



**PREZES
URZĘDU OCHRONY
KONKURENCJI I KONSUMENTÓW
DELEGATURA URZĘDU OCHRONY
KONKURENCJI I KONSUMENTÓW
w Warszawie**

RWA-54/15/2003/DM

Warszawa, dn. 16 lipca 2004 r.

DECYZJA Nr RWA – 20/2004

- I. Na podstawie art. 11 ust. 1 ustawy z dnia 15 grudnia 2000 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (t.j.: Dz. U. z 2003 r. Nr 86, poz. 804 z późn. zm.) oraz 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 poz. 172 ze zm.), po przeprowadzeniu postępowania antymonopolowego wszczętego z urzędu
- działając w imieniu Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów:
nie stwierdza się stosowania przez spółkę RUCH S.A. w Warszawie i spółkę FRANPRESS Sp. z o.o. we Wrocławiu **praktyki ograniczającej konkurencję**, o której mowa w art. 5 ust. 1 pkt 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, polegającej na zawarciu porozumienia ograniczającego konkurencję na krajowym rynku dystrybucji (kolportażu) prasy, polegającego na kontrolowaniu świadczenia usług kolportażu prasy, poprzez organizowanie – w oparciu o umowę nr DK/17/99 z dnia 17 lutego 1999 r. – wspólnej sprzedaży tytułów prasowych.
- II. Na podstawie art. 9 ustawy z dnia 15 grudnia 2000 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (t.j.: Dz. U. z 2003 r. Nr 86, poz. 804 z późn. zm.) oraz 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 poz. 172 ze zm.), po przeprowadzeniu postępowania antymonopolowego wszczętego z urzędu
- działając w imieniu Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów:
uznaje się za ograniczającą konkurencję i naruszającą zakaz, o którym mowa w art. 5 ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, praktykę polegającą na zawarciu przez spółkę RUCH S.A. w Warszawie i spółkę FRANPRESS Sp. z o.o. we Wrocławiu zakazanego prawem porozumienia ograniczającego konkurencję na krajowym rynku dystrybucji (kolportażu) prasy, poprzez podjęcie – w drodze Porozumienia z dnia 9 stycznia 2003 r. – partnerskiej współpracy, zmierzającej do wspólnego wpływania na kształt kolportażu prasy w Polsce
i nakazuje zaniechania jej stosowania.

- III. Na podstawie art. 101 ust. 1 pkt 1 ustawy z dnia 15 grudnia 2000 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (t.j.: Dz. U. z 2003 r. Nr 86, poz. 804 z późn. zm.) oraz 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 poz. 172 ze zm.),
- działając w imieniu Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów:
nakłada się na RUCH S.A. w Warszawie **karę pieniężną** w wysokości 6.000.000 zł (sześć milionów złotych), płatną do budżetu Państwa.
- IV. Na podstawie art. 101 ust. 1 pkt 1 ustawy z dnia 15 grudnia 2000 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (t.j.: Dz. U. z 2003 r. Nr 86, poz. 804 z późn. zm.) oraz 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 poz. 172 ze zm.),
- działając w imieniu Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów:
nakłada się na spółkę FRANPRESS we Wrocławiu **karę pieniężną** w wysokości 80.000 zł (osiemdziesiąt tysięcy złotych), płatną do budżetu Państwa.

UZASADNIENIE

W okresie od 24 stycznia 2003 r. do 28 lipca 2003 r. Delegatura Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów w Warszawie, działając z upoważnienia Prezesa Urzędu, przeprowadziła postępowanie wyjaśniające w sprawie ustalenia, czy nastąpiło naruszenie przepisów ustawy z dnia 15 grudnia 2000 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (t.j.: Dz. U. Nr 86, poz. 804 z późn. zm.), uzasadniające wszczęcie postępowania antymonopolowego, w związku z ujawnioną informacją o nawiązaniu współpracy pomiędzy spółką RUCH S.A. w Warszawie i spółkami: ROLKON Kolportaż Prasy Sp. z o.o. w Poznaniu i FRANPRESS Sp. z o.o. we Wrocławiu, co mogło wskazywać na zawarcie pomiędzy ww. przedsiębiorcami zakazanego prawem porozumienia ograniczającego konkurencję.

W oparciu o zebrane w toku tego postępowania informacje i dokumenty ustalono, iż założenia współpracy pomiędzy spółką RUCH S.A. w Warszawie (zwaną dalej: RUCH S.A.) i spółką FRANPRESS Sp. z o.o. we Wrocławiu (zwaną dalej: spółką FRANPRESS) zostały ujęte w **Porozumieniu z dnia 9 stycznia 2003 r.**

Motywy nawiązania przedmiotowej współpracy określa preambuła Porozumienia. Zgodnie z treścią tejże preambuły, Spółki uznały, iż system kolportażu prasy w Polsce podlega żywiołowym zmianom, a bezpardonowa walka na rynku dystrybucji prasy prowadzi do niekontrolowanych procesów i niszczenia dorobku zdemokratyzowanego kolportażu osiągniętego w ostatnich latach. Wobec powyższego postanowiły, iż „*chcą wspólnie wpływać na kształt polskiego rynku dystrybucji*”.

