Produkcyjno Handlowe „Konimpex-Plus” Sp. z o.o. w Koninie oraz następujących przedsiębiorców:

1. Skalnik Sp. z o.o. we Wrocławiu,
2. Przemysława Ch. „Podróże specjalistyczne - Sklep Podróżnika” w Warszawie,
3. Sławomira K. Sklep Turystyczny – Przylądek w Toruniu,
4. Annę K., Barbarę S. prowadzące wspólnie działalność gospodarczą jako P.W. „A&B” s.c. w Zielonej Górze,
5. Beatę L., Jarosława P. prowadzących wspólnie działalność gospodarczą jako „Sport-Tour” s.c. w Otwocku,
6. Firmę Handlową Sporting Andrzej Gołdyn sp.j. w Lesznie,
7. Jarosława S. „Digitronik” w Pile,
8. Krzysztofa B. „Stockholm Group” we Wrzosówce,
9. Ireneusza K. PPHU Irmak w Lublinie,

10. Roberta Sz., Elżbietę Sz., prowadzących wspólnie działalność gospodarczą jako „Harcerz” s.c. w Opolu,
11. Franciszkę Cz., Janusza W. Cz. prowadzących wspólnie działalność gospodarczą jako Hejszownia Janusz Cz. s.c. w Kłodzku,
niedozwolonego porozumienia ograniczającego konkurencję na rynku sprzedaży hurtowej odzieży oraz sprzętu turystycznego i wspinaczkowego, polegającego na bezpośrednim ustalaniu cen sprzedaży wyrobów, poprzez ustalanie pomiędzy Przedsiębiorstwem Produkcyjno Handlowym „Konimpex-Plus” Sp. z o.o. w Koninie oraz ww. przedsiębiorcami w umowach o współpracy, cen odsprzedaży wyrobów sprzedawanych przez PPH „Konimpex-Plus” Sp. z o.o. w Koninie przez tych przedsiębiorców, co stanowi naruszenie art. 6 ust. 1 pkt 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów i **stwierdza się zaniechanie** jej stosowania przez:
 1. Skalnik Sp. z o.o. we Wrocławiu z dniem 08.12.2010r.,
 2. Przemysława Ch. „Podróże specjalistyczne - Sklep Podróżnika” w Warszawie z dniem 02.12.2010r.,
 3. Sławomira K. Sklep Turystyczny – Przylądek w Toruniu z dniem 10.12.2010r.,
 4. Annę K., Barbarę S. prowadzące wspólnie działalność gospodarczą jako P.W. „A&B” s.c. w Zielonej Górze z dniem 08.12.2010r.,
 5. Beatę L. Jarosława P. prowadzących wspólnie działalność gospodarczą jako „Sport-Tour” s.c. w Otwocku z dniem 07.12.2010r.,
 6. Firmę Handlową Sporting Andrzej Gołdyn sp.j. w Lesznie, z dniem 07.12.2010r.,
 7. Jarosława S. „Digitronik” w Pile, z dniem 28.02.2011r.,
 8. Krzysztofa B. „Stockholm Group” we Wrzosówce, z dniem 13.04.2011r.,
 9. Ireneusza K. PPHU Irmak w Lublinie, z dniem 15.12.2010r.,
 10. Roberta Sz., Elżbietę Sz., prowadzących wspólnie działalność gospodarczą jako „Harcerz” s.c. w Opolu, z dniem 06.12.2010r.,
 11. Franciszkę Cz., Janusza W. Cz. prowadzących wspólnie działalność gospodarczą jako Hejszownia Janusz Cz. s.c. w Kłodzku, z dniem 06.12.2010r. oraz
 12. PPH „Konimpex-Plus” Sp. z o.o. w Koninie z dniem 13.04.2011r.

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

1. PPH „Konimpex-Plus” Sp. z o.o. w Koninie 28.016 PLN (słownie: dwudziestu ośmiu tysięcy szesnastu złotych),
2. Skalnik Sp. z o.o. we Wrocławiu 9.716 PLN (słownie: dziewięciu tysięcy siedemset szesnastu złotych),
3. Przemysława Ch. „Podróże specjalistyczne - Sklep Podróżnika” w Warszawie 14.178 PLN (słownie: czternastu tysięcy stu siedemdziesięciu ośmiu złotych),
4. Beatę L. prowadzącą wraz z Jarosławem P. wspólnie działalność gospodarczą jako „Sport-Tour” s.c. w Otwocku 1.011 PLN (słownie: tysiąc jedenastu złotych) za które to zobowiązanie odpowiada solidarnie Jarosław P.,
5. Jarosława P. prowadzącego wraz z Beatą L., wspólnie działalność gospodarczą jako „Sport-Tour” s.c. w Otwocku, 1.011 PLN (słownie: tysiąc jedenastu złotych) za które to zobowiązanie odpowiada solidarnie Beata L.,
6. Firmę Handlową Sporting Andrzej Gołdyn sp.j. w Lesznie, 14.313 PLN (słownie: czternastu tysięcy trzystu trzynastu złotych),
7. Jarosława S. „Digitronik” w Pile, 15.899 PLN (słownie: piętnastu tysięcy ośmiuset dziewięćdziesięciu dziewięciu złotych),
8. Krzysztofa B. „Stockholm Group” we Wrzosówce, 3.668 PLN (słownie: trzech tysięcy sześćset sześćdziesięciu ośmiu złotych),
9. Ireneusza K. PPHU Irmak w Lublinie, 3.517 PLN (słownie: trzech tysięcy pięciuset siedemnastu złotych),

10. Roberta Sz., prowadzącego wraz z Elżbietą Sz., wspólnie działalność gospodarczą jako „Harcerz” s.c. w Opolu, 1.136 PLN (słownie: tysiąca stu trzydziestu sześciu złotych), za które to zobowiązanie odpowiada solidarnie Elżbieta Sz.,
11. Elżbietę Sz., prowadzącą wraz z Robertem Sz. wspólnie działalność gospodarczą jako „Harcerz” s.c. w Opolu, 1.136 PLN (słownie: tysiąca stu trzydziestu sześciu złotych) za które to zobowiązanie odpowiada solidarnie Robert Sz.,
12. Janusza W. Cz. prowadzącego wraz z Franciszką Cz. wspólnie działalność gospodarczą jako Hejzszownia Janusz Cz. s.c. w Kłodzku, 1.156 PLN (słownie: tysiąca stu pięćdziesięciu sześciu złotych) za które to zobowiązanie odpowiada solidarnie Franciszka Cz.

III. Na podstawie art. 77 w związku z art. 80 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów oraz na podstawie art. 264 § 1 ustawy Kodeks postępowania administracyjnego (tekst jedn. Dz.U. z 2000r. Nr 98, poz. 1071 ze zmian.) w związku z art. 83 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, **postanawia się obciążyć** poniżej wskazanych przedsiębiorców kosztami opisanego w punkcie I niniejszej decyzji, postępowania w wysokości:

1. PPH „Konimpex-Plus” Sp. z o.o. w Koninie 25 PLN (słownie: dwudziestu pięciu złotych),
 2. Skalnik Sp. z o.o. we Wrocławiu 25 PLN (słownie: dwudziestu pięciu złotych),
 3. Przemysława Ch. „Podróże specjalistyczne - Sklep Podróżnika” w Warszawie 25 PLN (słownie: dwudziestu pięciu złotych),
 4. Sławomira K. Sklep Turystyczny – Przylądek w Toruniu 25 PLN (słownie: dwudziestu pięciu złotych),
 5. Annę K. prowadzącą wraz z Barbarą S. wspólnie działalność gospodarczą jako P.W. „A&B” s.c. w Zielonej Górze 25 PLN (słownie: dwudziestu pięciu złotych) za które to zobowiązanie odpowiada solidarnie Barbara S.,
 6. Barbarę S. prowadzącą wraz z Anną K. wspólnie działalność gospodarczą jako P.W. „A&B” s.c. w Zielonej Górze 25 PLN (słownie: dwudziestu pięciu złotych) za które to zobowiązanie odpowiada solidarnie Anna K.,
 7. Beatę L. prowadzącą wraz z Jarosławem P. wspólnie działalność gospodarczą jako „Sport-Tour” s.c. w Otwocku 25 PLN (słownie: dwudziestu pięciu złotych) za które to zobowiązanie odpowiada solidarnie Jarosław P.,
 8. Jarosława P. prowadzącego wraz z Beatą L., wspólnie działalność gospodarczą jako „Sport-Tour” s.c. w Otwocku, 25 PLN (słownie: dwudziestu pięciu złotych) za które to zobowiązanie odpowiada solidarnie Beata L.,
 9. Firmę Handlową Sporting Andrzej Gołdyn sp.j. w Lesznie, 25 PLN (słownie: dwudziestu pięciu złotych),
 10. Jarosława S. „Digitronik” w Pile, 25 PLN (słownie: dwudziestu pięciu złotych),
 11. Krzysztofa B. „Stockholm Group” we Wrzosówce, 25 PLN (słownie: dwudziestu pięciu złotych),
 12. Ireneusza K. PPHU Irmak w Lublinie, 25 PLN (słownie: dwudziestu pięciu złotych),
 13. Roberta Sz., prowadzącego wraz z Elżbietą Sz., wspólnie działalność gospodarczą jako „Harcerz” s.c. w Opolu, 25 PLN (słownie: dwudziestu pięciu złotych) za które to zobowiązanie odpowiada solidarnie Elżbieta Sz.,
 14. Elżbietę Sz., prowadzącą wraz z Robertem Sz. wspólnie działalność gospodarczą jako „Harcerz” s.c. w Opolu, 25 PLN (słownie: dwudziestu pięciu złotych) za które to zobowiązanie odpowiada solidarnie Robert Sz.,
 15. Franciszkę Cz. prowadzącą wraz z Januszem W. Cz. wspólnie działalność gospodarczą jako Hejzszownia Janusz Cz. s.c. w Kłodzku, 25 PLN (słownie: dwudziestu pięciu złotych) za które to zobowiązanie odpowiada solidarnie Janusz W. Cz.,
 16. Janusza W. Cz. prowadzącego wraz z Franciszką Cz. wspólnie działalność gospodarczą jako Hejzszownia Janusz Cz. s.c. w Kłodzku, 25 PLN (słownie: dwudziestu pięciu złotych) za które to zobowiązanie odpowiada solidarnie Franciszka Cz.,
- oraz **zobowiązuje się** tych przedsiębiorców do ich zwrotu na rzecz Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów w terminie 14 dni od daty uprawomocnienia się decyzji.

Uzasadnienie

W związku z uzyskanymi przez Prezesa Urzędu w toku badania krajowego rynku sprzętu oraz odzieży turystycznej i sportowej informacjami pozwalającymi na przypuszczenie, iż Przedsiębiorstwo Produkcyjno Handlowe „Konimpex-Plus” Sp. z o.o. w Koninie (zwana dalej: Konimpex-Plus Sp. z o.o.) wraz z odbiorcami, z którymi posiada podpisane umowy o współpracy, ustala ceny odsprzedaży swoich wyrobów, przeprowadzono postępowanie wyjaśniające w tej sprawie.

Zebrane w toku postępowania wyjaśniającego informacje i dokumenty pozwoliły na przypuszczenie, że Konimpex-Plus Sp. z o.o. w umowach o współpracy zobowiązuje swoich odbiorców do sprzedawania niektórych swoich produktów po cenach nie niższych niż określone w jego cennikach.

Dlatego też Prezes Urzędu postanowieniem z dnia 09.11.2010 r. wszczął z urzędu postępowanie antymonopolowe w związku z podejrzeniem zawarcia przez Konimpex-Plus Sp. z o.o. oraz jego odbiorców niedozwolonego porozumienia ograniczającego konkurencję na rynku krajowym sprzedaży hurtowej odzieży oraz sprzętu turystycznego, polegającego na bezpośrednim ustalaniu cen sprzedaży wyrobów, poprzez ustalanie w umowach o współpracy cen odsprzedaży wyrobów sprzedawanych przez Konimpex-Plus Sp. z o.o. przez ww. odbiorców, co może stanowić naruszenie art. 6 ust 1 pkt 1 ustawy o ochronie konkurencji konsumentów.

Postanowieniem nr 2 z tego samego dnia zaliczono w poczet dowodów informacje i dokumenty zebrane w toku postępowania wyjaśniającego poprzedzającego wszczęcie niniejszego postępowania. Natomiast postanowieniami nr 3 i 4 ograniczono stronom prawo wglądu do materiału dowodowego niniejszego postępowania w zakresie wskazanym w tych postanowieniach.

W toku postępowania antymonopolowego Konimpex-Plus Sp. z o.o. zajęła stanowisko (karty od nr 362 do nr 363), iż ustalanie cen odsprzedaży dotyczyło tylko promocji „Dobry Produkt Dobra Cena” (zwana dalej: promocją „DPDC”). Promocja ta polega na sprzedaży wytypowanych produktów z oferty po odpowiedniej cenie w stosunku do bardzo podobnych produktów innych marek. Ceny nie są kalkulowane metodą kosztową, lecz marketingową, na skutek czego po przeprowadzeniu analizy rynku ustalane są na poziomie o 10-15 % niższym od konkurencji, tak aby były atrakcyjne dla klienta ostatecznego. Zdaniem Konimpex-Plus Sp. z o.o. aby taka koncepcja, wspierana działaniami marketingowymi i reklamowymi, w których główny nacisk położono na cenę po jakiej może nastąpić nabycie produktu miała szanse powodzenia i sprawdzenia się, powinna być spójna na obszarze całej Polski i nie wprowadzać klientów w błąd. Zdaniem Konimpex-Plus Sp. z o.o. działania te nie miały na celu zawarcia zmowy cenowej. Celem ich było jedynie zapewnienie, by klienci mogli nabywać produkty objęte tą promocją po cenach określonych w materiałach reklamowych i marketingowych, w całej Polsce, gdyż tylko w ten sposób mogły zostać zrealizowane cele promocyjne. Spółka przyznała (karta 363), że określone postanowienia umowy mogą budzić wątpliwości Prezesa Urzędu, jednak jej zdaniem jest to spowodowane ich niefortunną redakcją. Ponadto w innym piśmie Konimpex-Plus Sp. z o.o. zajęła stanowisko (karta nr 24), iż wymaganie trzymania się ustalonej ceny detalicznej obowiązywało wszystkich odbiorców dystrybucyjnych, którzy zaopatrywali się w ramach promocji „DPDC” przez cały czas trwania promocji, a powodem wymagalności cen była chęć ochrony marży wszystkich klientów biorących w niej udział.

Podobnie FH Sporting Andrzej Gołdyn sp. jawna w Lesznie w ustosunkowaniu się do wszczęcia niniejszego postępowania stwierdziła (karta nr 365), że podjętym działaniom nie można przypisać charakteru zmowy cenowej. Przedsiębiorca wyjaśnił, że celem tych działań było zaferowanie klientowi lepszego produktu w lepszej cenie i dlatego nastąpiło obniżenie marży przez niego i dostawcę. Ceny były ustalone przez Konimpex-Plus Sp. z o.o. na równym poziomie dla każdego przedsiębiorcy uczestniczącego w tej promocji, gdyż wszystkie materiały reklamowe miały na celu poinformowanie konsumentów o cenie produktu. Założeniem promocji było ustalenie wspólnej ceny dla wszystkich sklepów objętych promocją, tzn. takie ustalenie ceny, aby była ona identyczna niezależnie od tego w jakim mieście konsument będzie nabywać towar.

Z kolei Anna K. oraz Barbara S. P.W. „A&B” s.c. w Zielonej Górze w ustosunkowaniu się do wszczęcia niniejszego postępowania stwierdziły, iż promocja „DPDC” polega na tym, że produkty sprzedawane są w niższych cenach, niż podobne produkty konkurencji (karta nr 357). Ustanowienie takich samych cen ma na celu uniknięcie nieporozumień wynikających z faktu, że ten sam produkt

objęty promocją w różnych sklepach miałyby różną wartość, co spowodowałoby, że promocja ta utraciłaby rację bytu. Zdaniem przedsiębiorców, celem takich działań było zapewnienie równych szans wszystkim klientom, którzy odnoszą korzyści z takiego ukształtowania ceny. Natomiast w zakresie produktów nie objętych promocją, przedsiębiorcy ci zachowują swobodę co do kształtowania warunków sprzedaży uwzględniając oczekiwania klientów.

Podobnie Ireneusz K. PPHU Irmak w Lublinie (karta nr 360) w toku postępowania stwierdził, że dostawca hurtowy Konimpex-Plus Sp. z o.o. przed ustaleniem cen dokonał analizy rynku i produktów firm konkurencyjnych, tak, aby ceny w promocji „DPDC” miały wymiar marketingowy i zarazem były atrakcyjne dla klienta detalicznego. Przedsiębiorca podkreślił również, że ujednoczenie cen było niezbędne do prawidłowego zrealizowania celów promocyjnych i miało zapobiec sytuacji zróżnicowania cen tych samych produktów objętych promocją w zależności od sklepu. Identyczne ceny produktów we wszystkich sklepach są po to, aby reklamowane towary we wszystkich sklepach miały te same ceny. Bez ujednoczenia cen promocja nie miałaby sensu.

