



**PREZES
URZĘDU OCHRONY
KONKURENCJI I KONSUMENTÓW**

DELEGATURA UOKiK W POZNANIU

ul. Zielona 8, 61-851 Poznań
Tel. (0-61) 852-15-17, 852-77-50, Fax (0-61) 851-86-44
E-mail: poznan@uokik.gov.pl

Poznań, dnia 7.04.2004 r.

RPZ – 431/1/04/JK/

DECYZJA nr RPZ 5/2004

Na podstawie art. 104 k.p.a. w związku z art. 80 i art. 106 ust. 1 ustawy z dnia 15 grudnia 2000 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (tekst jednolity: Dz.U. nr 86 z 2003 r. poz. 804 z późn.zm.) oraz art. 2 § 2 ustawy z dnia 29 sierpnia 1997 r. – Ordynacja podatkowa (Dz.U. Nr 137 z 1997 r., poz. 926 z późn.zm.), a także stosownie do art. 28 ust. 6 tej ustawy i § 6 rozporządzenia Prezesa Rady Ministrów z dnia 19 lutego 2002 r. w sprawie określenia właściwości miejscowej i rzeczowej delegatur Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów (Dz.U. Nr 18 z 2002 r., poz. 172 z późn.zm.),

- w imieniu Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów,

odmawia się uwzględnienia wniosku złożonego przez Art Marketing Syndicate S.A. z siedzibą w Poznaniu, o rozłożenie na raty kary pieniężnej w wysokości 125.412 zł nałożonej na ww. decyzją z dnia 22.10.2002 r. nr RPZ 21/2002.

UZASADNIENIE

Decyzją z dnia 22.10.2002 r. nr RPZ 21/2002, wydaną z upoważnienia Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów przez Delegaturę Urzędu w Poznaniu, na Art Marketing Syndicate S.A. z siedzibą w Poznaniu (zwany dalej Spółką) nałożono karę pieniężną w wysokości 125.412 zł, płatną do budżetu państwa w terminie 14 dni od uprawomocnienia się decyzji. Wyrokiem z dnia 10.09.2003 r. (sygn.akt XVII Ama 136/02) Sąd Okręgowy w Warszawie – Sąd Ochrony Konkurencji i Konsumentów oddalił odwołanie od tej decyzji, co wobec nie złożenia kasacji spowodowało uprawomocnienie się decyzji.

Odpowiadając na doręczone w dniu 5.02.2004 r. upomnienie, Spółka złożyła wniosek o rozłożenie nałożonej kary na dwanaście równych rat. We wniosku tym, opartym na art. 106 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, Spółka podniosła, iż aktualna sytuacja finansowa poważnie ogranicza jej zdolność do jednorazowej zapłaty tak wysokiej kary pieniężnej. Dodatkowo Spółka wskazała, iż egzekwowana kara pieniężna jest najwyższa spośród wszystkich nałożonych ww. decyzją, a co za tym idzie najbardziej dotkliwa.

Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów zważył, co następuje:

Zgodnie z art. 106 ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, Prezes Urzędu może na wniosek przedsiębiorcy, związku przedsiębiorców lub osób, o których mowa w art. 103, w drodze postanowienia, na które nie przysługuje zażalenie, odroczyć uiszczenie kary pieniężnej albo rozłożyć ją na raty ze względu na ważny interes wnioskodawcy.

Ustawa nie precyzuje pojęcia ważnego interesu, niemniej jednak nie ma wątpliwości, iż można tutaj kwalifikować przypadki, w których przedsiębiorca bez istotnego pogorszenia bieżącej sytuacji finansowej nie jest w stanie jednorazowo uiścić kary. Z drugiej strony oczywiste jest również, iż skoro inicjatywa w zakresie odroczenia lub rozłożenia kary na raty należy do przedsiębiorcy, to winien on wykazać okoliczności uzasadniające uwzględnienie wniosku.

Mając powyższe na względzie oraz wobec faktu, iż wniosek Spółki tylko ogólnikowo odwoływał się do ograniczonych możliwości jednorazowej zapłaty kary, organ antymonopolowy wezwał wnioskodawcę do jego uzupełnienia poprzez przekazanie, w terminie 7 dni, dokumentów obrazujących aktualną sytuację finansową Spółki i to pod rygorem przyjęcia, iż wnioskodawca nie wykazał ważnego interesu w rozłożeniu należności na raty.

W odpowiedzi organ antymonopolowy otrzymał sprawozdanie finansowe za rok 2002 wraz z towarzyszącą tym dokumentom informacją, że sprawozdanie za rok 2003 nie jest jeszcze zamknięte ale wstępne dane wskazują na kontynuowanie strat w 2003 r.

Informacja ta nie została jednak poparta choćby przybliżonymi danymi liczbowymi, nie mówiąc już o uwiarygodnieniu tych liczb dokumentami, które muszą znajdować się w dyspozycji zarządu, bo ten przecież na bieżąco zawiaduje finansami Spółki. Ponadto, wobec wycofania akcji Spółki z obrotu publicznego brak jest możliwości weryfikacji twierdzeń Spółki w oparciu o źródła powszechnie dostępne.

W tych okolicznościach, skoro zaofiarowane przez Spółkę dowody mają charakter historyczny, a w żaden sposób nie uwiarygodniają aktualnej sytuacji finansowej, wniosku nie można uznać za uzasadniony.

Z tych powodów postanowiono jak w sentencji.

Od niniejszej decyzji przysługuje stronie odwołanie do Sądu Okręgowego - Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów w Warszawie w terminie dwutygodniowym od dnia doręczenia decyzji, za pośrednictwem Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów – Delegatura w Poznaniu.

Z upoważnienia
Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów
Dyrektor Delegatury w Poznaniu
Edward Stawicki

Otrzymują:

Art Marketing Syndicate S.A.
ul. Jana Pawła II 14
61-139 Poznań

a/a