Zgodnie z § 1 Porozumienia w stosunkach między firmami obowiązywać będzie zasada partnerstwa w działaniach mających wpływ na kształt rynku dystrybucji prasy. Konkurowanie i rywalizacja dotyczyć będzie tylko poziomu i jakości usług. Natomiast w § 2 strony Porozumienia uzgodniły, iż celem partnerskich stosunków jest ograniczenie wzajemnie wyniszczającej konkurencji oraz osiąganie korzyści z rozwijającej się współpracy.

RUCH S.A. w toku postępowania wyjaśniającego podniósł, iż w końcu 2002 r. wydawca poczytnych czasopism [Wydawnictwo Edipresse Polska] wstrzymał dostawę prasy m.in. do spółki FRANPRESS. Jednocześnie prowadzona była na rynku prasy akcja nakierowana przeciwko spółce FRANPRESS i innym firmom kolporterskim, co groziło upadkiem regionalnych dystrybutorów. Z tego też względu, dążąc do utrzymania stanu konkurencyjności na rynku, RUCH S.A. wsparł spółkę FRANPRESS, przeznaczając część własnych nakładów pism na jej potrzeby. W takich okolicznościach powstał – jak wyjaśnił RUCH S.A. – pomysł porozumień o charakterze intencjonalnym. Zawarte porozumienia nie niosą ze sobą – co podkreślił RUCH S.A. – żadnych konkretnych zobowiązań, lecz wyrażają intencje oraz zarysowują obszary możliwej współpracy. Ich celem jest zaś osiągnięcie korzyści z rozwijającej się współpracy opartej na partnerskich stosunkach, na płaszczyźnie sieci sprzedaży, logistyki dostaw oraz technologii.

Natomiast spółka FRANPRESS wyjaśniła, iż przez cały czas jej istnienia współpracuje z RUCH S.A. Współpraca ta dotyczy zarówno zakupu tytułów deficytowych, jak i doraźnej pomocy w przypadku sytuacji awaryjnych w zakresie transportu. Motywem zawarcia z RUCH S.A. porozumienia z dnia 9 stycznia 2003 r., było wstrzymanie sprzedaży tytułów prasowych wydawanych przez Edipresse Polska. Współpraca z RUCH S.A. podjęta w oparciu o to porozumienie polegała na dostarczaniu przez RUCH S.A. brakujących jej tytułów prasowych.

W toku postępowania wyjaśniającego ustalono ponadto, iż pomiędzy RUCH S.A. a spółką FRANPRESS obowiązuje umowa dystrybucyjna, na podstawie której realizowana jest sprzedaż tytułów prasowych przez spółkę FRANPRESS dostarczanych jej przez RUCH S.A. Jest to **umowa nr DK/17/99 z dnia 17 lutego 1999 r.**, której przedmiotem jest kolportaż przez spółkę FRANPRESS wydawnictw wymienionych w załącznikach, stanowiących integralną część umowy (w oparciu o tę umowę realizowany był kolportaż m.in. tytułów prasowych wydawnictwa Edipresse Polska).

Uwzględniając dokonane ustalenia, Prezes Urzędu powziął podejrzenie w przedmiocie zawarcia bezprawnych porozumień przez RUCH S.A. i spółkę FRANPRESS.

Mając powyższe na uwadze, Prezes Urzędu – postanowieniem z dnia 5 sierpnia 2003 r. – wszczął z urzędu postępowanie antymonopolowe w związku z podejrzeniem:

1. zawarcia przez RUCH S.A. i spółkę FRANPRESS zakazanego prawem porozumienia ograniczającego konkurencję na krajowym rynku dystrybucji (kolportażu) prasy, polegającego na kontrolowaniu świadczenia usług kolportażu prasy, poprzez organizowanie – w oparciu o umowę nr DK/17/99 z dnia 17 lutego 1999 r. – wspólnej sprzedaży tytułów prasowych, co może stanowić naruszenie art. 5 ust. 1 pkt 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów;
2. zawarcia przez RUCH S.A. i spółkę FRANPRESS zakazanego prawem porozumienia ograniczającego konkurencję na krajowym rynku dystrybucji (kolportażu) prasy, poprzez podjęcie – w drodze Porozumienia z dnia 9 stycznia 2003 r. – partnerskiej współpracy, zmierzającej do wspólnego wpływania na kształt kolportażu prasy w Polsce, co może stanowić naruszenie art. 5 ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

W odpowiedzi na wszczęcie postępowania antymonopolowego i postawione zarzuty, strony złożyły następujące wyjaśnienia.

Spółka FRANPRESS w piśmie z dnia 30 września 2003 r. podniosła, iż współpraca z RUCH S.A. datuje się od kilku lat, czego efektem była zawarta umowa nr DK/17/99 z dnia 17 lutego 1999 r. Materialną intencją, która skłoniła strony do podpisania tejże umowy było stworzenie warunków do funkcjonowania i rozwoju Spółki. Dzięki tej współpracy, spółka FRANPRESS rozwinęła się jako podmiot prowadzący działalność w segmencie kolportażu prasy w firmę o znaczącej pozycji na rynku krajowym. Dowodzi to tezy, że umowa ta zaowocowała współpracą w ramach uczciwego handlu i wolnej konkurencji.

