



**PREZES
URZĘDU OCHRONY
KONKURENCJI I KONSUMENTÓW**

DOK1-430/1/06/AS

Warszawa, dnia 23 sierpnia 2006 r.

DECYZJA NR DOK – 97/06

Na podstawie art. 101 ust. 2 pkt 2 ustawy z dnia 15 grudnia 2000 r. *o ochronie konkurencji i konsumentów* (tekst jednolity: Dz. U. z 2005 r., Nr 244, poz. 2080) Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów **nakłada** na przedsiębiorcę Leroy Merlin Polska Sp. z o.o. z siedzibą w Piasecznie **karę pieniężną** w wysokości 80 000 zł (słownie: osiemdziesiąt tysięcy złotych), co stanowi równowartość 20 726,5 euro (słownie: dwadzieścia tysięcy siedemset dwadzieścia sześć euro pięćdziesiąt euro centów) za nieudzielenie informacji dotyczących cen finalnych (na półce w sklepie), we wszystkich marketach należących do sieci Leroy Merlin, w okresie od 1 stycznia 2005 r. do 16 czerwca 2005 r., na następujące produkty Polifarbu Cieszyn – Wrocław S.A.: Akrotix 10L biała, Akrylit W 10L biała, Polinak 10L biała, Cieszynka 10L biała, Akrylit W 3L kolor, Akrylit W 5L kolor, Emakol 1L biała, Drewnochron 3L kolor, Drewnochron 5L kolor, Domalux classic 5L połysk, żądanych przez Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów na podstawie art. 45 ww. ustawy w toku postępowania antymonopolowego o sygn. akt DOK-1-400/7/05/MB/AS.

UZASADNIENIE

W dniu 8 września 2005 r. Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów, zwany dalej „Prezesem Urzędu”, wszczął z urzędu postępowanie antymonopolowe w sprawie zawarcia przez:

- Polifarb Cieszyn – Wrocław S.A. z siedzibą we Wrocławiu
- Praktiker Polska Sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie,
- OBI Centrala Systemowa Sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie,
- Castorama Polska Sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie,
- Leroy Merlin Polska Sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie,
- NOMI S.A. z siedzibą w Kielcach,
- Saint – Gobain Dystrybucja Budowlana Sp. z o.o. z siedzibą we Wrocławiu oraz
- MGI Polska Sp. z o.o. z siedzibą w Poznaniu,

porozumienia ograniczającego konkurencję na krajowym rynku hurtowego obrotu farbami i lakierami, polegającego na ustalaniu cen odsprzedaży następujących produktów:

- Akrotix 10L biała,

- Akrylit W 10L biała,
- Polinak 10L biała,
- Cieszynka 10L biała,
- Akrylit W 3L kolor,
- Akrylit W 5L kolor,
- Emakol 1L biała,
- Drewnochron 3L kolor,
- Drewnochron 5L kolor,
- Domalux classic 5L połysk,

co może naruszać zakaz określony w art. 5 ust. 1 pkt 1 ustawy *o ochronie konkurencji i konsumentów* (tekst jednolity: Dz. U. z 2005 r., Nr 244, poz. 2080 ze zm.).

W ramach powyższego postępowania Prezes Urzędu pismem z dnia 5 października 2005 r., zwrócił się do spółki Leroy Merlin Polska Sp. z o.o., zwanej dalej także „Leroy Merlin”, na podstawie art. 45 ww. ustawy o wskazanie cen finalnych (na półce w sklepie), we wszystkich marketach należących do sieci Leroy Merlin, w okresie od 1 stycznia 2005 r. do 16 czerwca 2005 r., na następujące produkty Polifarbu Cieszyn – Wrocław S.A.: Akrotix 10L biała, Akrylit W 10L biała, Polinak 10L biała, Cieszynka 10L biała, Akrylit W 3L kolor, Akrylit W 5L kolor, Emakol 1L biała, Drewnochron 3L kolor, Drewnochron 5L kolor, Domalux classic 5L połysk. W odpowiedzi na niniejsze żądanie, pismem z dnia 24 października 2005 r., spółka Leroy Merlin przedstawiła wykaz średnich cen sprzedaży w należących do sieci marketach w okresie od 1 stycznia 2005 r. do 30 czerwca 2005 r.