Natomiast Skalnik Sp. z o.o. we Wrocławiu (karty od nr 367 do nr 368) stwierdziła, iż nigdy nie zawierała porozumienia ograniczającego konkurencję polegającego na ustalaniu cen z przedsiębiorcami wskazanymi w postanowieniu wszczynającym niniejsze postępowanie. Jedyna umowa łączy ją z Konimpex-Plus Sp. z o.o., natomiast z pozostałymi przedsiębiorcami nigdy nie zawierano żadnych umów. Przedsiębiorca ten stwierdził, iż pomiędzy nim a pozostałymi przedsiębiorcami nie ma zbieżności w zakresie miejsca prowadzenia działalności, gdyż posiada swoje punkty handlowe jedynie na terenie Wrocławia, gdzie nie prowadzi działalności żaden z pozostałych podmiotów. Przedsiębiorca wyjaśnił, że warunkiem zawarcia umowy z Konimpex-Plus Sp. z o.o. było zaakceptowanie postanowień dotyczących promocji „DPDC”. W ramach tej promocji Konimpex Plus Sp. z o.o. każdorazowo przed rozpoczęciem sezonu wskazywała jakie dostarczane przez siebie towary obejmuje programem promocji. W ten sposób określona została cena dla wytypowanych produktów na zamknięty okres czasu, na poziomie niższym od podobnych towarów konkurencji. Skalnik Sp. z o.o. stwierdziła ponadto, że w rzeczywistości sprzedawała towary objęte tą promocją po cenie niższej, niż wskazana w umowie handlowej. Niezależnie bowiem od postanowienia umowy cena określana przez Konimpex-Plus Sp. z o.o. w stosunkach ze spółką Skalnik Sp. z o.o. traktowana była wyłącznie jako sugerowana cena detaliczna, nie wiążąca w działalności handlowej.

Podobnie również Przemysław Ch. „Podróże specjalistyczne – Sklep Podróżnika” w Warszawie (karty od nr 371 do nr 372) stwierdził, iż nie zawarł z pozostałymi przedsiębiorcami wskazanymi w postanowieniu wszczynającym to postępowanie porozumienia ograniczającego konkurencję, co więcej nie zna zdecydowanej większości z tych przedsiębiorców. Przedsiębiorca stwierdził, że na podstawie swojej znajomości rynku oraz struktury zakupów i sprzedaży, przedsiębiorcy będący stronami niniejszego postępowania stanowią na tyle mały procent w obrotach Konimpex-Plus Sp. z o.o., iż nie są w stanie decydować o warunkach dostaw, oraz nie stanowią na żadnym rynku lokalnym (a tym bardziej ponadlokalnym, czy też ogólnokrajowym) na tyle znaczącego potencjału, by móc zaburzyć warunki sprzedaży hurtowej odzieży i sprzętu turystycznego. Przedsiębiorca stwierdził, iż różni dostawcy towarów często dostarczają odbiorcom informacje o przewidywanych cenach detalicznych. Może to przybrać różne formy, np. wydrukowanie takiej ceny na okładce książki. Przedsiębiorca podtrzymał swoje wcześniejsze stanowisko, zgodnie z którym przekazywane mu informacje o cenach detalicznych nie były istotnym czynnikiem kształtowania polityki handlowej, czy też ustalania cen bądź zamówień. Kontakty między nim a Konimpex-Plus Sp. z o.o. nie zmierzały do ograniczenia konkurencji, ani ustalania polityki sprzedaży towarów pochodzących od jakiegokolwiek dostawcy.

Natomiast Jarosław S. „Digitronik” w Pile (karty od nr 374 do nr 375) stwierdził, iż ujednoczenie cen związane było z chęcią uniknięcia nieporozumień dotyczących promocji „DPDC”. Promocja ta polegała na sprzedaży objętych nią produktów po cenie niższej niż bardzo podobne towary konkurencji. Wysokość cen była ustalana metodą marketingową po przeprowadzeniu analizy rynku. Zdaniem przedsiębiorcy stanowi to argument przemawiający za tym, iż promocja nie była skierowana przeciwko konsumentowi, ale ukierunkowana została na uzyskanie przez niego wymiernych korzyści, co jest działaniem pożądanym na rynku. Działania promocyjne wspierane były odrębnie realizowanymi działaniami reklamowymi i marketingowymi w postaci informacji prasowych, reklam w Internecie i punktach sprzedaży. Nacisk położony został na poinformowanie klientów detalicznych o atrakcyjności danego produktu oraz cenie po jakiej można go nabyć. W trosce

o to, aby informacja przekazywana z działów sprzedaży była spójna w całej Polsce i nie wprowadzała klientów detalicznych w błąd, konieczne było objęcie produktów promocyjnych jednakową ceną, przy czym działaniom tym nie można przypisać charakteru zmowy cenowej. W odniesieniu do kontrowersyjnych postanowień umowy, przedsiębiorca powołał się na art. 65 k.c., zgodnie z którym w umowach należy raczej badać, jaki był zgodny zamiar stron i cel umowy, aniżeli opierać się na dosłownym jej brzmieniu. W związku z tym przedsiębiorca podkreślił, że intencją stron było wprowadzenie szczególnej regulacji dla tej promocji polegającej na tym, by konsument mógł w każdym punkcie sprzedaży kupić produkt objęty promocją po dobrej cenie detalicznej.

Z kolei Robert Sz. i Elżbieta Sz. prowadzący wspólnie działalność gospodarczą jako „Harcerz” s.c. w Opolu w ustosunkowaniu się do postanowienia o wszczęciu niniejszego postępowania stwierdzili, że Konimpex-Plus Sp. z o.o. nigdy nie zmuszała ich do utrzymywania jakichkolwiek cen detalicznych na swoje produkty. Ceny detaliczne podawane w cennikach, czy umowach były jedynie cenami sugerowanymi, tak aby pokazać, jaka może być marża na te produkty. Sugerowanie cen detalicznych, w ocenie „Harcerz” s.c., jest praktyką stosowaną przez większość przedsiębiorców. Promocja „DPDC” zaproponowana przez Konimpex-Plus Sp. z o.o. miała na celu jedynie obniżenie sugerowanych cen detalicznych z korzyścią dla klienta. (karta nr 385).

Natomiast Franciszka Cz., Janusz W. Cz. prowadzący wspólnie działalność gospodarczą jako Hejszowina Janusz Cz. s.c. w Kłodzku w toku niniejszego postępowania stwierdzili, że przy sprzedaży produktów objętych promocją stosowali także ceny niższe od wynikających z umowy z Konimpex-Plus Sp. z o.o. Jako przykłady tej praktyki podali dokonane przez siebie odstępstwa od ceny przekazanej przez ww. przedsiębiorcę (karta 382) za każdym razem podając różnice między ceną sugerowaną, a rzeczywistą.

Zawiadomieniem z dnia 04.05.2011 r. Prezes Urzędu powiadomił strony postępowania o zakończeniu zbierania materiału dowodowego, oraz o możliwości zapoznania się z materiałem dowodowym zebrany w aktach sprawy.

Prezes Urzędu ustalił, co następuje:

Konimpex-Plus Sp. z o.o. jest przedsiębiorcą wpisanym do Krajowego Rejestru Sądowego pod numerem 0000174264 (dowód: karty od nr 29 do 45). Przedmiotem działalności tego przedsiębiorcy jest m.in. produkcja sprzętu sportowego, sprzedaż hurtowa realizowana na zlecenie, sprzedaż detaliczna w niewyspecjalizowanych sklepach. Jego główna aktywność jest skierowana na sprzedaż odzieży, obuwia i sprzętu turystycznego.

Dokumenty poświadczające prowadzenie przez pozostałe strony postępowania działalności gospodarczej znajdują się również w aktach sprawy (Skalnik Sp. z o.o. we Wrocławiu – karty od nr 269 do nr 275; Przemysław Ch. „Podróże specjalistyczne – Sklep Podróżnika” w Warszawie – karty od nr 280 do nr 281; Sławomir K. – „Sklep Turystyczny Przylądek” w Toruniu - karta nr 284; Anna K., Barbara S. prowadzące wspólnie działalność gospodarczą jako P.W. „A&B” s.c. w Zielonej Górze – karty nr 286 oraz nr 287; Beata L. i Jarosław P. prowadzący wspólnie działalność gospodarczą jako „Sport Tour” s.c. w Otwocku – karty od nr 292 do nr 296; Firma Handlowa Sporting Andrzej Gołdyn w Lesznie – karty od nr 301 do nr 306; Jarosław S. „Digitronik” w Pile – karty od nr 309 do nr 311; Krzysztof B. „Stockholm Group” we Wrzosówce – karta nr 315; Ireneusz K. PPHU Irmak w Lublinie karta nr 318; Franciszka Cz., Janusz W. Cz. prowadzący wspólnie działalność gospodarczą jako Hejszowina Janusz Cz. s.c. w Kłodzku – karty od nr 320 do nr 323).

Konimpex-Plus Sp. z o.o. jest dystrybutorem i sprzedawcą odzieży oraz sprzętu turystycznego i wspinaczkowego takich marek jak: Feel Free, Regatta, Dare2Be, Chiruca, Lizard i Primus oraz sprzedawcą wyrobów kilkunastu innych marek sprzętu, odzieży oraz obuwia turystycznego i wspinaczkowego. Przedsiębiorca dokonuje sprzedaży towarów posiadanych w swojej ofercie poprzez sieć sklepów własnych, sieć sklepów konsygnacyjnych, które wyposaża we własne kasy fiskalne, oraz przez odbiorców dystrybucyjnych, z którymi zawiera umowy o współpracy.

Jak ustalono w toku postępowania Konimpex-Plus Sp. z o.o. posiada około 50 zawartych umów o współpracy, w tym umowy zawarte z przedsiębiorcami będącymi stronami niniejszego postępowania, które realizowały relatywnie wysoki obrót z tym przedsiębiorcą.

Konimpex-Plus Sp. z o.o. zawarła z pozostałymi stronami niniejszego postępowania następujące umowy:

- umowa o współpracy zawarta w dniu 01.10.2006r. z Beatą L. i Jarosławem P. „Sport Tour” s.c. w Otwocku (dowód: karty od nr 223 do nr 226),
- umowa o współpracy zawarta w dniu 01.07.2006r. z Krzysztofem B. Stockholm Group we Wrzosówce (dowód: karty od nr 227 do nr 230),
- umowa o współpracy zawarta w dniu 01.04.2004r. z Sławomirem K. Sklep Turystyczny „Przyładek” z siedzibą w Toruniu (dowód: karty od nr 231 do nr 234),
- umowa o współpracy zawarta w dniu 01.04.2004r. z „Skalnik” sp. j. Anna Szczęsna, Włodzimierz Szczęsny z siedzibą we Wrocławiu (dowód: karty od nr 235 do nr 238),
- umowa o współpracy zawarta w dniu 01.04.2004r. z FH „Sporting” Andrzej Gołdyn sp. j. w Lesznie (dowód: karty od nr 239 do nr 242),
- umowa o współpracy zawarta w dniu 01.04.2004r. z Robertem Sz. oraz Elżbietą Sz. prowadzącymi wspólnie działalność gospodarczą jako „Harcierz” s.c. w Opolu (dowód: karty od nr 243 do nr 246),
- umowa o współpracy zawarta w dniu 01.04.2004r. z Anną K., Barbarą S. prowadzącymi wspólnie działalność gospodarczą jako „A&B” s.c. w Zielonej Górze (dowód: karty od nr 247 do nr 250),
- umowa o współpracy zawarta w dniu 22.04.2004r. z Franciszką Cz., Januszem W. Cz. prowadzącymi wspólnie działalność gospodarczą jako Hejszowina Janusz Cz. w Kłodzku (dowód: karty od nr 251 do nr 254),
- umowa o współpracy zawarta w dniu 15.03.2004r. z Jarosławem S. „Digitronik” w Pile (dowód: karty od nr 255 do nr 258),
- umowa o współpracy zawarta w dniu 01.04.2004 r. z Przemysławem Ch. „Podróże Specjalistyczne Sklep Podróżnika” w Warszawie (dowód: karty od nr 259 do nr 261),
- umowa o współpracy zawarta w dniu 01.07.2002r. z Ireneuszem K. PPHU Irmak w Lublinie (dowód: karty od nr 264 do nr 265).

Powyżej wskazane umowy zostały zawarte przez Konimpex-Plus Sp. z o.o. z różnymi podmiotami, jednakże w oparciu o podobny wzór umowy, w związku z czym zawierają tożsame w swojej treści uregulowania. Z tego też względu Prezes Urzędu dokonał łącznej analizy treści umów zawartych między wyżej wymienionymi przedsiębiorcami pod kątem naruszenia art. 6 ust 1 pkt 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

Z treści przeanalizowanych umów wynika, że ich przedmiotem jest określenie zasad współpracy między Konimpex-Plus Sp. z o.o. a odbiorcami będącymi stronami niniejszego postępowania w zakresie dostaw i sprzedaży towarów oferowanych przez dostawcę. Umowy zostały zawarte na czas nieoznaczony.

Zgodnie z postanowieniami umów Konimpex-Plus Sp. z o.o. zobowiązana jest dostarczać odbiorcom towar na podstawie pisemnego zamówienia. Konimpex-Plus Sp. z o.o. zastrzegła sobie prawo do ostatecznego decydowania o wielkości dostawy, ilości i asortymencie wyrobów przekazanych odbiorcy do sprzedaży. Płatność powinna zostać dokonana na warunkach określonych w umowie.

Konimpex-Plus Sp. z o.o. w § 7 ust. 6 umów o współpracy zobowiązała odbiorców do prowadzenia sprzedaży detalicznej produktów objętych promocją „Dobry Produkt Dobra Cena” („DPDC”) wg cen nie niższych niż określone przez tego przedsiębiorcę w jego cennikach. Jednocześnie Konimpex-Plus Sp. z o.o. zastrzegła sobie prawo do zmiany cen oferowanych towarów. W przypadku zmiany cen w trakcie sezonu, Odbiorca był upoważniony do zmiany cen detalicznych zgodnie z regulami określonymi przez Konimpex-Plus Sp. z o.o. Ponadto w zależności od wielkości obrotów netto w roku poprzedzającym, Konimpex-Plus Sp. z o.o. zobowiązała się udzielić odbiorcy rabatów określonych w umowie. Powyższe postanowienie znalazło się w umowach o współpracy wszystkich stron postępowania z tym, iż w umowie zawartej z Przemysławem Ch. postanowienie to zawarte jest w § 6 ust. 6 (karta nr 260), a w przypadku umowy zawartej z Ireneuszem K. postanowienie zobowiązujące tego przedsiębiorcę do sprzedaży produktów objętych promocją „DPDC” według cen katalogowych określonych przez Konimpex-Plus Sp. z o.o., zawarte jest w § 3 ust. 3 aneksu do tej umowy (karta nr 262).

Powyżej opisany sposób ustalania cen nie dotyczy wyprzedaży na koniec sezonów oraz sprzedaży tego rodzaju wyrobów na podstawie kart rabatowych i kart stałego klienta.

Ponadto zgodnie z § 5 ust. 1 tych umów, tytułem zabezpieczenia uregulowania zobowiązań wynikających z umowy oraz prawidłowego ich wykonywania i uregulowania wynikających z niej zobowiązań, odbiorca na wezwanie dostawcy, zobowiązał się złożyć zabezpieczenie majątkowe w uzgodnionej wysokości i formie np. weksel własny z deklaracją wekslową, lub dobrowolne poddanie się egzekucji w formie aktu notarialnego.

Ponadto zgodnie z treścią umów, Konimpex-Plus Sp. z o.o. ma prawo wypowiedzieć umowę ze skutkiem natychmiastowym, jeżeli np. działania odbiorcy mogą narazić dostawcę na szkodę. Wszelkie odstąpienia od umowy oraz jej zmiany wymagają formy pisemnej pod rygorem nieważności.

Z wyjaśnień Konimpex-Plus Sp. z o.o. (karta nr 24 verte) wynika, iż odbiorcy dystrybucyjni są zobowiązani do stosowania cen detalicznych dla wąskiej grupy produktów w cyklicznej promocji „DPDC”. Wymaganie stosowania ustalonej ceny detalicznej obowiązywało wszystkich klientów dystrybucyjnych, którzy zaopatrywali się w produkty objęte promocją „DPDC” przez cały czas jej trwania.

Promocja „DPDC” jest promocją cykliczną obowiązującą cały rok, zmieniają się tylko sezonowo produkty nią objęte. Promocją tą objęte są specjalnie dobrane produkty o korzystnej relacji ceny do jakości. Ceny te gwarantują odbiorcy marżę w wysokości 50%, pod warunkiem korzystania przez niego z rabatu w wysokości 10%. Powodem takiego ustalenia cen była chęć ochrony marży wszystkich odbiorców dystrybucyjnych biorących w niej udział. Zdaniem tego przedsiębiorcy, dzięki tej promocji udało się zmniejszyć cenę detaliczną.

Ponadto jak wynika z wyjaśnień Konimpex-Plus Sp. z o.o. (karta nr 149) powodem wymagalności cen na produkty oferowane w promocji „DPDC” jest jej ogólnopolski charakter oraz chęć utrzymania w każdym punkcie sprzedaży zbliżonej ceny, tak aby działania marketingowe prowadzone przez tą firmę miały sens i nie kolidowały z ewentualnie innym poziomem cen w sklepach.

Z ustaleń dokonanych w toku niniejszego postępowania wynika, iż promocja „DPDC” stosowana jest przez Konimpex-Plus Sp. z o.o. co najmniej od 2004r., chociaż różne strony tego postępowania przystępowały do tej promocji w różnym czasie, na co wskazują daty zawartych umów o współpracy. Promocja ta prowadzona jest co rocznie i obejmuje sezon letni, rozpoczynający się od lutego-marca danego roku oraz sezon zimowy rozpoczynający się od września-października określonego roku.