Spółka zwróciła jednocześnie uwagę, że znaczącym argumentem, który zdecydował o zawarciu wspomnianej wyżej umowy, a później również Porozumienia z dnia 9 stycznia 2003 r. było stosowanie metod nieuczciwej konkurencji przez inne podmioty prowadzące działalność w zakresie kolportażu prasy o znaczącej sile rynkowej, będące przeciwwagą ww. Porozumienia.

W efekcie – co podkreśliła spółka FRANPRESS – zawarcie umowy nr DK/17/99 z dnia 17 lutego 1999 r. i Porozumienia z dnia 9 stycznia 2003 r. przyczyniły się do istnienia na rynku kolportażu prasy i funkcjonowania kilku znacznych podmiotów prowadzących działalność gospodarczą. Celem i intencją tychże umów nie było natomiast eliminowanie, ograniczenie lub naruszenie w inny sposób konkurencji na rynku właściwym. Przy czym ilość i wielkość tytułów prasowych, dostarczanych przez RUCH S.A. na podstawie umowy z dnia 17 lutego 1999 r., a tym samym wielkość sprzedaży prasy nie miała i nie ma decydującego wpływu na kształtowanie strategii podaży i eliminowanie ryzyka związanego z podejmowaniem samodzielnych decyzji ekonomicznych.

RUCH S.A., pismem z dnia 18 listopada 2003 r. (jawna wersja pisma z dnia 25 sierpnia 2003 r.), podniósł, że formułowane zarzuty są nieuzasadnione. Wobec powyższego wniósł o ich oddalenie.

Podniósł, że RUCH S.A. i spółka FRANPRESS nie prowadzili wspólnej sprzedaży tytułów prasowych w oparciu o umowę nr DK/17/99 z dnia 17 lutego 1999 r. Prowadzenie wspólnej sprzedaży oznaczałoby bowiem, że spółki wprowadzają te same numery wydawnictw prasowych do tych samych punktów sprzedaży. Tymczasem obydwie firmy prowadziły sprzedaż tych numerów w innych punktach, dzięki czemu ostateczni klienci mieli do dyspozycji znacznie większą ilość miejsc, w których mogli dokonać zakupu prasy. Nawiazanie zaś współpracy pomiędzy kolporterami nie miało żadnego wpływu na ceny wydawnictw, gdyż są one ustalane przez wydawców. Zwrócił uwagę, że powyższa umowa została zawarta na czas nieokreślony, a przyczyną jej zawarcia była wola wydawców, którzy postanowili ograniczyć liczbę kolporterów (dystrybutorów), z którymi współpracowali bezpośrednio.

RUCH S.A. zaakcentował, że sytuacja wywołana przez wydawnictwo Edipresse Polska, która wstrzymała dostawy swoich czasopism dla spółki FRANPRESS, spowodowała objęcie umową z dnia 17 lutego 1999 r. także tytułów wydawanych przez to wydawnictwo. Dzięki wspólnemu posunięciu RUCH S.A. i spółki FRANPRESS klienci ostateczni nie odczuli żadnych utrudnień. Zawierając ww. umowę RUCH S.A. działał też we własnym interesie, albowiem – co pokreślił – po wstrzymaniu dostaw spółce FRANPRESS tytułów prasowych wydawanych przez Edipresse Polska zanotowano zjawisko wykupywania tych tytułów przez kontrahentów współpracujących z tą firmą w niektórych punktach zaopatrywanych przez RUCH S.A.

Odnośnie Porozumienia z dnia 9 stycznia 2003 r., RUCH S.A. podniósł, że było ono porozumieniem intencyjnym, a żadna współpraca nie została podjęta. Strony nie miały świadomości naruszenia ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów. Wskazał, iż jego zamiary w kwestii rywalizacji na rynku kolportażu (dystrybucji) prasy są przejrzyste. Zdaniem RUCH S.A. na rynku jest miejsce dla wielu firm kolportażowych. Podkreślił, że w coraz trudniejszej sytuacji rynkowej, konieczne jest poszukiwanie dróg obniżenia kosztów

dystrybucji, a konkurencja między firmami dystrybucyjnymi nie musi mieć charakteru wyniszczającej walki.

Opisując okoliczności zawarcia Porozumienia, RUCH S.A. wyjaśnił, że pod koniec 2002 r. wydawca poczytnych czasopism wstrzymał dostawy prasy do firm: GARMOND, ROLKON i FRANPRESS. Natomiast spółka Kolporter S.A. zabiegała wówczas u innych wydawców, aby przyłączyli się do tej akcji. Izba Wydawców Prasy w oświadczeniu wyraziła zaniepokojenie sytuacją, która groziła upadkiem regionalnych dystrybutorów. W odpowiedzi na to oświadczenie RUCH S.A. wsparł tych dystrybutorów, przeznaczając część własnych nakładów pism na ich potrzeby. Wówczas to powstał pomysł porozumień o charakterze intencjonalnym.

Dodatkowo podniósł, że Izba Wydawców Prasy, organizacja reprezentująca korporacyjny interes wydawców, nie jest przeciwna nawiązaniu współpracy pomiędzy kolporterami (dystrybutorami), w szczególności w zakresie zaprzestania proponowania kontrahentom marż nie mających żadnego uzasadnienia ekonomicznego oraz wymiany informacji o nieuczciwych kontrahentach prowadzących sprzedaż prasy w punktach sprzedaży, a także w zakresie wykonywania wspólnych usług transportowo – magazynowych.