*Dowód: - pismo z dn. 5 października 2005 r. (k. 6-7 akt),
- pismo z dn. 24 października 2005 r. (k. 9 akt).*

Następnie pismem z dnia 3 listopada 2005 r. Prezes Urzędu ponownie zwrócił się do spółki Leroy Merlin o przedstawienie zestawienia cen finalnych (na półce w sklepie) na skonkretyzowane produkty Polifarbu Cieszyn – Wrocław S.A., w określonym przedziale czasu, wyjaśniając jednocześnie, iż przedłożenie cen średnich na wskazane powyżej produkty jest niezgodne z żądaniem Prezesa Urzędu. W odpowiedzi na niniejsze wezwanie (pismo z dnia 14 listopada 2005 r.), spółka wyjaśniła, iż „w zakresie cen finalnych nie prowadzi żadnej statystyki ani rejestracji, jak zmieniają się ceny na etykiecie cenowej w każdym ze sklepów” oraz że „Prezes Urzędu otrzymał już zestawienie jakim spółka dysponuje, czyli średnie ceny sprzedaży dla towarów w każdym z marketów należących do sieci Leroy Merlin”.

*Dowód: - pismo z dn. 3 listopada 2005 r. (k. 10-12 akt),
- pismo z dn. 14 listopada 2005 r. (k. 14-15 akt).*

Z uwagi na fakt, iż we wskazanej powyżej odpowiedzi brak było żądanych informacji, Prezes Urzędu pismem z dnia 17 marca 2006 r. zwrócił się po raz kolejny do spółki Leroy Merlin o przedstawienie zestawienia cen finalnych (na półce w sklepie) na określone farby i lakiery Polifarbu Cieszyn – Wrocław S.A. w skonkretyzowanym przedziale czasu. Organ antymonopolowy wyjaśnił ponadto

stronie, że przedstawione przez nią zestawienie średnich cen sprzedaży nie jest wystarczającą odpowiedzią na wezwanie Prezesa Urzędu, gdyż nie wyjaśnia ono ani tego jakie ceny jednostkowe stosowane były przez Leroy Merlin Polska Sp. z o.o., ani też kiedy dochodziło do zmiany tych cen. Dane dotyczące nie uśrednionych, faktycznie obowiązujących cen „na półce w sklepie” są w ocenie organu antymonopolowego informacją niezbędną do prawidłowej oceny istnienia bądź nie istnienia ewentualnego porozumienia dotyczącego ustalania cen odsprzedaży.

Należy również nadmienić, iż w powyższym piśmie Prezes Urzędu precyzyjnie wskazał zakres żądania, poprzez wskazanie, że prosi o przedstawienie konkretnej, faktycznie obowiązującej ceny finalnej na każdy z wyżej wymienionych produktów, w każdym z marketów sieci Leroy Merlin Polska, w okresie od 1 stycznia do 16 czerwca 2005 r. wraz z wyraźnym zaznaczeniem kiedy cena jednostkowa ulegała zmianie (np.: market x, produkt x – cena 1zł od 1.01.2005 r. do 1.02.2005 r., cena 2 zł od 2.02.2005 r. do 2.03.2005 r. itd). Ponadto, spółka została poinformowana, iż zgodnie z art. 101 ust. 2 pkt 2 ww. ustawy, Prezes Urzędu może nałożyć na przedsiębiorcę, w drodze decyzji, karę pieniężną w wysokości stanowiącej równowartość od 1.000 do 50.000.000 euro, jeżeli przedsiębiorca ten choćby nieumyślnie nie udzielił informacji żądanych przez organ antymonopolowy, bądź udzielił nieprawdziwych lub wprowadzających w błąd informacji. Prezes Urzędu pouczył także stronę, że przedłużenie okresu na udzielenie przez przedsiębiorcę odpowiedzi wymaga zgody organu antymonopolowego. Przedsiębiorca powinien wskazać w jakim terminie taka odpowiedź zostanie udzielona.