Na dany sezon letni oraz zimowy wybierane są przez Konimpex-Plus Sp. z o.o. określone produkty danych marek. Na wyroby te ustalana przez Konimpex-Plus Sp. z o.o. cena, która jej zdaniem jest korzystna w stosunku do jakości. Cena ta ma za zadanie zapewnić konsumentowi zakup dobrego jakościowo towaru po cenie korzystniejszej niż podobne wyroby konkurencji.

Z zebranych w toku postępowania antymonopolowego cenników wynika, iż przykładowo w promocji „DPDC” na zimę 2008r. (oferta ważna od 01.09.2008r.) promocją tą objęte były kurtki męskie i damskie marki Regatta, kurtki damskie, męskie, spodnie oraz bielizna narciarska marki DARE 2 BE oraz buty firmy Chiruca (karta nr 158).

Z kolei w sezonie lato 2009r. (oferta ważna od 01.03.2009r.) promocją „DPDC” zostały objęte buty i sandały trekkingowe marek Chiruca i Lizard (karta nr 157).

Natomiast w sezonie zima 2009r. (oferta ważna od 01.09.2009r.) promocją „DPDC” zostały objęte kurtki damskie i męskie marki Regatta oraz kurtki i spodnie narciarskie marki DARE 2 BE (karta nr 181).

Następnie na lato 2010r. promocją „DPDC” rozpoczynającą się 01.01.2010r. zostały objęte buty i sandały trekkingowe marki Chiruca oraz Lizard (karta nr 723).

Z kolei na sezon jesień-zima 2010/2011 rozpoczynający się 01.10.2010r. promocją „DPDC” objęte zostały buty trekkingowe marki Chiruca i Feel Free. (karta nr 688).

Następnie na sezon lato 2011r. (rozpoczynający się 01.03.2011r.) promocją „DPDC” zostały objęte sandały i buty trekkingowe marki Chiruca, Lizard oraz Feel Free (karta nr 707).

Powyższe oznacza, iż promocja „DPDC” jest ogłaszana na cały dany sezon i obejmuje produkty, które mogą cieszyć się zainteresowaniem konsumentów w tym sezonie. Przykładowo w sezonie zimowym promocją „DPDC” objęta jest odzież i buty zimowe, a w sezonie letnim, wyroby używane latem. Tym samym promocja ta ma charakter ciągły, a jej celem jest zachęcenie

konsumentów do zakupu określonych, wytypowanych przez Konimpex-Plus Sp. z o.o. produktów w danym sezonie.

Z powyższych ustaleń wynika, iż Konimpex-Plus Sp. z o.o. w umowach o współpracę zawartych ze swoimi odbiorcami zobowiązała ich do dokonywania odsprzedaży jego towarów po cenach nie niższych niż przez niego określone w promocji „DPDC”. Oznacza to, że pomiędzy Konimpex-Plus Sp. z o.o., a jej odbiorcami nastąpiło tzw. ustalenie „cen minimalnych” odsprzedaży wyrobów tego przedsiębiorcy dalszym odbiorcom.

W toku prowadzonego postępowania Konimpex-Plus Sp. z o.o. przedstawiła aneksy do umów o współpracy zawarte ze stronami niniejszego postępowania.

Aneksy te zostały podpisane przez Konimpex-Plus Sp. z o.o. z następującymi przedsiębiorcami:

- aneks nr 1 z dnia 10.12.2010r. zawarty z Sławomirem K. Sklep Turystyczny „Przyładek” w Toruniu (karta nr 670),
- aneks nr 1 z dnia 06.12.2010r. zawarty z Robertem Sz., Elżbietą Sz. „Harcierz” s.c. w Opolu (karta nr 671),
- aneks nr 1 z dnia 08.12.2010r. zawarty z „Skalnik” Sp. z o.o. we Wrocławiu (karta nr 672),
- aneks nr 1 z dnia 06.12.2010r. zawarty z Januszem Cz. Hejszownia s.c. w Kłodzku (karta nr 674)
- aneks nr 1 z dnia 07.12.2010r. zawarty z Beatą L. i Jarosławem P. Sport –Tour s.c. w Otwocku (karta nr 675)
- aneks nr 1 z dnia 07.12.2010r. zawarty z Firma Handlową „Sporting” Andrzej Gołdyn sp.j. w Lesznie (karta nr 676),
- aneks nr 1 z dnia 08.12.2010r. zawarty z Anną K., Barbarzą S. PW A&B w Zielonej Górze (karta nr 888).

Z treści tych aneksów wynika, iż ww. strony umów o współpracy postanowiły m.in. zmienić § 7 ust. 6 oraz pkt a w ten sposób, iż w zakresie cen detalicznych dotyczących produktów objętych promocją „DPDC”, odbiorca zadeklarował prowadzenie sprzedaży detalicznej w cenach zbliżonych do cen rynkowych.

Z kolei w dniu 15.12.2010r. Konimpex-Plus Sp. z o.o. zawarła z Ireneuszem K. PPHU „IRMAK” w Lublinie nową umowę o współpracy (karty od nr 677 do nr 680) obowiązującą od chwili jej podpisania. Z treści tej umowy wynika, iż strony zmieniły brzmienie jej § 7 ust. 6 pkt a w ten sposób, iż ceny detaliczne dotyczą tylko produktów objętych promocją „DPDC”, a odbiorca deklaruje prowadzenie sprzedaży detalicznej w cenach zbliżonych do cen rynkowych.

Ponadto z materiału dowodowego wynika, iż poniżej wymienieni przedsiębiorcy wypowiedzieli umowę łączącą ich z Konimpex-Plus Sp. z o.o.:

- Przemysław Ch. Podróże Specjalistyczne „Sklep Podróżnika” - wypowiedzenie umowy w dniu 02.12.2010r. (karta nr 891),
- Jarosław S. „Digitronik” w Pile - wypowiedzenie umowy w dniu 28.02.2011r. z zachowaniem 3-miesięcznego okresu wypowiedzenia, (karta nr 892),
- Krzysztof B. Stockholm Group we Wrzosówce - wypowiedzenie umowy w dniu 13.04.2011r.

Z powyższych ustaleń wynika, iż strony umów o współpracy na skutek zmiany ich treści lub też rozwiązania umów wyeliminowały z łączących ich umów zapis dotyczący sprzedaży towarów w promocji „DPDC” wg cen nie niższych niż określone przez tego przedsiębiorcę w jego cennikach.

Prezes Urzędu zważył, co następuje:

I.

Interes publicznoprawny

Zarówno zgodnie z art. 1 ust. 1 ustawy z dnia 15 grudnia 2000 r. o ochronie konkurencji i konsumentów obowiązującej do dnia 20.04.2007r., jak i obecnie obowiązującej ustawy z dnia 16 lutego 2007r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz.U. Nr 50, poz. 331 ze zmian.), Prezes Urzędu podejmuje działania w przypadku podejrzenia naruszenia przez przedsiębiorców interesu

publicznego konkurentów i (lub) konsumentów. Wobec powyższego warunkiem niezbędnym do oceny działania danego przedsiębiorcy w świetle ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, jest wykazanie, iż jego działania naruszyły interes publicznoprawny konkurentów i (lub) konsumentów. W ustawie o ochronie konkurencji i konsumentów brak jest definicji ustawowej, co należy rozumieć poprzez interes publicznoprawny. Dlatego też kryterium dokonywania oceny, czy w danej sprawie został naruszony interes publicznoprawny jest nieostre. Jednakże na tle dotychczasowego orzecznictwa antymonopolowego, wykształconego co prawda w czasie obowiązywania poprzedniej ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, ale zachowującego swoją aktualność również obecnie, utrwalił się pogląd, iż naruszenie interesu publicznoprawnego ma miejsce wówczas, gdy działaniami, będącymi przedmiotem postępowania, zagrożony jest interes ogólnospołeczny, co może mieć miejsce m.in. wówczas, gdy skutkiem określonych sprzecznych z przepisami ustawy działań, dotknięty jest szerszy krąg uczestników rynku (*E.Modzelewska-Wachal. Ustawa o ochronie konkurencji i konsumentów. Komentarz. Wyd. Twigger. Warszawa 2002r.*). Przykładowo należy wskazać na wyrok Sądu Najwyższego z dnia 29.05.2001r. (sygn. akt I CKN 1217/98), w którym to wyroku Sąd uznał, iż ustawa o ochronie konkurencji i konsumentów ma służyć ochronie interesu ogólnospołecznego (publicznego) polegającego na zapewnieniu właściwych warunków funkcjonowania rynku gospodarczego, tj. prowadzenia przez przedsiębiorców działalności w warunkach konkurencji oraz możliwości swobodnego podejmowania decyzji, co do warunków prowadzenia tej działalności. Rynek taki może jednak funkcjonować prawidłowo tylko, jeśli zapewnione są warunki powstania i rozwoju konkurencji. Jedynie w warunkach niezakłóconej konkurencji przedsiębiorcy i konsumenci mają gwarancję realizacji konstytucyjnej wolności gospodarczej i ochrony swoich praw. Istotą bowiem konkurencji jest współzawodnictwo przedsiębiorców w celu uzyskania przewagi na rynku, pozwalającej na osiągnięcie maksymalnych korzyści ekonomicznych ze sprzedaży towarów i usług, oraz maksymalne zaspokojenie potrzeb konsumentów przy, jak najniższej cenie. Decyduje o tym wolne i nieskrępowane działanie mechanizmów rynkowych w tym zapewnienie możliwości swobodnego podejmowania decyzji. Natomiast wszelkie formy uzgodnionych działań przedsiębiorców, których celem lub skutkiem jest ograniczenie wolności działalności gospodarczej uczestników rynków, są naruszeniem reguł konkurencji i stanowią naruszenie przepisów ustawy.

Tym samym ustawa o ochronie konkurencji i konsumentów chroni konkurencję jako zjawisko o charakterze instytucjonalnym. Za zagrożenie lub naruszenie konkurencji w tym rozumieniu należy uznać więc takie działania, które dotyczą sfery interesów szerszego kręgu uczestników rynku gospodarczego, a więc, gdy dotyczą konkurencji rozumianej nie jako sytuację pojedynczego przedsiębiorcy (konsumenta), lecz jako zjawisko charakteryzujące funkcjonowanie gospodarki. W takich przypadkach ingerencja Prezesa Urzędu jest uzasadniona. Należy wskazać, iż przy ocenie, czy doszło w danej sprawie do naruszenia interesu publicznoprawnego, nie należy poprzestać na zbadaniu ewentualnych negatywnych skutków dla bezpośrednich kontrahentów danego przedsiębiorcy, ale niezbędne jest spojrzenie szersze, uwzględniające także to, w jaki sposób działania przedsiębiorcy odbijają się na interesach konsumentów bezpośredniego kontrahenta przedsiębiorstwa, co może skutkować naruszeniem interesu publicznoprawnego. W tym kontekście w ocenie Prezesa Urzędu porozumienie cenowe w tym pomiędzy producentem oraz jego dystrybutorem (dealerem), mogą wywołać niekorzystne działania na rynku, zniekształcając ten rynek, ograniczając albo eliminując na nim konkurencję. Działania te naruszają więc interes ogólnospołeczny¹.

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

Powodem wszczęcia niniejszego postępowania antymonopolowego było przypuszczenie zawarcia przez Konimpex-Plus Sp. z o.o. oraz jej odbiorców porozumienia polegającego na ustalaniu cen odsprzedaży wyrobów poprzez zobowiązanie w umowach o współpracy odbiorców do prowadzenia sprzedaży detalicznej produktów objętych promocją „DPDC” wg. cen nie niższych niż ceny określone przez Konimpex-Plus Sp. z o.o. w jej cennikach, co w ocenie Prezesa Urzędu stanowi naruszenie art. 6 ust. 1 pkt 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

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

Na skutek zawartych umów o współpracy, odbiorcy Konimpex-Plus Sp. z o.o. byli zobligowani do sprzedaży wyrobów tego przedsiębiorcy objętych ww. promocją, po cenach nie niższych niż określone przez niego w cennikach.

Doprowadziło to do tego, iż na skutek omawianej praktyki, odbiorcy Konimpex-Plus Sp. z o.o. zostali pozbawieni możliwości swobodnego kształtowania cen odsprzedaży jej wyrobów. Natomiast skutki takich działań mogła odczuć nieograniczona liczba ich klientów, którzy mogli nabywać wyroby Konimpex-Plus Sp. z o.o. objęte promocją „DPDC” po cenach ustalonych pomiędzy stronami tego porozumienia. Wobec powyższego skutki zawarcia porozumienia przez Konimpex-Plus Sp. z o.o. oraz jej odbiorców mogły być odczuwalne przede wszystkim dla tych przedsiębiorców, a w dalszej konsekwencji także i konsumentów, czyli nieograniczonej liczby uczestników tego rynku, co uzasadnia twierdzenie, iż w niniejszej sprawie mógł zostać naruszony interes publicznoprawny.

Oznacza to, iż porozumienie zawarte pomiędzy Konimpex-Plus Sp. z o.o. oraz jej odbiorcami może podlegać ocenie w świetle przepisów ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

Rynek właściwy

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

Zgodnie z art. 4 pkt 9 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów poprzez rynek właściwy rozumie się rynek towarów, które ze względu na ich przeznaczenie, cenę oraz właściwości, w tym jakość, są uznawane przez ich nabywców za substytuty oraz 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.

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

Rynek produktowy

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

W ocenie Prezesa Urzędu rynkiem produktowym w niniejszej sprawie jest grupa produktów, których dotyczą umowy o współpracy zawarte pomiędzy Konimpex-Plus Sp. z o.o. a jej odbiorcami. Jak wynika z treści umów, postanowienia w nich zawarte dotyczą wyrobów oferowanych przez Konimpex-Plus Sp. z o.o., czyli szeroko rozumianego sprzętu oraz odzieży turystycznej i wspinaczkowej (karty od nr 155 do nr 265) tj. np. obuwia oraz odzieży sportowej takiej jak np. kurtki, spodnie, czy bielizna sportowa.

Powyższe wyroby chociażby ze względu na posiadanie przez nie różnych funkcji użytkowych i przeznaczenie, czyli zaspokajanie różnych potrzeb konsumentów, nie są względem siebie substytucyjne. Co więcej w ramach określonej grupy towarów można dokonać dalszej segmentacji danego rynku produktowego tj. np. kurtek, czy też butów chociażby ze względu na rodzaj użytych materiałów, czy też przeznaczenie. Jednakże z racji tego, iż poszczególne rodzaje butów, czy też kurtek wytwarza się podobną techniką, producenci w łatwy sposób mogą przejść z wytwarzania np. jednego typu butów, czy też kurtek na inny, buty – podobnie jak kurtki - można uznać za jeden rynek produktowy. Podobnie również Komisja Europejska w swojej decyzji w sprawie Adidas/Reebok dotyczącej zbliżonego rynku produktowego uznała, iż możliwość łatwego przejścia przez producenta z jednego segmentu rynku produktowego na inny, uzasadnia przyjęcie rynku butów sportowych jako jednego rynku produktowego².

Ponadto należy zauważyć, iż od strony popytowej wyroby należące do rynku odzieży oraz sprzętu turystycznego i wspinaczkowego charakteryzują się ograniczoną substytucyjnością. Ze względu na swoje przeznaczenie określone produkty w danej linii produktowej można podzielić na wyroby przeznaczone dla profesjonalnych uczestników tego rynku, tj. np. dla ratowników górskich,

² Case No COMP/M.3942 Adidas/Reebok.

taterników, leśników oraz dla osób użytkujących tego rodzaju wyroby w czasie wypoczynku, lub też aktywnego spędzania wolnego czasu. Należy jednakże zauważyć, iż podział taki nie jest sztywny, gdyż część z tego rodzaju wyrobów może być przez nabywców używana zamiennie, do różnych celów, a nawet użytkowana jako odzież codzienna, dla wyrażenia sportowego stylu życia, czy też sposobu ubierania się.³

Ponadto w ocenie Prezesa Urzędu odzież oraz sprzęt turystyczny i wspinaczkowy nie posiadają w zasadzie pełnowartościowych substytutów. Ich zastosowanie w sytuacjach zwiększonego zagrożenia bezpieczeństwa i zdrowia wymaga użycia specjalnej technologii oraz materiałów rzadko stosowanych w innych rodzajach odzieży, także tej o charakterze sportowym. Konsument oczekuje, iż tego rodzaju odzież oraz sprzęt oprócz zapewnienia komfortu użytkowania, będzie posiadać parametry chroniące użytkownika przed czynnikami atmosferycznymi, a także zapewni bezpieczeństwo nawet w czasie ekstremalnych warunków użytkowania. Stąd też jedynie w ograniczonym zakresie substytutami odzieży turystycznej i wspinaczkowej może być tańsza odzież sportowa. Będzie ona jednak uważana za substytut przede wszystkim przez konsumentów kierujących się w swoich decyzjach zakupowych głównie ceną i przywiązujących mniejszą wagę do takich cech tych wyrobów jak jakość, czy też ich parametry techniczne.