W ocenie RUCH S.A. w świetle zebranego materiału dowodowego i powyższych wyjaśnień, brak jest podstaw do przyjęcia, iż celem zawartych umów było wyeliminowanie, ograniczenie lub naruszenie w inny sposób konkurencji, czy też kontrolowanie świadczenia usług kolportażowych. Tym samym brak też podstaw do stwierdzenia stosowania zarzucanych RUCH S.A. praktyk ograniczających konkurencję.

Pismem z dnia 4 grudnia 2003 r., RUCH S.A. złożył dodatkowe wyjaśnienia w sprawie. Odnośnie zawarcia umowy nr DK/17/99 z dnia 17 lutego 1999 r. podniósł, iż jest ona typową umową handlową, na mocy której jeden przedsiębiorca (RUCH S.A.) dostarcza drugiemu (spółce FRANPRESS) określone towary. Ma ona charakter umowy pionowej, w której obie strony działają jako kolejne ogniwa obrotu towarowego. Podkreślił, że umowa ta nie zawiera klauzul, które mogłyby być potraktowane jako przejaw porozumienia kontyngentowego, albowiem nie daje ona stronom żadnych środków umożliwiających kontrolowanie rynku właściwego czy świadczonych usług kolportażowych.

Ponownie podkreślił, że Porozumienie z dnia 9 stycznia 2003 r. miało charakter intencjonalny. Wskazał, że porozumienie to jest umową cywilnoprawną, podlegającą zasadom prawa cywilnego. Przy identyfikowaniu treści umowy, zgodnie z ogólnie przyjętymi regułami interpretacyjnymi, należy w każdym przypadku opierać się nie na dosłownym brzmieniu umowy, lecz należy brać pod uwagę, jaki był zgodny zamiar stron i cel umowy. Zamiarem RUCH S.A., zawierającego przedmiotowe porozumienie nie było ograniczenie konkurencji rozumianej jako współzawodnictwo przedsiębiorców na rynku. Wyjaśnił, że nie zamierzał zaniechać konkurowania ze spółką FRANPRESS ani o rynki zbytu (sprzedawców detalicznych), ani o rynki zakupu (wydawców). Przyjęcie przez RUCH S.A. takiego zobowiązania wobec jednego z konkurentów byłoby działaniem nieracjonalnym i szkodliwym w dłuższym horyzoncie czasu dla interesów ekonomicznych RUCH S.A.

Podkreślił ponadto, że porozumienie to nie zafunkcjonowało w praktyce, w związku z tym nie wywołało żadnego skutku. Podniósł jednak, że w przypadku gdyby przedmiotowe porozumienie zafunkcjonowało, wówczas dałoby szereg pozytywnych efektów dla otoczenia rynkowego. Po pierwsze – w jego rezultacie nastąpiłaby zdecydowana poprawa dystrybucji prasy (współpraca w zakresie logistyki, jaka mogłaby zostać rozwinięta, zdecydowanie sprzyjałaby zmniejszeniu kosztów), po drugie – korzyści odnieśliby konsumenci (podjęcie współpracy w określonym, ograniczonym zakresie niewątpliwie mogłoby wpłynąć na racjonalizację kosztów i niepodwyższanie rabatów, a tym samym cen tytułów prasowych).

**Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów
ustalił, co następuje.**

RUCH S.A. i spółka FRANPRESS są przedsiębiorcami prowadzącymi działalność w zakresie kolportażu prasy krajowej i zagranicznej oraz książek i wydawnictw.

RUCH S.A. prowadzi działalność kolportażową w 14 Oddziałach terenowych, które codziennie za pośrednictwem 66 Ekspedycji prasy dostarczają prasę do ponad 36 tys. punktów sprzedaży detalicznej w całej Polsce oraz do ponad 80 tys. prenumeratorów. Posiada własną sieć, liczącą ponad 12 tys. punktów sprzedaży. Dodatkowo obsługuje ponad 24 tys. punktów związanych współpracą w zakresie sprzedaży prasy. Największymi partnerami RUCH S.A. są sieci handlowe: EMPiK, HDS, ELEA (daw. BILLA), PKN Orlen, EKO.

RUCH S.A. podkreśla, że jest niekwestionowanym liderem na rynku dystrybucji prasy w Polsce, o czym przekonują następujące fakty: posiada ok. 60%-owy udział w polskim rynku kolportażu prasy, utrzymuje w sprzedaży średnio w miesiącu ponad 1650 tytułów prasowych, a rozprowadza w ciągu roku ponad 3500 tytułów prasowych i wydawnictw jednorazowych, rozprowadza średnio w miesiącu ponad 130 mln egzemplarzy gazet i czasopism, sprzedaje średnio w miesiącu ponad 83 mln egzemplarzy gazet i czasopism o łącznej wartości przekraczającej 175 mln PLN (w cenach detalicznych), współpracuje na bieżąco z 900, a w ciągu roku z przeszło 1400 wydawcami prasy, średnia miesięczna sprzedaż prasy w punkcie sprzedaży detalicznej należącym do jego sieci wynosi ok. 3.150 egzemplarzy, co daje wartość 6,7 tys. PLN, zaś w punkcie współpracującym z RUCH S.A. - ok. 1.500 egzemplarzy co daje wartość 3,3 tys. PLN (źródło: strona internetowa RUCH S.A. www.ruch.com.pl).