Dowód: - pismo z dn. 17 marca 2006 r. (k. 16-17 akt).

W odpowiedzi, pismem z dnia 6 kwietnia 2006 r. spółka Leroy Merlin wyjaśniła, że po ponownym sprawdzeniu systemów komputerowych oraz informacji dostępnych w sklepach nie jest w stanie stwierdzić kiedy ceny finalne ulegały zmianie. Przedsiębiorca ponadto wskazał, iż **[TAJEMNICA PRZEDSIĘBIORSTWA]**. Spółka wskazała także, iż może odnaleźć faktyczne ceny sprzedaży na każdy produkt na każdy dzień w każdym sklepie w przedmiotowym okresie, jeżeli Urząd uzna to za niezbędne, jednakże wymagać to będzie dłuższego czasu, ponieważ koniecznym będzie dokonanie sprawdzenia wszystkich transakcji sprzedaży, tj. paragonów fiskalnych i faktur we wszystkich sklepach.

Dowód:- pismo z dn. 6 kwietnia 2006 r. (k. 19 akt)

W związku z powyższym w dniu 12 kwietnia 2006 r. Prezes Urzędu wszczął, na podstawie art. 101 ust. 2 pkt 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów postępowanie w sprawie nałożenia kary na Leroy Merlin Polska Sp. z o.o., o czym zawiadomił spółkę pismem z dnia 13 kwietnia 2006 r.

*Dowód: - postanowienie z dn. 12 kwietnia 2006 r. (k. 1 akt),
- zawiadomienie z dn. 13 kwietnia 2006 r. (k. 4-5 akt).*

W odpowiedzi na powyższe pismem z dnia 28 kwietnia 2006 r. spółka Leroy Merlin Polska Sp. z o.o. wskazała, że nie jest w stanie przygotować zestawienia cen finalnych, na półce w sklepie, ponieważ nie posiada odpowiednich danych.

Dowód: - pismo z dn. 28 kwietnia 2006 r. (k. 20-21 akt).

Z uwagi na fakt, iż pismo z dnia 28 kwietnia 2006 r. zostało podpisane przez osobę nieupoważnioną do reprezentacji spółki, Prezes Urzędu dwukrotnie wezwał Leroy Merlin Polska Sp. z o.o. do potwierdzenia informacji zawartych w tymże piśmie przez osobę upoważnioną. Spółka nie odpowiedziała na wezwanie Prezesa Urzędu.

*Dowód: - pismo z dn. 26 czerwca 2006 r. (k. 25-26 akt),
- pismo z dn. 19 lipca 2006 r. (k. 28 akt).*

Prezes Urzędu ustalił i zważył, co następuje:

Stosownie do art. 45 ust. 1 ustawy *o ochronie konkurencji i konsumentów* przedsiębiorcy oraz związki przedsiębiorców są obowiązane do przekazywania wszelkich koniecznych informacji i dokumentów na żądanie Prezesa Urzędu. Żądane przez organ antymonopolowy na tej podstawie informacje powinny być faktycznie konieczne (niezbędne) do prowadzonego przezeń postępowania oraz istotne dla końcowego rozstrzygnięcia sprawy. Informacji tych Prezes Urzędu może żądać nie tylko w trakcie postępowania antymonopolowego, ale również wyjaśniającego, a obowiązek ten ciąży na wszystkich przedsiębiorcach i związkach przedsiębiorców, jeżeli tylko dysponują oni wiadomościami istotnymi dla prowadzonego postępowania. Każdy zatem przedsiębiorca lub związek przedsiębiorców, do którego organ antymonopolowy zwróci się z żądaniem udzielenia informacji jest od momentu otrzymania wezwania zobowiązany do podjęcia wszelkich niezbędnych starań do przygotowania i przesłania żądanych informacji w określonym terminie.