Pomimo jednak ograniczonej substytutowości poszczególnych rodzajów sprzętu i odzieży turystycznej i wspinaczkowej, Prezes Urzędu z uwagi na to, iż przedmiotowe produkty sprzedawane są na podstawie tych samych umów opracowanych przez „Konimpex-Plus” Sp. z o.o. oraz dystrybuowane są ten sam sposób, tj. zwykle poprzez odbiorców wyspecjalizowanych w sprzedaży tego rodzaju artykułów (najczęściej są to specjalistyczne sklepy sportowe), uznał, iż w rozpatrywanej sprawie uzasadnione jest przyjęcie, że sprzęt oraz odzież turystyczna i wspinaczkowa stanowią jeden rynek produktowy, obejmujący takie produkty jak m.in.: buty, kurtki, spodnie, bielizna sportowa itp. i nie ma konieczności dokonywania dalszej segmentacji tego rynku oraz wyznaczania pozycji na tym rynku posiadanej przez poszczególnych jego uczestników. Dlatego też Prezes Urzędu uznał, iż uzasadnione w niniejszej sprawie jest przyjęcie, że wyroby te tworzą jeden rynek produktowy.

Za możliwością tak szerokiego ujmowania rynku przemawia również orzecznictwo Komisji Europejskiej. Przykładowo w decyzjach Komisji (decyzja nr IV/M.009 - *Fiat Geotech/Ford New Holland*), za produktowy rynek właściwy została uznana dystrybucja traktorów, kombajnów oraz kosiarek, a zatem towarów funkcjonujących na różnych rynkach z punktu widzenia kupującego. Jednakże, skoro towary te są dystrybuowane przez tych samych dystrybutorów, Komisja uznała dalsze rozdrobnienie tego rynku za niecelowe. Również w sprawie *Linde AG/Fiat* (decyzja Komisji z 28.09.1992r.) uznano za jeden rynek produktowy dystrybucję samochodów, bez dalszej segmentacji rynku⁴. Podobne stanowisko w kwestii określenia rynku właściwego zajął również Prezes Urzędu, który w jednej z decyzji uwzględniając szczybel obrotu, uznał za właściwy rynek produktowy dystrybucję kotłów grzewczych, mimo tego, że z punktu widzenia finalnego odbiorcy rynek ten mógłby podlegać dalszej segmentacji⁵, a Sąd Okręgowy w Warszawie – Sąd Ochrony Konkurencji i Konsumentów rozpatrując odwołanie od tej decyzji, podtrzymał ustalenia Prezesa Urzędu, co do właściwego rynku produktowego w tej sprawie.

Ponadto we wskazanym powyżej orzeczeniu Sąd Ochrony Konkurencji i Konsumentów stwierdził także, iż przy określaniu rynku produktowego należy m.in., obok towaru na nim oferowanego, wziąć pod uwagę fazę obrotu towarowego (zbyt, hurt, detal) oraz określić, w jakim zakresie uczestnicy rynku poddani są współzawodnictwu ze strony konkurencji⁶. Stąd też Prezes Urzędu uznał w rozpatrywanej sprawie za uzasadnione uwzględnienie przy określaniu rynku produktowego, również fazy obrotu tymi wyrobami tj. rynku, na którym wystąpiły skutki zawartego porozumienia.

Ustalanie ceny odsprzedaży wyrobów Konimpex-Plus Sp. z o.o. odbyło się pomiędzy producentem a odbiorcami nabywającymi hurtowo te wyroby. Dlatego też pomimo tego, iż skutkiem zawarcia tego porozumienia mogło być ujednoczenie cen odsprzedaży odbiorcom detalicznym, Prezes Urzędu

³ Ibid

⁴ S. Gronowski, *Ustawa Antymonopolowa Komentarz*, Wydawnictwo C.H. Beck, Warszawa 1999,

⁵ Decyzja Prezesa UOKiK z dnia 2 września 2004 r., nr RPZ 21/2004

⁶ Wyrok Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów z dnia 23 marca 2006 r., sygn. akt XVII AmA 130/04

ostatecznie uznał, iż rynkiem produktowym w niniejszej sprawie, na którym doszło do zawarcia porozumienia, jest rynek sprzedaży hurtowej odzieży oraz sprzętu turystycznego i wspinaczkowego.

Rynek geograficzny

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

W ocenie Prezesa Urzędu rynek hurtowej sprzedaży odzieży oraz sprzętu turystycznego i wspinaczkowego wykazuje cechy rynku krajowego.

Jak ustalił Prezes Urzędu w postępowaniu wyjaśniającym dotyczącym badania rynku odzieży oraz sprzętu turystycznego i wspinaczkowego (RKT-401-01/09/MK), wewnątrz obszaru Unii Europejskiej nie istnieją istotne bariery uniemożliwiające, czy też utrudniające wejście na dany rynek krajowy. Jedynymi barierami wejścia na dany rynek są koszty promocji danej marki oraz budowy sieci dystrybucji. Stąd też uznane przez konsumentów marki, obecne są w wielu krajach europejskich. Jednakże z drugiej strony należy wskazać, iż Komisja Europejska w swojej decyzji z dnia 24.01.2006r. w sprawie koncentracji Adidas/Reebok⁷ (dotyczącej pokrewnego rynku tj. obuwia sportowego) co prawda nie przesądziła jednoznacznie zasięgu rynku geograficznego dla tego rynku, ale skutki tej koncentracji oceniła na poszczególnych rynkach krajowych UE. Mianowicie Komisja w sprawie tej uznała, iż poszczególne rynki krajowe mogą być do siebie podobne pod względem wytwarzania, reklamy, dystrybucji, rabatów, ale z drugiej strony mogą się od siebie różnić pod względem udziałów rynkowych, cen, preferencji odbiorców i konsumentów.

Należy ponadto zauważyć, iż rozpatrywane porozumienie zostało zawarte pomiędzy producentem i dystrybutorem odzieży oraz sprzętu turystycznego i wspinaczkowego, a jego krajowymi odbiorcami nabywającymi hurtowo te wyroby. Odbiorcy ci posiadają swoje siedziby na obszarze całego kraju. Nie występują istotne różnice w warunkach konkurencji pomiędzy obszarami kraju, a właściwości produktu nie ograniczają możliwości transportu tego rodzaju wyrobów. Ponadto Konimpex-Plus Sp. z o.o. prowadzi jednolitą politykę handlową (w tym i cenową) dla wszystkich swoich odbiorców krajowych, stąd też skutki tego porozumienia były odczuwalne praktycznie na terenie całego kraju.

Dlatego też Prezes Urzędu uznał, że rynek sprzedaży hurtowej odzieży, sprzętu turystycznego i wspinaczkowego wykazuje cechy rynku krajowego.

Nadmienić należy, iż w ocenie Prezesa Urzędu, przy analizie niniejszej sprawy, bardziej szczegółowa analiza rynku nie miałaby dla tej sprawy istotnego znaczenia. Porozumienia polegające na ustalaniu minimalnych, czy też w określonej wysokości cen odsprzedaży nie podlegają wyłączeniu na podstawie § 10 obowiązującego od dnia 1 czerwca 2011r. rozporządzenia Rady Ministrów z dnia 30 marca 2011r. w sprawie wyłączenia niektórych rodzajów porozumień wertykalnych spod zakazu porozumień ograniczających konkurencję (Dz.U. Nr 81, poz. 441). Nie podlegały również wyłączeniu na podstawie § 7 obowiązującego poprzednio rozporządzenia Rady Ministrów z dnia 19 listopada 2007r. w sprawie wyłączenia niektórych rodzajów porozumień wertykalnych spod zakazu porozumień ograniczających konkurencję (Dz.U. Nr 230, poz. 1691), oraz nie podlegały takiemu wyłączeniu na podstawie § 10 pkt 1 poprzedzającego go rozporządzenia Rady Ministrów z dnia 13 sierpnia 2002 r. (Dz. U. z 2002 r. Nr 142, poz. 1189 ze późn. zm.). Stąd też, co do zasady porozumienia w zakresie ustalania cen sztywnych, czy też minimalnych nie korzystają z żadnych wyłączeń spod zakazu, gdyż są one traktowane bardzo restrykcyjnie i są niedozwolone niezależnie od wielkości udziału w rynku przedsiębiorców uczestniczących w porozumieniu zarówno w krajowym jak i wspólnotowym prawie konkurencji. Dlatego też bardziej szczegółowa analiza rynku właściwego w tej sprawie oraz pozycji zajmowanej na nim przez uczestników niniejszego porozumienia, dla oceny tego porozumienia nie ma zasadniczego znaczenia.

Istota, cel i skutki zawartego porozumienia

⁷ Decyzja Komisji Europejskiej Case No COMP./M.3942 w sprawie Adidas/Reebok.

Stronom niniejszego postępowania został postawiony zarzut zawarcia porozumienia ograniczającego konkurencję na rynku sprzedaży hurtowej odzieży oraz sprzętu turystycznego i wspinaczkowego, polegającego na bezpośrednim ustalaniu cen sprzedaży towarów, poprzez zobowiązanie przez Konimpex-Plus Sp. z o.o. jej odbiorców do prowadzenia sprzedaży detalicznej produktów objętych promocją „Dobry Produkt Dobra Cena” wg cen nie niższych niż określone przez tego przedsiębiorcę w jego cennikach, co zdaniem Prezesa UOKiK jest praktyką ograniczającą konkurencję, o jakiej mowa w art. 6 ust. 1 pkt 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

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

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

Dla określenia celu porozumienia podstawowe znaczenie ma obiektywny cel umowy, a nie subiektywne wyobrażenia jej stron o celach, czy też motywach działania. Stąd też warunkiem wystarczającym do stwierdzenia zawarcia porozumienia, jest wykazanie, iż przedsiębiorcy zrezygnowali ze swej suwerenności decyzyjnej lub jej części poprzez np. zawarcie w umowie uregulowań ograniczających stronom taką samodzielność w zakresie ustalania cen. Trybunał Sprawiedliwości wielokrotnie w swoich orzeczeniach zajmował stanowisko, iż ustalanie przez uczestników porozumienia ogólnie obowiązujących cen, nawet, gdy ceny te nie są stosowane w praktyce, stanowi naruszenie zasad konkurencji, jeżeli ich celem jest naruszenie konkurencji.⁸ Podobnie również Sąd Ochrony Konkurencji i Konsumentów w wyroku z dnia 7 listopada 2005 r. uznał, iż stwierdzenie wskazanej w art. 5 obowiązującej uprzednio ustawy z dnia 15.12.2000r. o ochronie konkurencji i konsumentów (tekst jedn. Dz.U. z 2005r. Nr 244, poz. 2080 ze zm.) praktyki, następuje w drodze wykazania wspólnych uczestnikom porozumienia zachowań, nawet jeżeli na rynku nie ujawniają się antykonkurencyjne skutki takiego działania.⁹ Stąd też bez znaczenia dla stwierdzenia zawarcia przez przedsiębiorców porozumienia jest, czy na skutek jego zawarcia, wystąpiły skutki antykonkurencyjne oraz, czy doszło do zrealizowania zawartego porozumienia przez jego uczestników. Okoliczności te mogą mieć jedynie wpływ na ocenę stopnia szkodliwości zawartego porozumienia.

Porozumienia ograniczające konkurencję zarówno w prawie konkurencji, jak i w orzecznictwie organów ochrony konkurencji, uznawane są za jedne z najcięższych naruszeń tego prawa, zniekształcających konkurencję na rynku lub też zmierzającymi do jej zniekształcenia i oddziałującymi niekorzystnie na uczestników rynku tj. nie tylko na uczestników porozumienia ale i na ich kontrahentów. Poprzez zawarcie niedozwolonego porozumienia, konkurenci pozbawiają się możliwości posiadania swobody decyzyjnej, jaka istnieje, gdy mechanizmy konkurencji działają w sposób nieskrępowany. W konsekwencji atrakcyjność oferty dla konsumentów ulega pogorszeniu.

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

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

⁹ Wyrok Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów z dnia 7 listopada 2005 r. XVII Ama 26/04

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

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

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

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

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

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

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

Ponadto art. 8 ust. 3 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów stanowi, iż Rada Ministrów może w drodze rozporządzenia wyłączyć określone rodzaje porozumień spod zakazu porozumień ograniczających konkurencję. Podobne uregulowania zawierał również art. 7 poprzednio obowiązującej ustawy z dnia 15.12.2000r. o ochronie konkurencji i konsumentów. W dniu 13.08.2002r. zostało wydane na podstawie art. 7 poprzednio obowiązującej ustawy z dnia 15.12.2000r. o ochronie konkurencji i konsumentów, rozporządzenie Rady Ministrów z dnia 13.08.2002r. w sprawie wyłączenia określonych porozumień wertykalnych spod zakazu porozumień ograniczających konkurencję, obowiązujące do dnia 31.12.2007r. Rozporządzenie to zostało zastąpione rozporządzeniem z dnia 19.11.2007r. w sprawie wyłączenia niektórych rodzajów

porozumień wertykalnych spod zakazu porozumień ograniczających konkurencję, obowiązującym od dnia 01.01.2008 do dnia 31.05.2011r. Obecnie, od dnia 1 czerwca 2011r. obowiązuje rozporządzenie Rady Ministrów z dnia 30 marca 2011r. w sprawie wyłączenia niektórych rodzajów porozumień wertykalnych spod zakazu porozumień ograniczających konkurencję (Dz.U. Nr 81, poz. 441) Jednakże zarówno w myśl § 10 ww. rozporządzenia z 2002r. jak i § 7 rozporządzenia z 2007r. oraz § 11 rozporządzenia z 2011r., wyłączenia określonych porozumień spod zakazu porozumień ograniczających konkurencję, nie stosuje się do porozumień wertykalnych, które bezpośrednio lub pośrednio, samodzielnie lub w powiązaniu z innymi okolicznościami zależnymi od stron tych porozumień, mają na celu lub powodują ograniczenie prawa nabywcy do ustalania cen sprzedaży poprzez narzucanie przez dostawcę minimalnych, czy też o określonej wysokości cen sprzedaży towarów objętych porozumieniem. Zawarcie w umowie tego rodzaju ograniczenia jest tzw. klauzulą niedozwoloną. Ustalanie zatem pomiędzy producentem (dostawcą) danych dóbr a dystrybutorem cen minimalnych, czyli cen poniżej, których dany towar nie może być sprzedawany lub też cen sztywnych, czyli cen o ustalonej wysokości, jest z mocy prawa zakazane i stanowi poważnie naruszenie prawa konkurencji. Tym samym zakazane w świetle ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów jest ustalanie cen odsprzedaży o określonej wysokości lub też cen minimalnych. „...Taka formuła cen ogranicza w istotnym stopniu możliwość reagowania przez dystrybutora na impulsy rynkowe, a co za tym idzie, zniekształca działanie mechanizmów konkurencji...” (Elżbieta Modzelewska-Wąchal. Ustawa o ochronie konkurencji i konsumentów. Komentarz. Twigger. Warszawa 2002r. str. 73), gdyż uniemożliwia danemu przedsiębiorcy oferowanie towarów po cenach korzystniejszych niż jego konkurencji. Powyższe oznacza, iż ustalanie przez strony porozumienia cen odsprzedaży towarów o określonej lub też minimalnej wysokości, nie podlega wyłączeniu na podstawie przepisów aktualnie obowiązującej ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, aktualnie obowiązującego rozporządzenia jak i rozporządzenia z dnia 13.08.2002r. oraz z dnia 19.11.2007r.

Wobec powyższego porozumienie zawarte pomiędzy Konimpex-Plus Sp. z o.o., a jej odbiorcami może podlegać ocenie w świetle przepisu art. 6 ust. 1 pkt 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

Jak wskazano to w opisie stanu faktycznego Konimpex-Plus Sp. z o.o. w umowach o współpracy zawartych ze swoimi odbiorcami będącymi pozostałymi stronami niższego postępowania, zobowiązała odbiorców do prowadzenia sprzedaży detalicznej produktów objętych promocją „Dobry Produkt Dobra Cena” wg cen nie niższych niż określone przez tego przedsiębiorcę w jego cennikach. Zgodnie z § 5 ust. 1 tych umów, tytułem zabezpieczenia uregulowania zobowiązań wynikających z umowy oraz prawidłowego ich wykonywania odbiorca, na wezwanie Konimpex-Plus Sp. z o.o. zobowiązała się złożyć zabezpieczenie majątkowe w uzgodnionej wysokości i formie np. weksel własny z deklaracją wekslową lub dobrowolne poddanie się egzekucji w formie aktu notarialnego.

Z kolei zgodnie § 9 ust. 3 pkt b tych umów, Konimpex-Plus Sp. z o.o. ma prawo wypowiedzieć umowę ze skutkiem natychmiastowym, jeżeli np. działania odbiorcy mogą narazić ją na szkodę.

Z powyższego wynika, iż Konimpex-Plus Sp. z o.o. zobowiązała swoich odbiorców do sprzedaży detalicznej jej produktów objętych promocją „DPDC”, po cenach nie niższych niż określone przez nią w cennikach. Tym samym odbiorcy mogli sprzedawać te wyroby po cenach wynikających z cenników lub też wyższych. Nie mogli natomiast stosować cen niższych niż wynikające z cenników opracowanych przez Konimpex-Plus Sp. z o.o.

Powyższy stan faktyczny w ocenie Prezesa Urzędu dowodzi, iż pomiędzy Konimpex-Plus Sp. z o.o. a jej odbiorcami, poprzez zawarcie w umowie o współpracy zapisu o obowiązku nie prowadzenia sprzedaży detalicznej wg. cen nie niższych niż ceny określone przez tego przedsiębiorcę w jego cennikach, doszło do faktycznego ustalania minimalnych cen odsprzedaży wyrobów. Na skutek ustalenia pomiędzy stronami porozumienia powyższych uregulowań w umowach o współpracy, odbiorca mógł stosować tylko ceny wynikające z cennika opracowanego przez tego przedsiębiorcę lub też ceny wyższe, nie mógł natomiast stosować cen niższych niż wskazane w cennikach przez Konimpex-Plus Sp. z o.o.