RUCH S.A. podaje, że ma obecnie ok. 50%-owy udział w rynku sprzedaży prasy. Wynika on jednak głównie ze sprzedaży dzienników i tygodników oraz dużej ilości tej prasy, której sprzedaży nie prowadzą inni dystrybutorzy (wyjaśnienia RUCH S.A. zawarte w piśmie z dnia 18 listopada 2003 r. w toku postępowania).

Spółka FRANPRESS powstała w 1991 r. i od początku swej działalności głównym przedmiotem jej działalności jest kolportaż prasy. Obecnie obsługuje ponad 1.700 punktów sprzedaży detalicznej. Wśród nich są zarówno małe osiedlowe kioski jak i hipermarkety sieci E.Leclerc i Carrefour. Spółka posiada pięć oddziałów regionalnych i skutecznie realizuje założenia rozszerzania swoich wpływów. Swoim zasięgiem obejmuje województwa: dolnośląskie, opolskie, śląskie, mazowieckie i warmińsko-mazurskie. W chwili obecnej, poza centralą, funkcjonują oddziały w Opolu, Legnicy, Warszawie i Katowicach. Planowane jest utworzenie oddziałów w Częstochowie i Łodzi.

Spółka od początku swojej działalności sukcesywnie powiększa ilość tytułów, dopełniając podpisywania umów ze wszystkimi liczącymi się na rynku wydawnictwami. Współpracuje z 650 wydawcami. Są to największe wydawnictwa prasowe, a także osoby fizyczne wydające autorskie opracowania tematyczne. Obecnie dysponuje liczbą ponad 2500 tytułów, wśród których znajdują się zarówno pozycje wielkonakładowe, kierowane do szerokiego kręgu czytelników, jak i specjalistyczne tytuły o niemal kolekcjonerskim nakładzie (źródło: strona internetowa spółki FRANPRESS www.franpress.pl).

W dniu 17 lutego 1999 r. RUCH S.A. i spółka FRANPRESS zawarły umowę nr DK/17/99, której przedmiotem jest kolportaż przez Odbiorcę (spółkę FRANPRESS) wydawnictw wymienionych w załącznikach stanowiących integralną część umowy.

Odbiorca – zgodnie § 1 pkt 3a umowy – ma prowadzić sprzedaż wydawnictwa wyłącznie na terenie Polski, w punktach sprzedaży detalicznej nie należących do RUCH S.A. i nie zaopatrywanych przez RUCH S.A. Umowa ta reguluje ponadto sprawy nakładu, nadziału i wycofania niesprzedanych egzemplarzy, zasad odbioru niesprzedanych egzemplarzy oraz rozliczeń finansowych.

Umowa w dacie podpisania dotyczyła 5 tytułów, dopiero w następnych latach została poszerzona o kolejne wydawnictwa prasowe. Wśród tytułów prasowych, których kolportaż odbywał się w oparciu o ww. umowę, znajdowały się następujące wydawnictwa: tygodnik „Dom Lalek”, dwutygodnik „Wielki Jazz”, dwutygodnik „Rodzinna Encyklopedia Medycyny”, dwutygodnik „Top Cars”, miesięcznik „Wróżbita” i inne (pismo RUCH S.A. z dnia 18 listopada 2003 r. w toku postępowania oraz pismo spółki FRANPRESS z dnia 30 września 2003 r. w toku postępowania).

Dnia 10 grudnia 2003 r., wydawnictwo Edipresse Polska (wydawca takich czasopism jak: „Przyjaciółka” „Viva!”, „Przekrój”, „Dom & Wnętrze”, „Twoje Dziecko”) przerwało dostawy swoich pism do trzech regionalnych firm kolportażowych, w tym do spółki FRANPRESS.

W obliczu wstrzymania dostaw popularnych czasopism, spółka FRANPRESS nawiązała w tym zakresie współpracę z RUCH S.A. W efekcie, w oparciu o umowę nr DK/17/99 spółka FRANPRESS otrzymywała od RUCH S.A. czasopisma ww. wydawnictwa i rozprowadzała je za pośrednictwem swojej sieci punktów sprzedaży. Były to takie czasopisma jak: „Dom i Wnętrze”, „Twoje Dziecko”, „Przekrój”, „Vita”, „Przyjaciółka”, „Viva”, „Mamo, to ja”, „Pani” (zestawienie zawarte w piśmie spółki FRANPRESS z dnia 30 września 2003 r. w toku postępowania).

Dostawy spółce FRANPRESS czasopism wydawnictwa Edipresse Polska – w oparciu o przedmiotową umowę – były kontynuowane przez RUCH S.A. do dnia 12 lutego 2003 r. Umowa w tym zakresie wygasła po rozliczeniu wszystkich tytułów wydawnictwa Edipresse Polska przekazanych przez RUCH S.A. Powodem było podjęcie na nowo kontaktów handlowych spółki FRANPRESS i wydawnictwa Edipresse Polska (pismo RUCH S.A. z dnia 12 lutego 2003 r., skierowane do spółki FRANPRESS dołączone do pisma RUCH S.A. z dnia 30 maja 2003 r., złożonego w ramach postępowania wyjaśniającego – włączone do akt sprawy postanowieniem z dnia 6 sierpnia 2003 r.).