Ponadto, organ antymonopolowy jest zobowiązany do wyznaczenia terminu do udzielenia odpowiedzi. Bezskuteczny jego upływ ocenia się jak brak udzielenia przez przedsiębiorcę informacji w ogóle i tym samym stanowi on podstawę do nałożenia kary na podstawie art. 101 ust. 2 pkt 2 ustawy *o ochronie konkurencji i konsumentów*. Jak trafnie zauważył Sąd Najwyższy w wyroku z dnia 7 kwietnia 2004 r., termin udzielenia informacji jest istotnym elementem konstrukcyjnym ustawowego obowiązku przedsiębiorcy, a naruszenie wyznaczonego terminu stanowi przesłankę do nałożenia kary pieniężnej jako sankcji za naruszenie obowiązku procesowego. Choć art. 101 ust. 2 pkt 2 lit b ustawy *o ochronie konkurencji i konsumentów* stanowi wyraźnie o nałożeniu kary pieniężnej w razie nieudzielenia informacji lub w razie udzielenia informacji nieprawdziwych lub wprowadzających w błąd, nie mówiąc wprost o sankcjonowaniu karą pieniężną przekroczenia przez przedsiębiorcę terminu na udzielenie informacji, to oczywiste jest, że sformułowanie „nieudzielenie informacji” oznacza w kontekście celu tego przepisu, jego istotnego sensu normatywnego, zarówno nieudzielenie informacji w ogóle, jak i udzielenie informacji po wyznaczonym przez Prezesa Urzędu terminie zważywszy, że przekazanie

Prezesowi Urzędu stosownych informacji ma służyć sprawnemu i efektywnemu przeprowadzeniu postępowania antymonopolowego.¹

Informacje dotyczące cen finalnych (na półce w sklepie), we wszystkich marketach należących do sieci Leroy Merlin, w okresie od 1 stycznia 2005 r. do 16 czerwca 2005 r., na następujące produkty Polifarbu Cieszyn – Wrocław S.A.: Akrotix 10L biała, Akrylit W 10L biała, Polinak 10L biała, Cieszynka 10L biała, Akrylit W 3L kolor, Akrylit W 5L kolor, Emakol 1L biała, Drewnochron 3L kolor, Drewnochron 5L kolor, Domalux classic 5L połysk, są w opinii Prezesa Urzędu niezbędne do oceny istnienia bądź nieistnienia ewentualnego porozumienia dotyczącego ustalania cen odsprzedaży na wskazane powyżej produkty. Należy podkreślić, iż poprzez porównanie cen uzgodnionych z tymi faktycznie stosowanymi przez przedsiębiorcę, możliwe jest stwierdzenie stosowania praktyki ograniczającej konkurencję, a także ocena jej skutków. Informacje powyższe, są zatem w ocenie Prezesa Urzędu niezbędne do poprawnej analizy stanu faktycznego sprawy o sygnaturze akt DOK-1-400/7/05/MB/AS.

Organ antymonopolowy trzykrotnie wzywał spółkę Leroy Merlin do przedstawienia wyżej wskazanych informacji. Pisma Prezesa Urzędu odpowiadały wszystkim wymogom art. 45 ust. 2 ustawy *o ochronie konkurencji i konsumentów*, a więc wskazany został zakres wymaganych informacji i okres którego one dotyczą, cel żądania, termin do udzielenia informacji, a także pouczenie o sankcjach za nieudzielenie informacji lub za udzielenie informacji nieprawdziwych lub wprowadzających w błąd. Ponadto, strona została pouczona, że przedłużenie okresu do udzielenia odpowiedzi wymaga zgody Prezesa Urzędu. Pomimo tego spółka zignorowała ramy czasowe wyznaczone przez organ antymonopolowy, a także nie przedstawiła żądanych informacji.