Oznacza to, iż Konimpex-Plus Sp. z o.o. oraz odbiorcy tego przedsiębiorcy w umowach handlowych wyznaczyli wysokość cen minimalnych sprzedaży wyrobów tego przedsiębiorcy, przez co uczestniczyli w niedozwolonym porozumieniu ograniczającym konkurencję polegającym na ustalaniu

cen odsprzedaży, co w świetle przepisów ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów jest porozumieniem, o jakim mowa w art. 6 ust. 1 pkt 1 tej ustawy.

Dowodem świadczącym o zawarciu tego porozumienia jest przede wszystkim treść umów handlowych zawartych pomiędzy Konimpex-Plus Sp. z o.o. a jej odbiorcami, z których wynika jednoznacznie fakt ustalania pomiędzy tymi przedsiębiorcami minimalnych cen sprzedaży wyrobów tego przedsiębiorcy.

Na skutek zawartego porozumienia Konimpex-Plus Sp. z o.o. mogła ograniczyć możliwość wystąpienia sytuacji, w których stosowane byłyby przy sprzedaży wyrobów objętych promocją „DPDC” ceny niższe niż wynikające z opracowanego przez nią cennika. Z kolei odbiorcy Konimpex-Plus Sp. z o.o. podpisując umowy o współpracy w oparciu o zaproponowany przez tego przedsiębiorcę projekt umowy, z dużym stopniem prawdopodobieństwa mogli przypuszczać, jaka będzie wysokość cen sprzedaży wyrobów objętych tą promocją przez innych odbiorców, czyli, iż ceny sprzedaży przez konkurentów nie będą niższe niż cennikowe. Tym samym zawarte porozumienie spowodowało, iż odbiorcy z dużą dozą prawdopodobieństwa mogli przewidzieć wysokość stosowanych cen przez innych przedsiębiorców sprzedających wyroby Konimpex-Plus Sp. z o.o., czyli konkurentów. Ograniczało to niepewność tych odbiorców, co do ich wzajemnego zachowania cenowego na rynku, na skutek czego doszło do ograniczenia rywalizacji cenowej między nimi. Tym samym celem zawartego porozumienia było ograniczenie konkurencji pomiędzy odbiorcami Konimpex-Plus Sp. z o.o., czyli tzw. konkurencji „wewnątrzmarkowej”, nawet jeśli ustalenia te nie były stosowane w praktyce.

Należy również wskazać, iż z wyjaśnień Konimpex-Plus Sp. z o.o. złożonych w tym postępowaniu wynika (karta nr 149), iż powodem wymagalności cen na produkty oferowane w promocji „DPDC” był jej ogólnopolski charakter oraz chęć utrzymania w każdym punkcie sprzedaży zbliżonej ceny, tak aby działania marketingowe prowadzone przez tą firmę miały sens i nie kolidowały z ewentualnie innym poziomem cen w sklepach. Powyższe stanowisko Konimpex-Plus Sp. z o.o. w ocenie Prezesa Urzędu świadczy jednoznacznie o zamiarze wpływania przez tego przedsiębiorcę na poziom cen stosowanych przez odbiorców tj. stosowanie w każdym punkcie sprzedaży detalicznej cen sprzedaży produktów objętych promocją „DPDC”, na poziomie nie niższym, niż wynikającym z cennika przez niego opracowanego.

Z powyższego wynika, iż celem zawartej umowy, było ograniczenie odbiorcom możliwości swobodnego ustalania cen sprzedawanych przez siebie wyrobów Konimpex-Plus Sp. z o.o., czyli stosowania cen niższych, niż określone w umowie z tym przedsiębiorcą. Została im tym samym ograniczona zdolność do bezpośredniego kształtowania, w relacji z klientami, cen sprzedawanych przez siebie produktów. Należy wskazać, iż Trybunał Sprawiedliwości, w swoim orzecznictwie uznał, iż narzucanie cen odsprzedaży „(...) czyni niemożliwym wprowadzanie metod sprzedaży pozwalających na zaopatrywanie konsumentów na warunkach ekonomicznie bardziej korzystnych, co potwierdza uczestnictwo w porozumieniu ograniczającym konkurencję.”¹⁰ Należy również wskazać, iż wprowadzenie cen minimalnych powoduje, że ceny na dany produkt są wyższe, aniżeli w warunkach niezakłóconej konkurencji, inaczej bowiem nie byłoby ekonomicznego uzasadnienia ich wprowadzenia. Stąd też ceny stosowane przez odbiorców nie poddane mechanizmom konkurencji mogły kształtować się na dalszych etapach obrotu na poziomie wyższym, niż w przypadku poddania ich swobodnej grze rynkowej przedsiębiorców. Dlatego też ujemne skutki zawarcia porozumienia mogły być przede wszystkim odczuwalne dla klientów odbiorców, tj. konsumentów oraz ewentualnie innych odbiorców, którzy mogli być zmuszeni do zakupu wyrobów Konimpex-Plus Sp. z o.o. po ustalonych pomiędzy stronami porozumienia cenach. Skutkiem tego ceny uiszczane przez finalnych odbiorców, mogły kształtować się na wyższym poziomie, niż w przypadku poddania ich regulacji mechanizmom konkurencji.

Z powyższego wynika, iż celem tego porozumienia było ograniczenie odbiorcom Konimpex-Plus Sp. z o.o. możliwości sprzedaży jej wyrobów po cenach niższych, niż wynikających z opracowanych przez nią cenników. Oznacza to, iż celem zawartego porozumienia było istotne ograniczenie konkurencji cenowej pomiędzy odbiorcami Konimpex-Plus Sp. z o.o.

¹⁰ Wyrok Trybunału Sprawiedliwości z dnia 17 stycznia 1984r. w połączonych sprawach 43 i 63/82 De Vereeniging (...) p-ko Komisji (zb.orz. 1984, 19).

Tym samym celem tego porozumienia było ograniczenie konkurencji pomiędzy odbiorcami „Konimpex-Plus Sp. z o.o.,” co uzasadnia stwierdzenie naruszenia przez strony umów o współpracy, art. 6 ust. 1 pkt 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

Istotne w tej sprawie jest również to, iż Konimpex-Plus Sp. z o.o. zgodnie z § 5 ust. 1 tych umów, tytułem zabezpieczenia prawidłowego wykonania zobowiązań wynikających z umowy, zobowiązała odbiorców do złożenia zabezpieczenia majątkowego w uzgodnionej wysokości i formie np. weksła własnego z deklaracją wekslową lub dobrowolnego poddania się egzekucji w formie aktu notarialnego. Ponadto zgodnie § 9 ust. 3 pkt b umów, Konimpex-Plus Sp. z o.o. miała prawo wypowiedzieć umowę ze skutkiem natychmiastowym, jeżeli np. działania odbiorcy mogły narazić ją na szkodę. Tym samym odbiorca w przypadku nie zastosowania się do postanowień umowy np. w przypadku nie realizowania postanowienia dotyczącego ustalania cen odsprzedaży, musiał liczyć się z tym, iż mogą wobec niego zostać zastosowane powyżej opisane kroki.

Należy przy tym wskazać, iż nie jest konieczne, aby restrykcje takowe były stosowane w praktyce. Wystarczające jest, iż odbiorcy zdawali sobie sprawę z faktu istnienia w umowach takiego zapisu, w związku z czym przy swoich decyzjach cenowych musieli brać pod uwagę istnienie w umowach takich uregulowań.

Ponadto należy podkreślić, iż sam fakt braku kontroli ze strony Konimpex-Plus Sp. z o.o., co do wysokości cen stosowanych przez odbiorców, czy też brak wyciągania konsekwencji za stosowanie cen w wysokości innej niż określona w umowie, nie oznacza, iż porozumienie rzeczywiście nie zostało przez tych przedsiębiorców zawarte, gdyż istnienie porozumienia nie musi zakładać istnienia systemu monitorowania i sankcji. Sam fakt braku kontroli ze strony Konimpex-Plus Sp. z o.o., co do wysokości cen stosowanych przez odbiorców, czy też brak wyciągania konsekwencji za stosowanie cen w wysokości innej niż w umowie nie oznacza, iż porozumienie to rzeczywiście nie zostało przez przedsiębiorców zawarte. Trybunał Sprawiedliwości w jednym z wyroków¹¹ uznał, iż istnienie porozumienia nie musi zakładać istnienia systemu monitorowania i sankcji.

Prezes Urzędu pragnie ponadto odnieść się do podnoszonego przez niektóre strony tego postępowania argumentu, iż porozumienie to nie funkcjonowało w praktyce, gdyż zapis w umowie był zapisem martwym, a każdy z przedsiębiorców całkowicie samodzielnie ustalał wysokość cen sprzedaży wyrobów Konimpex-Plus Sp. z o.o.

W pierwszej kolejności należy wskazać, iż jak przedstawił to Prezes Urzędu na wcześniejszych stronach niniejszej decyzji, o zawarciu niedozwolonego porozumienia ograniczającego konkurencję świadczy sam fakt podpisania umowy. Natomiast brak stosowania się przez odbiorców do kwestionowanego postanowienia w umowie, nie oznacza, że do zawarcia tego porozumienia faktycznie nie doszło, gdyż podpisanie umowy ułatwiało przewidzenie polityki cenowej konkurentów. Z tego też względu Prezes Urzędu pragnie wskazać, iż nie może zgodzić się z twierdzeniem części stron tego postępowania, iż z racji tego, że nie stosowali w praktyce zapisów umowy, to nie uczestniczyli w niedozwolonym porozumieniu ograniczającym konkurencję.

Jak wskazała Komisja w decyzji w sprawie przeciwko *Yamaha*, stwierdzającej uczestnictwo tego przedsiębiorcy w porozumieniu ograniczającym konkurencję, fakt istnienia w danym dokumencie klauzuli ograniczającej bezpośrednio lub pośrednio swobodę ustalania cen odsprzedaży przez dystrybutora, już samo w sobie jest naruszeniem konkurencji.¹² Tym samym brak ewentualnej realizacji porozumienia może mieć co najwyżej wpływ na ocenę szkodliwości zawartego porozumienia, nie może natomiast prowadzić do stwierdzenia, iż w sprawie nie doszło do zawarcia niedozwolonego porozumienia ograniczającego konkurencję.

Prezes Urzędu pragnie ponadto odnieść się do twierdzeń niektórych stron niniejszego postępowania, iż ustalanie cen dla produktów objętych promocją „DPDC” było konieczne ze względu na sens tej promocji a w szczególności ze względu na działania marketingowe, jej towarzyszące.

¹¹ Wyrok Trybunału Sprawiedliwości z dnia 6 stycznia 2004r. w sprawie C-2/01 P i C-3/01 P Bundesverband der Arzneimittel-Importeure eV p-ko Komisji Europejskiej (zob. Orz. 2004, I-23).

¹² Punkt 141 decyzji w sprawie *Yamaha* (COMP/37.975/PO)

W pierwszej kolejności Prezes Urzędu pragnie wskazać, iż nie może zgodzić się z takim stanowiskiem stron postępowania.

Należy zauważyć, iż istotą promocji „DPDC”, jak to zresztą wynika z wyjaśnień Konimpex-Plus Sp. z o.o., było wyselekcjonowanie z oferty tego przedsiębiorcy towarów o cenie jego zdaniem atrakcyjnej w stosunku do jakości towarów. Tym samym oferta ta polegała na wybraniu z oferty Konimpex-Plus Sp. z o.o. wyrobów, które jej zdaniem posiadają cenę atrakcyjną w stosunku do jakości tych towarów. Należy zauważyć, iż promocja ta miała charakter stały tj. obejmowała sprzedaż określonych wyrobów po cenach nie niższych niż wynikających z cennika, przez cały czas tej promocji tj. cały sezon letni lub zimowy w zależności od tego, na który z tych sezonów towary te były przeznaczone. Jednakże w ocenie Prezesa Urzędu cel zorganizowania tej promocji, nie usprawiedliwiał działań Konimpex-Plus Sp. z o.o. w zakresie zobowiązania odbiorców do stosowania wyznaczonych przez niego cen minimalnych. Zawarcie w umowach z odbiorcami zobowiązania do stosowania cen minimalnych, było środkiem nieproporcjonalnym tj. wykraczającym poza cele tej promocji.

W ocenie Prezesa Urzędu nieistotne jest jak strony przedmiotowego postępowania nazywają wspólne działania w zakresie ustalania cen odsprzedaży. Bez względu na to, czy działania te będą określone mianem promocja, czy też nie będą tak nazwane, mamy niewątpliwie do czynienia z porozumieniem cenowym, którego celem było ograniczenie lub zniekształcenie konkurencji. Każdy z odbiorców powinien swoje decyzje cenowe podejmować samodzielnie, w oparciu o własny rachunek ekonomiczny, a nie na podstawie porozumień z innymi uczestnikami rynku takimi jak konkurenci, czy też dostawcy. Z tego też względu ustalania minimalnych cen odsprzedaży pomiędzy Konimpex-Plus Sp. z o.o. a odbiorcami, nie może również usprawiedliwiać zdaniem Prezesa UOKiK, wydrukowywanie cen na ulotkach, czy też na innych materiałach reklamowych dostarczonych przez Konimpex-Plus Sp. z o.o.

Ponadto Prezes Urzędu pragnie odnieść się do twierdzeń niektórych stron niniejszego postępowania, iż kwestionowany przez Prezesa Urzędu zapis w umowie dotyczy *de facto* cen sugerowanych. To natomiast, tj. stosowanie cen sugerowanych, jest powszechnie stosowane w obrocie gospodarczym i jest dozwolone przez prawo antymonopolowe.

Odnosząc się do powyższego argumentu przede wszystkim należy wskazać, iż treść umów o współpracy, a w szczególności § 7 ust. 6, w żaden sposób nie wskazuje na to, iż zapis ten dotyczy cen sugerowanych. Co więcej zapis ten mówi wprost, iż „...odbiorca zobowiązuje się do prowadzenia sprzedaży detalicznej wg cen nie niższych niż określone przez dostawcę w jego cennikach...”. Oznacza to, iż zapisu tego nie można w żaden sposób interpretować jako sugerowania cen, ale jako zobowiązanie do stosowania ich w określonej wysokości.

Jedna ze stron niniejszego postępowania, prezentowała w toku niniejszego postępowania również stanowisko, iż kontrowersyjny zapis umowy powinien być interpretowany zgodnie z art. 65 k.c. Zgodnie z tym przepisem przy interpretowaniu zapisów umów winno się przede wszystkim brać pod uwagę, jaki był zgodny zamiar stron i cel umowy, aniżeli opierać się na jej dosłownym brzmieniu. Celem, zaś stron było uregulowanie sprawnie działającej współpracy, a nie ograniczanie konkurencji.

Ustosunkowując się do powyższego Prezes Urzędu pragnie przede wszystkim wskazać, iż umowy handlowe są dokumentami prawnymi. Prawa i obowiązki stron, oraz cel umowy, powinny być interpretowane na podstawie całości treści tej umowy oraz dokumentów jej towarzyszących, a nie tylko interpretacji części jej zapisów. Stąd też analiza, czy odbiorcy podpisując umowy o współpracy zawarli niedozwolone porozumienie ograniczające konkurencję, powinna być dokonana mając na uwadze całość treści, kontekst umowy, oraz jej ewentualnych załączników. Te natomiast tj. zapisy § 7 ust. 6 pkt świadczą jednoznacznie o zamiarze ustalenia cen minimalnych odsprzedaży wyrobów Konimpex-Plus Sp. z o.o.

W tym miejscu Prezes Urzędu pragnie wskazać, iż brak wiedzy o tym, iż ustalanie cen odsprzedaży jest działaniem bezprawnym, czy też niedopatrznie faktu istnienia w umowie kwestionowanego przez ten organ zapisu, nie może usprawiedliwiać działań przedsiębiorców. Należy mieć na uwadze, iż zgodnie z art. 83 Konstytucji RP każdy ma obowiązek przestrzegania prawa Rzeczypospolitej Polskiej. Obowiązek znajomości i przestrzegania prawa ciąży tym bardziej na profesjonalnych

uczestnikach obrotu rynkowego, takich jak uczestnicy niniejszego postępowania. Podmioty profesjonalnie działające na rynku powinny były przewidzieć, że podejmowane przez nie działania mogą być uznane przez Prezesa Urzędu za niezgodne z przepisami ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów. Odbiorcy Konimpex-Plus Sp. z o.o. mieli możliwość zapoznania się z przedłożonymi im do podpisu projektami umów o współpracy. Podpisując takową umowę przedsiębiorcy zaakceptowali warunki, na jakich miała odbywać się współpraca handlowa pomiędzy nimi a Konimpex-Plus Sp. z o.o., nawet jeśli wzór tej umowy opracował ww. przedsiębiorca. Należy również wskazać, iż po podpisaniu umowy, żaden z odbiorców - stron niniejszego postępowania, w jednoznaczny i udokumentowany sposób, nie zdystansował się od jej treści, co jedynie potwierdza udział odbiorców w porozumieniu. W opinii Prezesa Urzędu przyzwolenie na zawarcie porozumienia może mieć również charakter milczący. Przedsiębiorca, który ewidentnie nie uczestniczy w niezgodnym z prawem porozumieniu powinien dowieść, że otwarcie zdystansował się od porozumienia. Jak zauważył Sąd Ochrony Konkurencji i Konsumentów w wyroku z dnia 10 maja 2006 r.: „Przedsiębiorca, który nie tylko otwarcie nie dystansuje się od porozumienia, które ma na celu zapobieżenie, ograniczenie lub zakłócenie konkurencji, ale wręcz stosuje się do jego treści, staje się jego rzeczywistym uczestnikiem. Stwarza w ten sposób, przynajmniej wrażenie, że jego nastawienie jest analogiczne jak konkurentów”¹³. Podobne stanowisko zajął Sąd Pierwszej Instancji, który w wyroku¹⁴ rozpatrującym odwołanie od decyzji Komisji Europejskiej uznał, iż porozumienie opiera się na istnieniu zgodności i chęci przynajmniej dwóch stron. Dalej w wyroku tym Sąd uznał, iż jednostronna decyzja przedsiębiorstwa dotycząca jego zachowania nie jest porozumieniem o ile nie uzyska wyraźniej lub domyślnej zgody dystrybutorów na zachowanie producenta. Tym samym podpisanie przez odbiorców treści umowy, nawet jeśli jej postanowienia nie były stosowane w praktyce, należy uznać, za przystąpienie oraz uczestnictwo odbiorców w tym porozumieniu. Z tego też względu brak ewentualnych innych ustaleń, rozmów bezpośrednich, pośrednich, spotkań, czy też wymiany informacji pomiędzy stronami niniejszego postępowania, nie może świadczyć o braku istnienia takowego porozumienia na rynku.