Niezależnie od umowy nr DK/17/99 z dnia 17 lutego 1999 r., jaka wiąże spółki FRANPRESS i RUCH S.A., w aspekcie kolportażu (dalszej odsprzedaży) niektórych tytułów prasowych, przedsiębiorcy ci podpisali w dniu 9 stycznia 2003 r. Porozumienie, które – zgodnie z brzmieniem jego Preambuły – zostało zawarte w okolicznościach bezpardonowej walki na rynku dystrybucji prasy. W obliczu powyższego RUCH S.A. i spółka FRANPRESS ustaliły, że chcą wspólnie wpływać na kształt polskiego rynku dystrybucji prasy.

W § 1 tego Porozumienia, strony stwierdzają, że w stosunkach między firmami obowiązywać będzie zasada partnerstwa w działaniach mających wpływać na kształt rynku dystrybucji prasy, a konkurowanie i rywalizacja dotyczyć będzie tylko poziomu i jakości usług. Celem partnerskich stosunków ma być – stosownie do § 2 – ograniczenie wzajemnie wyniszczającej konkurencji oraz osiąganie korzyści z rozwijającej się współpracy. Głównymi obszarami współpracy miały być: na poziomie sieci sprzedaży – stosowanie rynkowych metod konkurencji, wymiana informacji o nieuczciwych sprzedawcach, na poziomie logistyki dostaw – wzajemne usługi logistyczne zmierzające do obniżenia kosztów kolportażu, a na poziomie technologii – wymiana informacji o nowoczesnych rozwiązaniach i ujednoczenie informacji udzielanych Wydawcom. Strony, w § 3 Porozumienia, zadeklarowały zachowanie poufności rozmów w zakresie objętym Porozumieniem.

Strony wyjaśniały, że pomysł zawarcia przedmiotowego Porozumienia powstał w związku z wstrzymaniem przez wydawnictwo Edipresse Polska dostaw czasopism do spółki FRANPRESS.

RUCH S.A. wskazywał, że porozumienie to miało charakter intencjonalny. Nie niosło ze sobą żadnych konkretnych zobowiązań, lecz wyrażało intencje oraz zarysowywało obszary możliwej współpracy. Podstawową przesłanką, jaką kierował się RUCH S.A., zmierzając do współpracy z regionalnymi dystrybutorami, był kierunek działania na rynku dystrybucyjnym. Kierunek ten wynikał z analizy rynku i perspektyw rozwojowych. Zakładał on m.in., że: konkurencja na rynku będzie odbywać się na poziomie jakości świadczonych usług, „wojna marżowa” obiektywnie nie służy rozwojowi żadnej z firm, istniejący układ na rynku pozwala na podjęcie partnerskiej współpracy z dystrybutorami regionalnymi w dziedzinie logistyki (pismo pisma RUCH S.A. z dnia 25 kwietnia 2003 r., złożone w ramach postępowania wyjaśniającego – włączone do akt sprawy postanowieniem z dnia 6 sierpnia 2003 r.).

RUCH S.A. podtrzymał te wyjaśnienia w toku postępowania antymonopolowego. Ponownie podniósł, że porozumienie to było porozumieniem intencjonalnym i żadna współpraca nie została podjęta. Stwierdził, że nie zamierzał zaniechać konkurowania ze spółką FRANPRESS o rynki zbytu (sprzedawców detalicznych) czy rynki zakupu (wydawców). Wskazywał też, że porozumienie to nie zafunkcjonowało w praktyce, w związku z tym nie wywołało żadnego skutku, a tym bardziej skutku antykonkurencyjnego (pisma RUCH S.A. z dnia 18 listopada 2003 r. i z dnia 4 grudnia 2003 r. w toku postępowania).

Spółka FRANPRESS poinformowała Prezesa Urzędu, iż motywem podjęcia współpracy z RUCH S.A. było wstrzymanie dostaw czasopism wydawnictwa Edipresse Polska. Współpraca – na podstawie zawartego porozumienia – polegała na dostarczaniu przez RUCH S.A. brakujących tytułów prasowych na potrzeby sprzedaży realizowanej przez tę spółkę (pismo spółki FRANPRESS z dnia 22 kwietnia 2003 r., złożone w ramach postępowania wyjaśniającego – włączone do akt sprawy postanowieniem z dnia 6 sierpnia 2003 r.).

W toku postępowania antymonopolowego, spółka FRANPRESS wskazała, że znaczącym argumentem, który zdecydował o zawarciu z RUCH S.A. umowy z dnia 17 lutego 1999 r., a później również Porozumienia z dnia 9 stycznia 2003 r. było stosowanie przez inne podmioty prowadzące działalność w zakresie kolportażu prasy metod nieuczciwej konkurencji. W efekcie, Porozumienie przyczyniło się do istnienia na rynku kolportażu prasy kilku znaczących podmiotów prowadzących działalność gospodarczą (pismo spółki FRANPRESS z dnia 30 września 2003 r. w toku postępowania).