Jak zostało powyżej wskazane, obowiązkiem Prezesa Urzędu, wynikającym wprost z art. 45 ust. 2 pkt 1, jest wskazanie zakresu informacji wymaganych od przedsiębiorców. Adresaci tego żądania nie mogą zasadniczo kwestionować charakteru wymaganych informacji, bowiem ocena, czy materiały te są niezbędne do realizacji zadań przez Prezesa Urzędu, należy do tego organu.² Dlatego też niewłaściwe wydaje się podważanie przez Leroy Merlin Polska Sp. z o.o. zakresu żądanych przez organ antymonopolowy informacji i wskazywanie, że w ocenie spółki dokumentem który najlepiej obrazuje ceny i ich zmiany jest średni wykaz cen. Na podstawienie ceny uśrednionej, która jak wskazał sam przedsiębiorca stanowi „*wynik dzielenia wartości sprzedaży (obrotu brutto) zrealizowanej na danym towarze w danym miesiącu przez jego ilość sprzedaną*” Prezes Urzędu nie ma możliwości zbadania poziomu cen faktycznie stosowanych przez spółkę i porównania go z cenami stosowanymi przez innych uczestników ewentualnego porozumienia.

Dowód: pismo z dn. 14 listopada 2005 r. (k. 14-15 akt).

¹ Wyrok Sąd Najwyższego – Izba Pracy, Ubezpieczeń Społecznych i Spraw Publicznych z dnia 7 kwietnia 2004 r. III SK 31/2004, OSNP 2005/4 poz. 60.

² Wyrok Sądu Antymonopolowego – obecnie Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów z dnia 16 grudnia 1998 r., sygn. akt XVII Ama 62/98.

Przedsiębiorca w odpowiedzi na zawiadomienie Prezesa Urzędu o wszczęciu postępowania w sprawie nałożenia kary wskazał iż: **[TAJEMNICA PRZEDSIĘBIORSTWA]**.

W opinii Prezesa Urzędu sformułowanie „cena za jaką towar jest faktycznie sprzedawany” jest tożsamy z pojęciem „cena finalna” czy „cena na półce w sklepie”. Wszystkie te pojęcia oznaczają jedno – ostateczną kwotę za jaką dostępny jest dany towar dla kupującego. Nawet jeżeli uzna się, że cena na „półce w sklepie” różni się po uwzględnieniu rabatów, czy promocji od tej zaproponowanej klientowi, spółka powinna dysponować odpowiednim zestawieniem cen wyjściowych od których naliczane są określonym podmiotom rabaty. Jeżeli bowiem przyjmie się, że od każdego towaru danego rodzaju udzielany jest rabat, cena finalna, czyli ostateczna jest jednakowa dla wszystkich produktów. Jeżeli natomiast uznamy, że ceny promocyjne przyznawane są wyłącznie określonym klientom, to i tak naliczane są one od ceny wyjściowej, która jest cena „na półce w sklepie”. Zarówno ceny wyjściowe, czyli te „na półce w sklepie” jak i te zaproponowane określonym klientom można odtworzyć z paragonów kasowych. Należy również wskazać, iż przedsiębiorca przedstawił Prezesowi Urzędu zestawienie przedstawiające średnie ceny sprzedaży w żądanym okresie czasu, a więc posiadał wszelkie niezbędne dane aby je wyliczyć. Z powyższego wynika zatem, że spółka Leroy Merlin posiada potrzebne informacje, aby przygotować zestawienie cen finalnych „na półce w sklepie”.

*Dowód: - pismo z dn. 28 kwietnia 2006 r. (k. 20-21 akt),
- pismo z dn. 24 października 2006 r. (k. 9 akt).*

Warto również nadmienić, iż większość profesjonalnie działających na rynku przedsiębiorców z branży budowlano – dekoracyjnej prowadzi analizy cen finalnych na wszystkie sprzedawane przez siebie produkty, co wynika z faktu, monitorowania cen u konkurencji. **[TAJEMNICA PRZEDSIĘBIORSTWA]**

Dowód: - pismo z dn. 6 kwietnia 2006 r. (k. 19 akt).