Należy w tym miejscu wyjaśnić, iż niektóre ze stron niniejszego postępowania jako dowód na to, iż porozumienie nie było realizowane w praktyce przesłały kopie przykładowych faktur za sprzedaż wyrobów Konimpex-Plus Sp. z o.o. Należy jednakże wskazać, iż Sąd Ochrony Konkurencji i Konsumentów w wyroku z dnia 05.10.2010r. (sygn. akt XVII Ama 106/08) stwierdził, iż przedstawienie przez przedsiębiorcę wybiórczo faktur obrazujących działalność przedsiębiorcy w okresie kilku lat, może być co prawda dowodem na to, iż w tych przypadkach nie zastosował się do treści postanowienia umownego dotyczącego cen. Nie oznacza to jednakże, iż w okresie tym nie było przypadku sprzedaży wyrobów, których dotyczy porozumienie, po cenach zgodnych z postanowieniami umowy handlowej. Ponadto w wyroku tym Sąd również podkreślił, iż z uwagi na treść przepisu art. 6 ust. 1 pkt 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, sam fakt sprzedawania wyrobów po cenach innych niż w umowie nie ma wpływu dla stwierdzenia, czy porozumienie istniało na rynku, czy też nie. Zakaz sformułowany w art. 6 ust.1 pkt 1 ww. ustawy, obejmuje bowiem nie tylko te przypadki, w których osiągnięty został zamierzony skutek, ale dotyczy również samego uczestnictwa w porozumieniu wymierzonym w objęciu ochroną dobra jakim jest swobodna konkurencja.

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

Zgodnie z art. 10 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, jeżeli Prezes Urzędu stwierdzi naruszenie zakazu określonego w art. 6 tej ustawy, wydaje decyzję o uznaniu praktyki za ograniczającą konkurencję i nakazuje zaniechanie jej stosowania. Jednocześnie art. 11 ust. 2 przedmiotowej ustawy stanowi, że powyższej decyzji nie wydaje się w przypadku, gdy zachowanie

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

¹⁴ Wyrok Sądu Pierwszej Instancji z dnia 03.12.2003r. w sprawie T-208/01 Volkswagen AG p-ko Komisji (zb.orz. 2003, II-5141)

rynkowe przedsiębiorcy przestało naruszać zakazy określone w art. 6. W takim przypadku wydaje się decyzję o uznaniu praktyki za ograniczającą konkurencję i stwierdza zaniechanie jej stosowania.

W okolicznościach przedmiotowej sprawy, jak wykazano to powyżej, zachodzą przesłanki pozwalające na stwierdzenie, iż przedsiębiorcy, którym postawiono zarzut zawarcia niedozwolonego porozumienia ograniczającego konkurencję, naruszyli art. 6 ust. 1 pkt 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

Jak ustalił Prezes UOKiK i co przedstawiono na stronach od nr 10 do nr 11 niniejszej decyzji, Konimpex-Plus Sp. z o.o. oraz część odbiorców będących stronami niniejszego postępowania zawarli aneksy do umów, zgodnie z którymi strony postanowiły zmienić brzmienie § 7 ust. 6 pkt 2 poprzez nadanie mu brzmienia: „Odbiorca deklaruje prowadzenie sprzedaży detalicznej w cenach zbliżonych do cen rynkowych”.

Z kolei z odbiorcami, z którymi nie zawarto aneksów do umów o współpracy, umowy o współpracy zostały rozwiązane z datami wskazanymi w punkcie I sentencji niniejszej decyzji.

Tym samym z datami wskazanymi w pkt I sentencji niniejszej decyzji, Konimpex-Plus Sp. z o.o. oraz jej odbiorcy wymienieni w tym punkcie sentencji decyzji, zaprzestali stosowania niedozwolonego porozumienia ograniczającego konkurencję na rynku krajowym sprzedaży hurtowej odzieży oraz sprzętu turystycznego i wspinaczkowego, polegającego na bezpośrednim ustalaniu cen sprzedaży towarów, co stanowiło naruszenie art. 6 ust. 1 pkt 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

Stąd należało orzec jak w punkcie I sentencji niniejszej decyzji.

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

Ustawa o ochronie konkurencji i konsumentów nie zawiera zamkniętego katalogu przesłanek, od których uzależniana jest wysokość nakładanych na przedsiębiorców kar. Jednakże art. 111 tej ustawy stanowi, że przy ustalaniu wysokości kar pieniężnych, o których mowa w art. 106-108, należy uwzględnić w szczególności okres, stopień oraz okoliczności naruszenia przepisów ustawy, a także uprzednie naruszenie jej przepisów. Jest rzeczą oczywistą, iż na wysokość kary musi mieć także wpływ stopień zagrożenia lub naruszenia interesu publicznoprawnego stosowanymi praktykami ograniczającymi konkurencję. Ponadto w orzecznictwie wskazuje się, że w przypadku kar za stosowanie praktyk ograniczających konkurencję przesłankami, które należy brać pod uwagę są: potencjał ekonomiczny przedsiębiorcy, skutki praktyki dla konkurencji lub kontrahentów, dopuszczalny poziom kary wynikający z przepisów ustawy oraz cele, jakie kara ma osiągnąć¹⁵. Nałożona przez Prezesa Urzędu kara pieniężna powinna pełnić przy tym funkcję represyjną tj. stanowić dolegliwość za naruszenie przepisów ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, a także prewencyjną czyli dyscyplinującą (tj. zapobiegać podobnym naruszeniom w przyszłości).

W pkt 1 sentencji niniejszej decyzji uznano za praktykę ograniczającą konkurencję i naruszającą zakaz, o którym mowa w art. 6 ust. 1 pkt 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, zawarcie przez strony niniejszego postępowania porozumienia ograniczającego konkurencję na rynku krajowym sprzedaży hurtowej odzieży oraz sprzętu turystycznego i wspinaczkowego, polegającego na bezpośrednim ustalaniu cen sprzedaży wyrobów, poprzez ustalanie pomiędzy Konimpex-Plus Sp. z o.o. oraz ww. przedsiębiorcami w umowach o współpracy, cen odsprzedaży przez tych przedsiębiorców wyrobów produkowanych i sprzedawanych przez Konimpex-Plus Sp. z o.o., co stanowi naruszenie art. 6 ust. 1 pkt 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

Ustalając wysokość kary pieniężnej Prezes Urzędu w pierwszej kolejności dokonał oceny natury stwierdzonego w niniejszej decyzji naruszenia. Ponieważ przedmiotowe porozumienie ograniczające konkurencję zawiązane zostało między podmiotami działającymi na różnych szczeblach obrotu, czyli było porozumieniem tzw. „wertykalnym”, a przedmiotem tego porozumienia było ustalanie cen

¹⁵ Wyrok Sądu Najwyższego z dnia 27.06.2000 r., I CKN 793/98.

odsprzedaży wyrobów Konimpex-Plus Sp. z o.o. przez odbiorców, w ocenie Prezesa Urzędu zawarcie tego porozumienia stanowi poważne naruszenie prawa konkurencji. Na skutek zawartego porozumienia odbiorcom ograniczono możliwość swobodnego ustalania cen sprzedaży i tym samym możliwość bezpośredniego kształtowania w relacji z nabywcą, cen sprzedawanych produktów. Tym samym zawarte porozumienie utrudniło odbiorcom Konimpex-Plus Sp. z o.o. nieograniczone reagowanie na zaistniałą sytuację na rynku oraz dostosowywania stosowanych przez siebie cen w zależności od posunięć cenowych konkurentów tj. innych odbiorców. Oznacza to, iż bezpośredni skutek tego porozumienia był odczuwalny przede wszystkim dla finalnych odbiorców Konimpex-Plus Sp. z o.o.

Stąd też Prezes Urzędu kwestionowane porozumienie zaliczył do poważnego naruszenia ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

Przy ustalaniu kary pieniężnej wzięto również w dalszej kolejności pod uwagę specyfikę rynku, na którym doszło do zawarcia porozumienia ograniczającego konkurencję oraz działalności Konimpex-Plus Sp. z o.o. Rozważając powyższe Prezes Urzędu uznał, iż wyroby odzieży oraz sprzętu turystycznego i wspinaczkowego, nie są produktami istotnymi dla większości konsumentów, nie stanowią artykułu pierwszej potrzeby i nie można im przypisać cechy niezbędności.

Ponadto Prezes Urzędu wziął po uwagę strukturę rynku krajowego tj., iż jest to rynek konkurencyjny, a Konimpex-Plus Sp. z o.o. nie jest znacznym uczestnikiem tego rynku, chociaż sprzedawane i dystrybuowane przez niego marki są rozpoznawalne wśród konsumentów i cieszą się dobrą opinią. Ponadto uwzględniono fakt, iż zawarte porozumienie nie dotyczyło całego asortymentu sprzedawanego przez Konimpex-Plus Sp. z o.o., a jedynie jego części. Miarkując wysokość kary uwzględniono również, iż rynek ten jest rynkiem, na którym nie występują istotne bariery rozpoczęcia działalności.

Prezes Urzędu uwzględnił również fakt, iż skutki zawartego porozumienia są odwracalne, o czym świadczy zaniechanie stosowanej praktyki i wykreślenie z umów o współpracy zapisów świadczących o zawartym porozumieniu.

Stąd też biorąc pod uwagę specyfikę rynku odzieży oraz sprzętu turystycznego i wspinaczkowego Prezes Urzędu uznał, iż zawarte porozumienie nie wpłynęło w bardzo negatywny sposób na stan konkurencji na tym rynku, dlatego też konkurencyjny charakter tego rynku, miał wpływ na obniżenie kwoty kary pieniężnej ustalonej na poprzednim etapie.

Ponadto ustalając wymiar kary pieniężnej Prezes Urzędu uwzględnił przesłankę, iż porozumienie to miało długotrwały charakter tj. w przypadku wszystkich stron niniejszego postępowania trwało dłużej niż rok, co znalazło też odzwierciedlenie w wysokości kary pieniężnej przyjętej do dalszych wyliczeń.

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

Z uwagi na ten sam przedmiot porozumienia oraz podobne przesłanki łagodzące oraz obciążające odbiorców Konimpex-Plus Sp. z o.o., uzasadnienia kar są podobne. Nie oznacza to jednakże, iż wysokość kar nie została zindywidualizowana. W przypadku każdej strony tego porozumienia kary były ustalane na podstawie wysokości jej przychodów osiągniętych w 2010r. Szczegółowy sposób ustalania wysokości kar jest przedstawiony w załączniku nr 1 i 2 do niniejszej decyzji. Załącznik ten zawiera informacje stanowiące tajemnice przedsiębiorców, do których zostało stronom tego postępowania ograniczone prawo wglądu na wcześniejszych etapach tego postępowania. Przedstawienie szczegółowych wyliczeń kar pieniężnych oraz algorytmu ich ustalania także w przypadku przedsiębiorców, których przychody nie zostały utajnione, oznaczałoby ujawnienie w sposób pośredni informacji, do których ograniczono prawo wglądu. Stąd też Prezes Urzędu ograniczył się w uzasadnieniu wysokości nakładanych kar, do wskazania przesłanek mających wpływ na ich wysokość.

1. Postanawiając o wysokości kary pieniężnej nakładanej na Konimpex-Plus Sp. z o.o., Prezes Urzędu wziął pod uwagę przede wszystkim fakt, iż przedsiębiorca uczestniczył w porozumieniu ograniczającym konkurencję mającym na celu ustalanie cen sprzedaży wyrobów produkowanych i sprzedawanych przez tego przedsiębiorcę, która to praktyka jest uznawana za jedno z poważniejszych naruszeń prawa konkurencji. Miarkując jednakże karę pieniężną uwzględniono również to, iż celem tego porozumienia było ograniczenie tzw. konkurencji „wewnątrzmarkowej” na wyroby sprzedawane przez Konimpex-Plus Sp. z o.o., na skutek czego ceny sprzedaży wyrobów tego przedsiębiorcy mogły kształtować się na rynku na poziomie wyższym, niż w przypadku poddania ich kształtowania swobodnemu mechanizmowi konkurencji.

Miarkując wysokość kary pieniężnej nakładanej na Konimpex-Plus Sp. z o.o. Prezes Urzędu wziął jednakże pod uwagę pewne okoliczności łagodzące. Przede wszystkim Prezes Urzędu wziął pod uwagę fakt zaniechania stosowania tego porozumienia w czasie trwania niniejszego postępowania. Z inicjatywy tego przedsiębiorcy zostały z umów o współpracy handlowej wykreślone zapisy świadczące o zawarciu niedozwolonego porozumienia ograniczającego konkurencję.

Ponadto za okoliczność łagodzącą Prezes Urzędu uznał brak stosowania przez tego przedsiębiorcę środków odwetowych za ewentualną sprzedaż wyrobów po cenach innych niż wynikające z umów handlowych, o czym świadczy stanowisko odbiorców zajęte w tym postępowaniu.

Należy również zauważyć, iż miarkując wymiar kary pieniężnej w niniejszej sprawie, Prezes Urzędu miał także na względzie pogląd wyrażony przez Sąd Okręgowy w Warszawie - Sąd Ochrony Konkurencji i Konsumentów w wyroku z dnia 08.11.2004r., zgodnie z którym przy przesadnym uwzględnianiu w uzasadnieniach decyzji Prezesa Urzędu okoliczności łagodzących, nakładane na przedsiębiorców kary pieniężne mogą nie osiągnąć skutku prewencyjnego, zwłaszcza w zakresie prewencji ogólnej¹⁶.

Miarkując jednakże wysokość kary pieniężnej nakładanej na tego przedsiębiorcę, za okoliczność obciążającą uznano przede wszystkim to, iż to Konimpex-Plus Sp. z o.o. był inicjatorem tego porozumienia, gdyż to właśnie ten przedsiębiorca opracował wzór umowy o współpracy, która była następnie przedkładana do podpisu odbiorcom. Zatem to właśnie Konimpex-Plus Sp. z o.o. jest przede wszystkim odpowiedzialna za zawarte porozumienie.

Oceniając jednakże przesłanki łagodzące oraz obciążające tego przedsiębiorcę, Prezes Urzędu uznał za niezasadne podwyższanie z tego tytułu kary pieniężnej ustalonej na poprzednich etapach.

Oceniając stopień zawinienia Konimpex-Plus Sp. z o.o. Prezes Urzędu wziął pod uwagę, iż przedsiębiorca ten prowadzi od wielu lat działalność gospodarczą oraz dysponuje wystarczająco długim doświadczeniem wynikającym z działalności na rynku, aby zdawać sobie sprawę z ograniczeń, jakie nakłada na przedsiębiorców ustawa o ochronie konkurencji i konsumentów. Celem działania tego przedsiębiorcy, jak sam to wskazał w toku tego postępowania (karty od nr 362 do nr 363), była sprzedaż wytypowanych produktów w ramach promocji „DPDC” po odpowiedniej cenie w stosunku do bardzo podobnych produktów innych marek. Aby taka akcja miała szansę powodzenia i sprawdzenia się, powinna być spójna na obszarze całej Polski. Należy zauważyć, iż Konimpex-Plus Sp. z o.o. w jednym z pism skierowanych do Urzędu (karta nr 24) wyjaśnił, iż wymaganie trzymania się ustalonej ceny detalicznej obowiązywało wszystkich odbiorców dystrybucyjnych, którzy zaopatrywali się ramach promocji „DPDC” przez cały czas jej trwania, a powodem wymagalności cen była chęć ochrony marży wszystkich odbiorców biorących udział w tej promocji. Powyższe stanowisko tego przedsiębiorcy daje podstawę do uznania, iż jego działania miały na celu jeśli nie wyeliminowanie, to ograniczenie konkurencji cenowej pomiędzy odbiorcami. Daje to w ocenie Prezesa Urzędu podstawę do uznania, iż jego działanie miało charakter umyślny i był on świadomy antykonkurencyjnych skutków takiego zachowania. Jak słusznie wskazał Europejski Trybunał Sprawiedliwości np. w wyroku z dnia 11.07.1989r. w sprawie 246/86 S.C. Belasco i inni p-ko Komisji Wspólnot Europejskich (Zb.Orz. 1989, 2117), czy też w innych orzeczeniach¹⁷, aby naruszenie było traktowane, jako popełnione umyślnie, nie jest konieczne, aby „przedsiębiorstwo było świadome naruszenia reguł konkurencji, wystarcza natomiast aby nie mogło być nieświadome, że sporne zachowanie miało na celu ograniczenie konkurencji”.