Porozumienie z dnia 9 stycznia 2003 r. – z uwagi na fakt, że żadna ze strony nie wypowiedziała tego porozumienia, ani od niego nie odstąpiła – obowiązuje i wiąże strony w dalszym ciągu.

**Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów
zważył, co następuje.**

W sprawach o stosowanie praktyk ograniczających konkurencję, kwestią zasadniczą dla wydania rozstrzygnięcia jest określenie rynku właściwego w sprawie.

Zgodnie z art. 4 pkt 8 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, przez 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 są oferowane na obszarze, na którym, ze względu na ich rodzaj i właściwości, istnienie barier dostępu do rynku, preferencje konsumentów, znaczące różnice cen i koszty transportu, panują zbliżone warunki konkurencji. Przy czym przez towary należy rozumieć zarówno rzeczy, jak i energię, papiery wartościowe i inne prawa majątkowe, usługi, a także roboty budowlane.

W celu wyznaczenia rynku właściwego, niezbędne jest zatem uwzględnienie szczególnych cech danego produktu (wyodrębnienie rynku produktowego) oraz określenie obszaru, na którym jest on dystrybuowany i gdzie warunki konkurencji są wystarczająco jednorodne (wyodrębnienie rynku geograficznego)

Wyodrębnienie rynku produktowego wiąże się z uwzględnieniem szczególnych cech danego produktu (usługi). W świetle powołanej wyżej definicji ustawowej rynku właściwego, jego aspekt produktowy odnosi się do „rynku towarów, które ze względu na ich przeznaczenie, cenę oraz właściwości, w tym jakość, są uznawane przez ich nabywców za substytuty”.

RUCH S.A. i spółka FRANPRESS zajmują się świadczeniem usług polegających na kolportażu prasy i dystrybucji innych artykułów częstego zakupu, poprzez sieć punktów sprzedaży. W niniejszej sprawie, z uwagi na charakter stawianych zarzutów, wynikających z umów łączących ww. spółki, które dotyczą wyłącznie kolportażu prasy, ocenie podlegać będą zachowania na obszarze działalności związanej z kolportażem prasy.

Usługa dystrybucji (kolportażu) prasy polegać może na jej rozpowszechnianiu za pośrednictwem punktów sprzedaży bądź rozprowadzaniu jej bezpośrednio do odbiorców indywidualnych (w prenumeracie). W świetle powołanej wyżej definicji rynku właściwego należy uznać obie formy dystrybucji prasy za usługi należące do tego samego rynku produktowego. Mamy tu bowiem do czynienia z tożsamością rozpowszechnianego produktu (prasa), jednolitością docelowego odbiorcy (nabywca prasy) i zbliżoną ceną. Ze względu na istotę i charakter ww. rodzajów dystrybucji prasy, przyjąć należy zatem, iż są to usługi substytutowe wobec siebie, a co za tym idzie stanowią jeden rynek produktowy.

Podnieść przy tym należy, że w obrocie gospodarczym bardzo często używa się zamiennie pojęcia dystrybucja prasy i kolportaż prasy. W niniejszej sprawie, Prezes Urzędu używa w definicji rynku podwójnego określenia: dystrybucja (kolportaż) prasy. Służyć to ma pełniejszemu oddaniu specyfiki usługi świadczonej przez strony postępowania i należytemu scharakteryzowaniu rynku. Użyte pojęcie: dystrybucja (kolportaż) prasy oznacza jednak – co wskazano powyżej – jeden rynek, obejmujący rozpowszechnianie prasy za pośrednictwem punktów sprzedaży i rozprowadzanie jej bezpośrednio do odbiorców indywidualnych, tj. w prenumeracie.

Uwzględniając powyższe, należy stwierdzić, iż **rynkiem produktowym** w niniejszej sprawie jest rynek dystrybucji (kolportażu) prasy.

Drugim niezbędnym elementem rynku właściwego jest jego wymiar geograficzny, oznaczający konieczność wskazania obszaru, na którym warunki konkurencji, mające zastosowanie do określonych towarów, są jednakowe dla wszystkich konkurentów.

Definicja ustawowa każe odnosić rynek geograficzny do obszaru „na którym, ze względu na ich [towarów, usług] rodzaj i właściwości, istnienie barier dostępu do rynku, preferencje konsumentów, znaczące różnice cen i koszty transportu, panują zbliżone warunki konkurencji”.

Mając powyższe na uwadze należy stwierdzić, iż warunki świadczenia usługi kolportażu prasy są identyczne na obszarze całego kraju. Wszędzie bowiem istnieje zapotrzebowanie na prasę, zaś działalność firm kolportażowych ukierunkowana jest na

zapewnienie jak najszerszego dostępu czytelników do gazet, czasopism czy innych periodyków. Wszyscy wydawcy korzystają z usług firm kolportażowych na takich samych zasadach. Nie ma wewnętrznych barier, które powodowałyby zróżnicowanie w możliwości prowadzenia działalności kolportażowej w poszczególnych rejonach Polski.

Należy zatem uznać, iż w **aspekcie geograficznym**, mamy tu do czynienia z rynkiem obejmującym obszar całego kraju.

Tak więc rynkem właściwym w przedmiotowej sprawie jest **krajowy rynek dystrybucji (kolportażu) prasy**.