Jak wynika z § 5 ust. 1 pkt 7 i 8 rozporządzenia z dnia 4 lipca 2002 r. w sprawie kryteriów i warunków technicznych, którym muszą odpowiadać kasy rejestrujące oraz warunków stosowania tych kas przez podatników (Dz. U. z 2002 r., Nr 108, poz. 948, ze zm.) podatnicy prowadzący ewidencję przy zastosowaniu kas rejestrujących są zobowiązani do przechowywania kopii dokumentów kasowych przez okres wymagany w ustawie z dnia 29 sierpnia 1997 r. *Ordynacja podatkowa* (Dz. U. z 1995 r., Nr 137, poz. 926, ze zm.) zgodnie z warunkami określonymi w ustawie z dnia 29 września 1994 r. *o rachunkowości* (Dz. U. z 2002 r., Nr 76, poz. 694, ze zm.). Dokumenty kasowe, które emituje kasa pracująca w trybie fiskalnym to: paragony sprzedaży, raporty fiskalne dobowe i okresowe oraz faktury VAT. Stosownie do art. 86 i 88 ustawy *Ordynacja podatkowa* podatnicy są zobowiązani do przechowywania ksiąg i związanych z nimi dokumentów do czasu upływu okresu przedawnienia zobowiązania podatkowego. Z kolei art. 70 ust. 1 ww. ustawy wskazuje, iż zobowiązanie podatkowe przedawnia się z upływem 5 lat, licząc od końca roku

kalendarzowego, w którym upłynął termin płatności podatku. Wydruki wszystkich emitowanych przez kasę rejestrującą dokumentów należy zatem przechowywać przez okres 5 lat, licząc od końca roku kalendarzowego, w którym upłynął termin płatności podatku. Ze wskazanych powyżej informacji jednoznacznie zatem wynika, iż przedsiębiorcy zobowiązani są do przechowywania paragonów i faktur przez okres 5 lat. Spółka Leroy Merlin posiada zatem wszelkie niezbędne dane do przedstawienia żądanych przez Prezesa Urzędu informacji. Nie przedstawienie przez tego przedsiębiorcę żądanych przez Prezesa Urzędu informacji należy zatem uznać za działanie w pełni zawinione.

Przedstawione powyżej zachowanie spółki Leroy Merlin przedłuża całe postępowanie antymonopolowe, które zgodnie z art. 92 ustawy *o ochronie konkurencji i konsumentów* powinno być zakończone w ciągu pięciu miesięcy od dnia jego wszczęcia i utrudnia Prezesowi Urzędu wykonywanie jego zadań. Z uwagi na powyższe nałożenie kary na spółkę Leroy Merlin Polska jest w pełni uzasadnione.

Kary pieniężne nakładane przez Prezesa Urzędu w związku z nieudzieleniem informacji mają po pierwsze charakter represyjny (nakładane są za naruszenie ustawowego obowiązku udzielania informacji na żądanie Prezesa Urzędu), po drugie prewencyjny (mają zapobiegać podobnym naruszeniom w przyszłości i zniechęcać do naruszania prawa), zaś zagrożenie nimi, czyli potencjalna możliwość nałożenia kary przez Prezesa Urzędu, nadaje im charakter dyscyplinujący. W interesie Prezesa Urzędu leży zapobieganie sytuacjom, w których przedsiębiorcy poprzez nieudzielenie informacji opóźniają lub uniemożliwiają realizację jego zadań ustawowych. Sąd Najwyższy podkreślił, iż kara pieniężna jest sankcją za niedopełnienie obowiązku i ma na celu zniechęcenie przedsiębiorców do nieprzestrzegania obowiązku udzielenia informacji na żądanie Prezesa Urzędu. Cel taki wymaga nie tylko przyjęcia możliwości nałożenia kary wówczas, gdy do chwili wydania przez Prezesa Urzędu decyzji o nałożeniu kary nie została udzielona jakakolwiek informacja, ale także ukarania przedsiębiorcy w przypadku, gdy udzielona informacja jest niepełna lub wadliwa.