¹⁶ Wyrok SOKIK z dnia 08.11.2004r. sygn. akt XVII Ama 81/03.

¹⁷ Prawo Konkurencji Wspólnoty Europejskiej. Orzecznictwo. Tom 2: orzeczenia Sadu pierwszej Instancji z lat 1990-2004. Część 2. str. 808.

Mając na uwadze powyżej wskazane okoliczności Prezes Urzędu postanowił o nałożeniu na Konimpex-Plus Sp. z o.o. kary pieniężnej w wysokości 28.016 PLN (słownie: dwudziestu ośmiu tysięcy szesnastu złotych), stanowiącej ok. (...)% (tajemnica przedsiębiorcy - załącznik nr 1 do decyzji), kary maksymalnej jaka mogłaby być na nią nałożona za udział w porozumieniu.

2. Miarkując wysokość kary pieniężnej nakładanej na Skalnik Sp. z o.o. we Wrocławiu Prezes Urzędu wziął pod uwagę następujące okoliczności.

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

Wymierzając karę pieniężną na tego przedsiębiorcę wzięto pod uwagę jednakże pewne przesłanki łagodzące wymiar kary pieniężnej. Przede wszystkim uwzględniono przesłankę, iż inicjatorem tego porozumienia, tak jak to wskazano na wcześniejszych stronach niniejszej decyzji, była Konimpex-Plus Sp. z o.o., a nie ten odbiorca.

Ponadto Prezes Urzędu uznał za okoliczność łagodzącą fakt, iż zarzucane stronom tego postępowania porozumienie zostało przez tych przedsiębiorców zaniechane w toku trwania niniejszego postępowania.

Decydując o wymiarze kary pieniężnej nakładanej na tego przedsiębiorcę, Prezes Urzędu uznał jednakże za przesłankę obciążającą fakt, iż przedsiębiorca ten mógł co prawda nie posiadać wiedzy, że postanowienia zawarte w umowie o współpracy zawartej z Konimpex-Plus Sp. z o.o. świadczą o zawarciu porozumienia polegającego na ustalaniu cen, niemniej jednak nie może to być usprawiedliwieniem dla tego przedsiębiorcy. Zgodnie z art. 83 Konstytucji RP każdy ma obowiązek przestrzegania prawa Rzeczypospolitej Polskiej. Obowiązek znajomości i przestrzegania prawa ciąży tym bardziej na profesjonalnych uczestnikach rynku, takich jak uczestnik niniejszego postępowania. Podmioty profesjonalnie działające na rynku powinny przewidzieć, że podejmowane przez nie działania mogą być uznane przez Prezesa Urzędu za niezgodne z przepisami ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów. Podobnie Sąd Ochrony Konkurencji i Konsumentów w wyroku z dnia 05.10.2010r. (sygn. akt XVII Ama 106/08) stwierdził, iż „Brak świadomości uczestniczenia w niedozwolonym porozumieniu w sytuacji, gdy powód jest profesjonalistą, świadczy o lekkomyślnym podejściu do prowadzonej działalności gospodarczej, bez zastanowienia się nad skutkami takiego postępowania”.

Mając na uwadze powyżej wskazane okoliczności Prezes Urzędu postanowił o nałożeniu na tego przedsiębiorcę kary pieniężnej w wysokości 9.716 PLN (słownie: dziewięciu tysięcy siedmiuset szesnastu złotych), stanowiącej ok. (...)% (tajemnica przedsiębiorcy - załącznik nr 1 do decyzji), kary maksymalnej jaka mogłaby być na niego nałożona za udział w porozumieniu.

3. Miarkując wysokość kary pieniężnej nakładanej na Przemysława Ch. „Podróże specjalistyczne - Sklep Podróżnika” w Warszawie, Prezes Urzędu wziął pod uwagę następujące okoliczności.

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

Wymierzając karę pieniężną na tego przedsiębiorcę wzięto pod uwagę jednakże pewne przesłanki łagodzące wymiar kary pieniężnej. Przede wszystkim uwzględniono przesłankę, iż inicjatorem tego porozumienia, tak jak to wskazano na wcześniejszych stronach niniejszej decyzji, była Konimpex-Plus Sp. z o.o., a nie ten odbiorca.

Ponadto Prezes Urzędu uznał za okoliczność łagodzącą fakt, iż zarzucane stronom tego postępowania porozumienie zostało przez tych przedsiębiorców zaniechane w toku trwania niniejszego postępowania.

Decydując o wymiarze kary pieniężnej nakładanej na tego przedsiębiorcę, Prezes Urzędu uznał jednakże za przesłankę obciążającą fakt, iż przedsiębiorca ten mógł co prawda nie posiadać wiedzy, że postanowienia zawarte w umowie o współpracy zawartej z Konimpex-Plus Sp. z o.o. świadczą o zawarciu porozumienia polegającego na ustalaniu cen, niemniej jednak nie może to być usprawiedliwieniem dla tego przedsiębiorcy. Zgodnie z art. 83 Konstytucji RP każdy ma obowiązek przestrzegania prawa Rzeczypospolitej Polskiej. Obowiązek znajomości i przestrzegania prawa ciąży tym bardziej na profesjonalnych uczestnikach rynku, takich jak uczestnik niniejszego postępowania. Podmioty profesjonalnie działające na rynku powinny przewidzieć, że podejmowane przez nie działania mogą być uznane przez Prezesa Urzędu za niezgodne z przepisami ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów. Podobnie Sąd Ochrony Konkurencji i Konsumentów w wyroku z dnia 05.10.2010r. (sygn. akt XVII Ama 106/08) stwierdził, iż „Brak świadomości uczestniczenia w niedozwolonym porozumieniu w sytuacji, gdy powód jest profesjonalistą, świadczy o lekkomyślnym podejściu do prowadzonej działalności gospodarczej, bez zastanowienia się nad skutkami takiego postępowania”.

Mając na uwadze powyżej wskazane okoliczności Prezes Urzędu postanowił o nałożeniu na tego przedsiębiorcę kary pieniężnej w wysokości 14.178 PLN (słownie: czternastu tysięcy stu siedemdziesięciu ośmiu złotych), stanowiącej ok. (...)% (tajemnica przedsiębiorcy - załącznik nr 1 do decyzji), kary maksymalnej jaka mogłaby być na niego nałożona za udział w porozumieniu.

4. Miarkując wysokość kary pieniężnej nakładanej na Beatę L. prowadzącą wraz z Jarosławem P. wspólnie działalność gospodarczą jako „Sport-Tour” s.c. w Otwocku, Prezes Urzędu wziął pod uwagę następujące okoliczności.

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

Wymierzając karę pieniężną na tego przedsiębiorcę wzięto pod uwagę jednakże pewne przesłanki łagodzące wymiar kary pieniężnej. Przede wszystkim uwzględniono przesłankę, iż inicjatorem tego porozumienia, tak jak to wskazano na wcześniejszych stronach niniejszej decyzji, była Konimpex-Plus Sp. z o.o., a nie ten odbiorca.

Ponadto Prezes Urzędu uznał za okoliczność łagodzącą fakt, iż zarzucane stronom tego postępowania porozumienie zostało przez tych przedsiębiorców zaniechane w toku trwania niniejszego postępowania.

Decydując o wymiarze kary pieniężnej nakładanej na tego przedsiębiorcę, Prezes Urzędu uznał jednakże za przesłankę obciążającą fakt, iż przedsiębiorca ten mógł co prawda nie posiadać wiedzy, że postanowienia zawarte w umowie o współpracy zawartej z Konimpex-Plus Sp. z o.o. świadczą o zawarciu porozumienia polegającego na ustalaniu cen, niemniej jednak nie może to być usprawiedliwieniem dla tego przedsiębiorcy. Zgodnie z art. 83 Konstytucji RP każdy ma obowiązek przestrzegania prawa Rzeczypospolitej Polskiej. Obowiązek znajomości i przestrzegania prawa ciąży tym bardziej na profesjonalnych uczestnikach rynku, takich jak uczestnik niniejszego postępowania. Podmioty profesjonalnie działające na rynku powinny przewidzieć, że podejmowane przez nie działania mogą być uznane przez Prezesa Urzędu za niezgodne z przepisami ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów. Podobnie Sąd Ochrony Konkurencji i Konsumentów w wyroku z dnia 05.10.2010r. (sygn. akt XVII Ama 106/08) stwierdził, iż „Brak świadomości uczestniczenia w niedozwolonym porozumieniu w sytuacji, gdy powód jest profesjonalistą, świadczy o lekkomyślnym

podejściu do prowadzonej działalności gospodarczej, bez zastanowienia się nad skutkami takiego postępowania”.

Mając na uwadze powyżej wskazane okoliczności Prezes Urzędu postanowił o nałożeniu na tego przedsiębiorcę kary pieniężnej w wysokości 1.011 PLN (słownie: tysiąc jedenastu złotych), stanowiącej ok. (...) % (tajemnica przedsiębiorcy - załącznik nr 1 do decyzji), kary maksymalnej jaka mogłaby być na niego nałożona za udział w porozumieniu, za które to zobowiązanie odpowiada solidarnie Jarosław P.

5. Miarkując wysokość kary pieniężnej nakładanej na Jarosława P. prowadzącego wraz z Beatą L., wspólnie działalność gospodarczą jako „Sport-Tour” s.c. w Otwocku, Prezes Urzędu wziął pod uwagę następujące okoliczności.

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

Wymierzając karę pieniężną na tego przedsiębiorcę wzięto pod uwagę jednakże pewne przesłanki łagodzące wymiar kary pieniężnej. Przede wszystkim uwzględniono przesłankę, iż inicjatorem tego porozumienia, tak jak to wskazano na wcześniejszych stronach niniejszej decyzji, była Konimpex-Plus Sp. z o.o., a nie ten odbiorca.

Ponadto Prezes Urzędu uznał za okoliczność łagodzącą fakt, iż zarzucane stronom tego postępowania porozumienie zostało przez tych przedsiębiorców zaniechane w toku trwania niniejszego postępowania.

Decydując o wymiarze kary pieniężnej nakładanej na tego przedsiębiorcę, Prezes Urzędu uznał jednakże za przesłankę obciążającą fakt, iż przedsiębiorca ten mógł co prawda nie posiadać wiedzy, że postanowienia zawarte w umowie o współpracy zawartej z Konimpex-Plus Sp. z o.o. świadczą o zawarciu porozumienia polegającego na ustalaniu cen, niemniej jednak nie może to być usprawiedliwieniem dla tego przedsiębiorcy. Zgodnie z art. 83 Konstytucji RP każdy ma obowiązek przestrzegania prawa Rzeczypospolitej Polskiej. Obowiązek znajomości i przestrzegania prawa ciąży tym bardziej na profesjonalnych uczestnikach rynku, takich jak uczestnik niniejszego postępowania. Podmioty profesjonalnie działające na rynku powinny przewidzieć, że podejmowane przez nie działania mogą być uznane przez Prezesa Urzędu za niezgodne z przepisami ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów. Podobnie Sąd Ochrony Konkurencji i Konsumentów w wyroku z dnia 05.10.2010r. (sygn. akt XVII Ama 106/08) stwierdził, iż „Brak świadomości uczestniczenia w niedozwolonym porozumieniu w sytuacji, gdy powód jest profesjonalistą, świadczy o lekkomyślnym podejściu do prowadzonej działalności gospodarczej, bez zastanowienia się nad skutkami takiego postępowania”.

Mając na uwadze powyżej wskazane okoliczności Prezes Urzędu postanowił o nałożeniu na tego przedsiębiorcę kary pieniężnej w wysokości 1.011 PLN (słownie: tysiąc jedenastu złotych), stanowiącej ok. (...) % (tajemnica przedsiębiorcy - załącznik nr 1 do decyzji), kary maksymalnej jaka mogłaby być na niego nałożona za udział w porozumieniu, za które to zobowiązanie odpowiada solidarnie Beata L.

6. Miarkując wysokość kary pieniężnej nakładanej na Firmę Handlową Sporting Andrzej Gołdyn sp.j. w Lesznie, Prezes Urzędu wziął pod uwagę następujące okoliczności.

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

doprowadziło ono do ograniczenia konkurencji tzw. „wewnątrzmarkowej” na wyroby Konimpex-Plus Sp. z o.o.

Wymierzając karę pieniężną na tego przedsiębiorcę wzięto pod uwagę jednakże pewne przesłanki łagodzące wymiar kary pieniężnej. Przede wszystkim uwzględniono przesłankę, iż inicjatorem tego porozumienia, tak jak to wskazano na wcześniejszych stronach niniejszej decyzji, była Konimpex-Plus Sp. z o.o., a nie ten odbiorca.

Ponadto Prezes Urzędu uznał za okoliczność łagodzącą fakt, iż zarzucane stronom tego postępowania porozumienie zostało przez tych przedsiębiorców zaniechane w toku trwania niniejszego postępowania.

Decydując o wymiarze kary pieniężnej nakładanej na tego przedsiębiorcę, Prezes Urzędu uznał jednakże za przesłankę obciążającą fakt, iż przedsiębiorca ten mógł co prawda nie posiadać wiedzy, że postanowienia zawarte w umowie o współpracy zawartej z Konimpex-Plus Sp. z o.o. świadczą o zawarciu porozumienia polegającego na ustalaniu cen, niemniej jednak nie może to być usprawiedliwieniem dla tego przedsiębiorcy. Zgodnie z art. 83 Konstytucji RP każdy ma obowiązek przestrzegania prawa Rzeczypospolitej Polskiej. Obowiązek znajomości i przestrzegania prawa ciąży tym bardziej na profesjonalnych uczestnikach rynku, takich jak uczestnik niniejszego postępowania. Podmioty profesjonalnie działające na rynku powinny przewidzieć, że podejmowane przez nie działania mogą być uznane przez Prezesa Urzędu za niezgodne z przepisami ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów. Podobnie Sąd Ochrony Konkurencji i Konsumentów w wyroku z dnia 05.10.2010r. (sygn. akt XVII Ama 106/08) stwierdził, iż „Brak świadomości uczestniczenia w niedozwolonym porozumieniu w sytuacji, gdy powód jest profesjonalistą, świadczy o lekkomyślnym podejściu do prowadzonej działalności gospodarczej, bez zastanowienia się nad skutkami takiego postępowania”.

Mając na uwadze powyżej wskazane okoliczności Prezes Urzędu postanowił o nałożeniu na tego przedsiębiorcę kary pieniężnej w wysokości 14.313 PLN (słownie: czternastu tysięcy trzynastu złotych), stanowiącej ok. (...) % (tajemnica przedsiębiorcy - załącznik nr 2 do decyzji), kary maksymalnej jaka mogłaby być na niego nałożona za udział w porozumieniu.

7. Miarkując wysokość kary pieniężnej nakładanej na Jarosława S. „Digitronik” w Pile, Prezes Urzędu wziął pod uwagę następujące okoliczności.

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

Wymierzając karę pieniężną na tego przedsiębiorcę wzięto pod uwagę jednakże pewne przesłanki łagodzące wymiar kary pieniężnej. Przede wszystkim uwzględniono przesłankę, iż inicjatorem tego porozumienia, tak jak to wskazano na wcześniejszych stronach niniejszej decyzji, była Konimpex-Plus Sp. z o.o., a nie ten odbiorca.

Ponadto Prezes Urzędu uznał za okoliczność łagodzącą fakt, iż zarzucane stronom tego postępowania porozumienie zostało przez tych przedsiębiorców zaniechane w toku trwania niniejszego postępowania.

Decydując o wymiarze kary pieniężnej nakładanej na tego przedsiębiorcę, Prezes Urzędu uznał jednakże za przesłankę obciążającą fakt, iż przedsiębiorca ten mógł co prawda nie posiadać wiedzy, że postanowienia zawarte w umowie o współpracy zawartej z Konimpex-Plus Sp. z o.o. świadczą o zawarciu porozumienia polegającego na ustalaniu cen, niemniej jednak nie może to być usprawiedliwieniem dla tego przedsiębiorcy. Zgodnie z art. 83 Konstytucji RP każdy ma obowiązek przestrzegania prawa Rzeczypospolitej Polskiej. Obowiązek znajomości i przestrzegania prawa ciąży tym bardziej na profesjonalnych uczestnikach rynku, takich jak uczestnik niniejszego postępowania. Podmioty profesjonalnie działające na rynku powinny przewidzieć, że podejmowane przez nie działania mogą być uznane przez Prezesa Urzędu za niezgodne z przepisami ustawy o ochronie

konkurencji i konsumentów. Podobnie Sąd Ochrony Konkurencji i Konsumentów w wyroku z dnia 05.10.2010r. (sygn. akt XVII Ama 106/08) stwierdził, iż „Brak świadomości uczestniczenia w niedozwolonym porozumieniu w sytuacji, gdy powód jest profesjonalistą, świadczy o lekkomyślnym podejściu do prowadzonej działalności gospodarczej, bez zastanowienia się nad skutkami takiego postępowania”.

Mając na uwadze powyżej wskazane okoliczności Prezes Urzędu postanowił o nałożeniu na tego przedsiębiorcę kary pieniężnej w wysokości 15.899 PLN (słownie: piętnastu tysięcy ośmiuset dziewięćdziesięciu dziewięciu złotych), stanowiącej ok. (...) % (tajemnica przedsiębiorcy - załącznik nr 2 do decyzji), kary maksymalnej jaka mogłaby być na niego nałożona za udział w porozumieniu.