Zgodnie z art. 101 ust. 2 pkt 2 ustawy *o ochronie konkurencji i konsumentów* Prezes Urzędu może nałożyć na przedsiębiorcę, w drodze decyzji, karę pieniężną w wysokości stanowiącej równowartość od 1000 do 50000000 euro, jeżeli przedsiębiorca ten choćby nieumyślnie nie udzielił informacji żądanych przez Prezesa Urzędu na podstawie art. 45 ww. ustawy, lub udzielił informacji nieprawdziwych lub wprowadzających w błąd. Nałożenie kary na podstawie art. 101 ust. 2 pkt 2 ww. ustawy odbywa się w trybie uznania administracyjnego, co oznacza, że o ich wysokości decyduje w konkretnej sprawie Prezes Urzędu w oparciu m.in. o kryteria wskazane w art. 104 ustawy *o ochronie konkurencji i konsumentów*. Stosownie do tego uregulowania przy ustalaniu wysokości kar pieniężnych, należy uwzględnić w szczególności okres, stopień oraz okoliczności uprzedniego naruszenia przepisów ustawy.

Ustalając wysokość kary dla Leroy Merlin Polska Sp. z o.o. Prezes Urzędu wziął przede wszystkim pod uwagę stopień zawinienia przedsiębiorcy. Spółka **nie**

udzieliła żądanych przez Prezesa Urzędu informacji, a także nie przestrzegała ustalonych przez organ antymonopolowych ram czasowych na udzielenie odpowiedzi. Z przedstawionych powyżej powodów Prezes Urzędu nakłada na spółkę Leroy Merlin karę pieniężną w wysokości 80 000 złotych, która stanowi równowartość 20 726,5 euro. Zgodnie z art. 115 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów wartość euro podlega przeliczeniu na złote według kursu średniego walut obcych ogłoszonego przez Narodowy Bank Polski w ostatnim dniu roku kalendarzowego poprzedzającego rok zgłoszenia zamiaru koncentracji lub nałożenia kary, który na dzień 30 grudnia 2005 r.³ wynosił 3,8598 zł.

Zdaniem Prezesa Urzędu wymierzona kara pieniężna jest adekwatna do stopnia zawinienia przez Leroy Merlin Polska Sp. z o.o., a także ma charakter dyscyplinujący oraz prewencyjny. Przedmiotowa kara ma wymóc wyżej wskazanym przedsiębiorcy terminowe realizowanie wezwań Prezesa Urzędu w przyszłości.

Zgodnie z art. 105 ust. 4 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 w Warszawie prowadzone w NBP O/O Warszawa o numerze 51-10101010-0078782231000000.

Stosownie do treści art. 78 ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów w związku z art. 479²⁸ § 2 ustawy z dnia 17 listopada 1964 r. *Kodeks postępowania cywilnego* (Dz. U. z 1964 r., Nr 43, poz. 246, ze zm.) – od niniejszej decyzji przysługuje odwołanie do Sądu Okręgowego w Warszawie – Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów, za pośrednictwem Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów, w terminie dwóch tygodni od dnia jej doręczenia.

*Z upoważnienia
Prezesa Urzędu Ochrony
Konkurencji i Konsumentów*

Monika Bychowska
Dyrektor Departamentu Ochrony
Konkurencji

Otrzymuje:
Pan Dariusz Porembski
Leroy Merlin Polska Sp. z o.o.
ul. Puławska 46
05-500 Piaseczno

³ W dniu 31 grudnia 2005 r. (sobota) nie było notowania kursów walut.