8. Miarkując wysokość kary pieniężnej nakładanej na Krzysztofa B. „Stockholm Group” we Wrzosówce, Prezes Urzędu wziął pod uwagę następujące okoliczności.

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

Wymierzając karę pieniężną na tego przedsiębiorcę wzięto pod uwagę jednakże pewne przesłanki łagodzące wymiar kary pieniężnej. Przede wszystkim uwzględniono przesłankę, iż inicjatorem tego porozumienia, tak jak to wskazano na wcześniejszych stronach niniejszej decyzji, była Konimpex-Plus Sp. z o.o., a nie ten odbiorca.

Ponadto Prezes Urzędu uznał za okoliczność łagodzącą fakt, iż zarzucane stronom tego postępowania porozumienie zostało przez tych przedsiębiorców zaniechane w toku trwania niniejszego postępowania.

Decydując o wymiarze kary pieniężnej nakładanej na tego przedsiębiorcę, Prezes Urzędu uznał jednakże za przesłankę obciążającą fakt, iż przedsiębiorca ten mógł co prawda nie posiadać wiedzy, że postanowienia zawarte w umowie o współpracy zawartej z Konimpex-Plus Sp. z o.o. świadczą o zawarciu porozumienia polegającego na ustalaniu cen, niemniej jednak nie może to być usprawiedliwieniem dla tego przedsiębiorcy. Zgodnie z art. 83 Konstytucji RP każdy ma obowiązek przestrzegania prawa Rzeczypospolitej Polskiej. Obowiązek znajomości i przestrzegania prawa ciąży tym bardziej na profesjonalnych uczestnikach rynku, takich jak uczestnik niniejszego postępowania. Podmioty profesjonalnie działające na rynku powinny przewidzieć, że podejmowane przez nie działania mogą być uznane przez Prezesa Urzędu za niezgodne z przepisami ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów. Podobnie Sąd Ochrony Konkurencji i Konsumentów w wyroku z dnia 05.10.2010r. (sygn. akt XVII Ama 106/08) stwierdził, iż „Brak świadomości uczestniczenia w niedozwolonym porozumieniu w sytuacji, gdy powód jest profesjonalistą, świadczy o lekkomyślnym podejściu do prowadzonej działalności gospodarczej, bez zastanowienia się nad skutkami takiego postępowania”.

Mając na uwadze powyżej wskazane okoliczności Prezes Urzędu postanowił o nałożeniu na tego przedsiębiorcę kary pieniężnej w wysokości 3.668 PLN (słownie: trzech tysięcy sześciuset sześćdziesięciu ośmiu złotych), stanowiącej ok. (...) % (tajemnica przedsiębiorcy - załącznik nr 2 do decyzji), kary maksymalnej jaka mogłaby być na niego nałożona za udział w porozumieniu.

9. Miarkując wysokość kary pieniężnej nakładanej na Ireneusza K. PPHU Irmak w Lublinie, Prezes Urzędu wziął pod uwagę następujące okoliczności.

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

Wymierzając karę pieniężną na tego przedsiębiorcę wzięto pod uwagę jednakże pewne przesłanki łagodzące wymiar kary pieniężnej. Przede wszystkim uwzględniono przesłankę, iż inicjatorem tego porozumienia, tak jak to wskazano na wcześniejszych stronach niniejszej decyzji, była Konimpex-Plus Sp. z o.o., a nie ten odbiorca. Ponadto Prezes Urzędu uznał za okoliczność łagodzącą fakt, iż zarzucane stronom tego postępowania porozumienie zostało przez tych przedsiębiorców zaniechane w toku trwania niniejszego postępowania.

Decydując o wymiarze kary pieniężnej nakładanej na tego przedsiębiorcę, Prezes Urzędu uznał jednakże za przesłankę obciążającą fakt, iż przedsiębiorca ten mógł co prawda nie posiadać wiedzy, że postanowienia zawarte w umowie o współpracy zawartej z Konimpex-Plus Sp. z o.o. świadczą o zawarciu porozumienia polegającego na ustalaniu cen, niemniej jednak nie może to być usprawiedliwieniem dla tego przedsiębiorcy. Zgodnie z art. 83 Konstytucji RP każdy ma obowiązek przestrzegania prawa Rzeczypospolitej Polskiej. Obowiązek znajomości i przestrzegania prawa ciąży tym bardziej na profesjonalnych uczestnikach rynku, takich jak uczestnik niniejszego postępowania. Podmioty profesjonalnie działające na rynku powinny przewidzieć, że podejmowane przez nie działania mogą być uznane przez Prezesa Urzędu za niezgodne z przepisami ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów. Podobnie Sąd Ochrony Konkurencji i Konsumentów w wyroku z dnia 05.10.2010r. (sygn. akt XVII Ama 106/08) stwierdził, iż „Brak świadomości uczestniczenia w niedozwolonym porozumieniu w sytuacji, gdy powód jest profesjonalistą, świadczy o lekkomyślnym podejściu do prowadzonej działalności gospodarczej, bez zastanowienia się nad skutkami takiego postępowania”.

Mając na uwadze powyżej wskazane okoliczności Prezes Urzędu postanowił o nałożeniu na tego przedsiębiorcę kary pieniężnej w wysokości 3.517 PLN (słownie: trzech tysięcy pięciuset siedemnastu złotych), stanowiącej ok. (...)% (tajemnica przedsiębiorcy - załącznik nr 2 do decyzji), kary maksymalnej jaka mogłaby być na niego nałożona za udział w porozumieniu.

10. Miarkując wysokość kary pieniężnej nakładanej na Roberta Sz., prowadzącego wraz z Elżbietą Sz., wspólnie działalność gospodarczą jako „Harcerz” s.c. w Opolu, Prezes Urzędu wziął pod uwagę następujące okoliczności.

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

Wymierzając karę pieniężną na tego przedsiębiorcę wzięto pod uwagę jednakże pewne przesłanki łagodzące wymiar kary pieniężnej. Przede wszystkim uwzględniono przesłankę, iż inicjatorem tego porozumienia, tak jak to wskazano na wcześniejszych stronach niniejszej decyzji, była Konimpex-Plus Sp. z o.o., a nie ten odbiorca. Ponadto Prezes Urzędu uznał za okoliczność łagodzącą fakt, iż zarzucane stronom tego postępowania porozumienie zostało przez tych przedsiębiorców zaniechane w toku trwania niniejszego postępowania.

Decydując o wymiarze kary pieniężnej nakładanej na tego przedsiębiorcę, Prezes Urzędu uznał jednakże za przesłankę obciążającą fakt, iż przedsiębiorca ten mógł co prawda nie posiadać wiedzy, że postanowienia zawarte w umowie o współpracy zawartej z Konimpex-Plus Sp. z o.o. świadczą o zawarciu porozumienia polegającego na ustalaniu cen, niemniej jednak nie może to być usprawiedliwieniem dla tego przedsiębiorcy. Zgodnie z art. 83 Konstytucji RP każdy ma obowiązek przestrzegania prawa Rzeczypospolitej Polskiej. Obowiązek znajomości i przestrzegania prawa ciąży tym bardziej na profesjonalnych uczestnikach rynku, takich jak uczestnik niniejszego postępowania. Podmioty profesjonalnie działające na rynku powinny przewidzieć, że podejmowane przez nie działania mogą być uznane przez Prezesa Urzędu za niezgodne z przepisami ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów. Podobnie Sąd Ochrony Konkurencji i Konsumentów w wyroku z dnia

05.10.2010r. (sygn. akt XVII Ama 106/08) stwierdził, iż „Brak świadomości uczestniczenia w niedozwolonym porozumieniu w sytuacji, gdy powód jest profesjonalistą, świadczy o lekkomyślnym podejściu do prowadzonej działalności gospodarczej, bez zastanowienia się nad skutkami takiego postępowania”.

Mając na uwadze powyżej wskazane okoliczności Prezes Urzędu postanowił o nałożeniu na tego przedsiębiorcę kary pieniężnej w wysokości 1.136 PLN (słownie: tysiąc stu trzydziestu sześciu złotych), stanowiącej ok. (...)% (tajemnica przedsiębiorcy - załącznik nr 2 do decyzji), kary maksymalnej jaka mogłaby być na niego nałożona za udział w porozumieniu, za które to zobowiązanie odpowiada solidarnie Elżbieta Sz.

11. Miarkując wysokość kary pieniężnej nakładanej na Elżbietę Sz., prowadzącą wraz z Robertem Sz. wspólnie działalność gospodarczą jako „Harcerz” s.c. w Opolu, Prezes Urzędu wziął pod uwagę następujące okoliczności.

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

Wymierzając karę pieniężną na tego przedsiębiorcę wzięto pod uwagę jednakże pewne przesłanki łagodzące wymiar kary pieniężnej. Przede wszystkim uwzględniono przesłankę, iż inicjatorem tego porozumienia, tak jak to wskazano na wcześniejszych stronach niniejszej decyzji, była Konimpex-Plus Sp. z o.o., a nie ten odbiorca.

Ponadto Prezes Urzędu uznał za okoliczność łagodzącą fakt, iż zarzucane stronom tego postępowania porozumienie zostało przez tych przedsiębiorców zaniechane w toku trwania niniejszego postępowania.

Decydując o wymiarze kary pieniężnej nakładanej na tego przedsiębiorcę, Prezes Urzędu uznał jednakże za przesłankę obciążającą fakt, iż przedsiębiorca ten mógł co prawda nie posiadać wiedzy, że postanowienia zawarte w umowie o współpracy zawartej z Konimpex-Plus Sp. z o.o. świadczą o zawarciu porozumienia polegającego na ustalaniu cen, niemniej jednak nie może to być usprawiedliwieniem dla tego przedsiębiorcy. Zgodnie z art. 83 Konstytucji RP każdy ma obowiązek przestrzegania prawa Rzeczypospolitej Polskiej. Obowiązek znajomości i przestrzegania prawa ciąży tym bardziej na profesjonalnych uczestnikach rynku, takich jak uczestnik niniejszego postępowania. Podmioty profesjonalnie działające na rynku powinny przewidzieć, że podejmowane przez nie działania mogą być uznane przez Prezesa Urzędu za niezgodne z przepisami ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów. Podobnie Sąd Ochrony Konkurencji i Konsumentów w wyroku z dnia 05.10.2010r. (sygn. akt XVII Ama 106/08) stwierdził, iż „Brak świadomości uczestniczenia w niedozwolonym porozumieniu w sytuacji, gdy powód jest profesjonalistą, świadczy o lekkomyślnym podejściu do prowadzonej działalności gospodarczej, bez zastanowienia się nad skutkami takiego postępowania”.

Mając na uwadze powyżej wskazane okoliczności Prezes Urzędu postanowił o nałożeniu na tego przedsiębiorcę kary pieniężnej w wysokości 1.136 PLN (słownie: tysiąc stu trzydziestu sześciu złotych), stanowiącej ok. (...)% (tajemnica przedsiębiorcy - załącznik nr 2 do decyzji), kary maksymalnej jaka mogłaby być na niego nałożona za udział w porozumieniu, za które to zobowiązanie odpowiada solidarnie Robert Sz.

12. Miarkując wysokość kary pieniężnej nakładanej na Janusza W. Cz. prowadzącego wraz Franciszką Cz. wspólnie działalność gospodarczą jako Hejszownia Janusz Cz. s.c. w Kłodzku, Prezes Urzędu wziął pod uwagę następujące okoliczności.

Postanawiając o wysokości kary pieniężnej Prezes Urzędu wziął pod uwagę przede wszystkim fakt, iż przedsiębiorca uczestniczył w porozumieniu ograniczającym konkurencję mającym na celu ustalanie cen sprzedaży wyrobów produkowanych i sprzedawanych przez Konimpex-Plus Sp. z o.o., która to praktyka jest uznawana za jedno z poważniejszych naruszeń prawa konkurencji. Miarkując

karę pieniężną uwzględniono również skutki zawartego porozumienia, a przede wszystkim to, iż doprowadziło ono do ograniczenia konkurencji tzw. „wewnątrzmarkowej” na wyroby Konimpex-Plus Sp. z o.o.

Wymierzając karę pieniężną na tego przedsiębiorcę wzięto pod uwagę jednakże pewne przesłanki łagodzące wymiar kary pieniężnej. Przede wszystkim uwzględniono przesłankę, iż inicjatorem tego porozumienia, tak jak to wskazano na wcześniejszych stronach niniejszej decyzji, była Konimpex-Plus Sp. z o.o., a nie ten odbiorca.

Ponadto Prezes Urzędu uznał za okoliczność łagodzącą fakt, iż zarzucane stronom tego postępowania porozumienie zostało przez tych przedsiębiorców zaniechane w toku trwania niniejszego postępowania.

Decydując o wymiarze kary pieniężnej nakładanej na tego przedsiębiorcę, Prezes Urzędu uznał jednakże za przesłankę obciążającą fakt, iż przedsiębiorca ten mógł co prawda nie posiadać wiedzy, że postanowienia zawarte w umowie o współpracy zawartej z Konimpex-Plus Sp. z o.o. świadczą o zawarciu porozumienia polegającego na ustalaniu cen, niemniej jednak nie może to być usprawiedliwieniem dla tego przedsiębiorcy. Zgodnie z art. 83 Konstytucji RP każdy ma obowiązek przestrzegania prawa Rzeczypospolitej Polskiej. Obowiązek znajomości i przestrzegania prawa ciąży tym bardziej na profesjonalnych uczestnikach rynku, takich jak uczestnik niniejszego postępowania. Podmioty profesjonalnie działające na rynku powinny przewidzieć, że podejmowane przez nie działania mogą być uznane przez Prezesa Urzędu za niezgodne z przepisami ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów. Podobnie Sąd Ochrony Konkurencji i Konsumentów w wyroku z dnia 05.10.2010r. (sygn. akt XVII Ama 106/08) stwierdził, iż „Brak świadomości uczestniczenia w niedozwolonym porozumieniu w sytuacji, gdy powód jest profesjonalistą, świadczy o lekkomyślnym podejściu do prowadzonej działalności gospodarczej, bez zastanowienia się nad skutkami takiego postępowania”.

Mając na uwadze powyżej wskazane okoliczności Prezes Urzędu postanowił o nałożeniu na tego przedsiębiorcę kary pieniężnej w wysokości 1.156 PLN (słownie: tysiąca stu pięćdziesięciu sześciu złotych), stanowiącej ok. (...)% (tajemnica przedsiębiorcy - załącznik nr 2 do decyzji), kary maksymalnej jaka mogłaby być na niego nałożona za udział w porozumieniu, za które to zobowiązanie odpowiada solidarnie Franciszka Cz.

Pomimo, iż w pkt I sentencji niniejszej decyzji Prezes Urzędu stwierdził zawarcie porozumienia ograniczającego konkurencję pomiędzy Konimpex-Plus Sp. z o.o. oraz pozostałymi przedsiębiorcami wskazanymi w punkcie I sentencji decyzji, w przypadku Anny K. oraz Barbary S. prowadzących wspólnie działalność gospodarczą jako P.W. „A&B” s.c. w Zielonej Górze, Franciszce Cz. prowadzącej wraz z Januszem Cz. wspólnie działalność gospodarczą jako Hejszownia Janusz Cz. s.c. w Kłodzku oraz Sławomira K. Sklep Turystyczny – Przyłudek w Toruniu, postanowiono odstąpić od nałożenia kary pieniężnej.

Powodem odstąpienia od nałożenia kary pieniężnej na ww. przedsiębiorców jest niewielki w porównaniu do pozostałych stron postępowania przychód tych przedsiębiorców, osiągnięty w 2010r. Ustalenie wysokości kary jaka mogłaby być nałożona na tych przedsiębiorców w taki sam sposób, jak względem pozostałych odbiorców skutkowałoby tym, iż kara pieniężna byłaby w tak niewielkiej wysokości, iż nie spełniłaby celu represyjnego za naruszenie przepisów ustawy. Natomiast nałożenie na tych przedsiębiorców kary w innej wysokości pozostawałoby w znacznej dysproporcji do stopnia naruszenia przepisów ustawy oraz byłyby nieadekwatne do kar nałożonych na pozostałych odbiorców. Dlatego też w przypadku powyżej wskazanych przedsiębiorców, Prezes Urzędu postanowił odstąpić od nałożenia kary pieniężnej za zawarcie niedozwolonego porozumienia ograniczającego konkurencję, o jakim mowa w punkcie I sentencji tej decyzji.

Sam fakt wszczęcia i przeprowadzenia postępowania antymonopolowego w efekcie którego Prezes Urzędu stwierdził naruszenie przez tych przedsiębiorców przepisów ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, winien odnieść w stosunku do tych przedsiębiorców pożądany skutek oraz zapobiec naruszeniu przepisów ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów w przyszłości.

Stąd też orzeczono jak w punkcie II sentencji decyzji.

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

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

Niniejsze postępowanie antymonopolowe zostało wszczęte z urzędu. W jego wyniku Prezes Urzędu w punkcie I sentencji przedmiotowej decyzji stwierdził naruszenie art. 6 ust. 1 pkt 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów przez strony postępowania wymienione w tym punkcie decyzji. Kosztami niniejszego postępowania są dla Prezesa Urzędu wydatki związane z doręczaniem stronom pism w toku postępowania. W związku z powyższym Prezes Urzędu postanowił obciążyć każdego z przedsiębiorców wymienionego w punkcie III niniejszej decyzji kwotą kosztów w wysokości 25 PLN (słownie: dwudziestu pięciu złotych).

W związku z powyższym orzeczono jak w punkcie III sentencji.

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

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

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

Maciej Fragsztajn
Dyrektor Delegatury