RUCH S.A. jest liderem na rynku kolportażu prasy. Swój udział szacuje na ok. 50%, co podaje także w toku niniejszego postępowania. Kolporter ten ma największą ilość punktów sprzedaży, do której dostarcza prasę. Rozprowadza też największą ilość prasy.

Drugą, co do wielkości, firmą kolportażową w Polsce jest Kolporter S.A. w Kielcach. Jego udział w rynku – według różnych źródeł – kształtuje się na poziomie 30-40%. Sama Spółka szacuje swój udział jako bliski 40% (www.kolporter-spolka-akcyjna.com.pl).

Spośród pozostałych liczących się na rynku dystrybucji (kolportażu) prasy przedsiębiorców należy wymienić: Garmond Press S.A. w Krakowie, Inmedio Sp. z o.o. w Gdańsku, spółkę Kolportaż Prasy ROLKON Sp. z o.o. w Poznaniu i spółkę FRANPRESS. Ich udziały w rynku kształtują się na poziomie kilku procent.

Biorąc powyższe pod uwagę, należy stwierdzić, iż łączny udział w rynku RUCH S.A. i spółki FRANPRESS będzie przekraczał 50%. Przy czym tak wysoki udział w rynku to w głównej mierze wynik potencjału, jakim dysponuje RUCH S.A.

Prezes Urzędu zarzucił stronom niniejszego postępowania stosowanie praktyk ograniczających konkurencję na krajowym rynku dystrybucji (kolportażu) prasy, przejawiających się w zawarciu przez spółką RUCH S.A. i spółkę FRANPRESS porozumień, polegających na:

- I. kontrolowaniu świadczenia usług kolportażu prasy, poprzez organizowanie – w oparciu o umowę nr DK/17/99 z dnia 17 lutego 1999 r. – wspólnej sprzedaży tytułów prasowych, co może stanowić naruszenie art. 5 ust. 1 pkt 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów;
- II. podjęciu – w drodze Porozumienia z dnia 9 stycznia 2003 r. – partnerskiej współpracy, zmierzającej do wspólnego wpływania na kształt kolportażu prasy w Polsce, co może stanowić naruszenie art. 5 ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

Ad. I

Odnośnie zarzutu zawarcia porozumienia, polegającego na kontrolowaniu świadczenia usług kolportażu prasy, poprzez organizowanie – w oparciu o umowę nr DK/17/99 z dnia 17 lutego 1999 r. – wspólnej sprzedaży tytułów prasowych.

Ustalono, że RUCH S.A. i spółka FRANPRESS zawarły umowę nr DK/17/99 z dnia 17 lutego 1999 r. o kolportaż i sprzedaż tytułów prasowych. Na podstawie tej umowy, RUCH S.A. miał dostarczać spółce FRANPRESS tytuły prasowe, a spółka ta miała realizować ich sprzedaż, za pośrednictwem obsługiwanych przez siebie punktów sprzedaży.

Bezsprzecznie umowa jaką zawarły ww. spółki stanowi, w myśl art. 4 pkt 4 lit. a) ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, porozumienie. Jej treść wskazywać zaś mogła, że mamy tu do czynienia z porozumieniem, które w doktrynie i orzecznictwie, określa się mianem porozumienia o wspólnej sprzedaży.

Taki rodzaj kooperacji nosi bowiem w sobie zagrożenie dla konkurencji, z uwagi na fakt, iż kontrahenci (tu: wydawcy prasy) mają ograniczoną możliwość wyboru swego partnera w zakresie sprzedaży swych towarów (prasy), poprzez to, że część potencjalnych kontrahentów działa niejako w ramach wspólnej sieci. Dlatego też w pewnych sytuacjach może ona stanowić praktykę ograniczającą konkurencję.

Prezes Urzędu zgadza się jednak z argumentami, iż dla uznania określonych porozumień za praktyki ograniczające konkurencję konieczne jest zbadanie okoliczności zawarcia takich porozumień (umów), zakresu uzgodnień i skutków, jakie uzgodnienia te wywołują lub mogą wywołać na rynku oraz celu takich porozumień.

Prezes Urzędu przeanalizował zawartą umowę w kontekście tych właśnie przesłanek.

Badając okoliczności zawarcia umowy z dnia 17 lutego 1999 r., Prezes Urzędu stwierdził, że były to okoliczności czytelne i obiektywnie uzasadnione. Należy tu bowiem stwierdzić, że jej zawarcie było wynikiem potrzeby gospodarczej (handlowej), jak zaistniała po stronie spółki FRANPRESS.

Spółka FARNPRESS, której głównym przedmiotem działalności jest kolportaż prasy, ma wobec swoich kontrahentów (punktów, do których dostarcza prasę) obowiązek dostarczać prasę w pełnym zakresie. Aby zapewnić swoim kontrahentom jak najpełniejszą ofertę czasopism, Spółka podjęła więc współpracę z RUCH S.A. w zakresie tych tytułów prasowych, których wydawcy nie chcieli jej dostarczać. Początkowo były to pozycje mało popularne, o stosunkowo niskich nakładach, takie jak choćby : „Dom Lalek”, „Wielki Jazz”, „Czarodziejskie opowieści” czy „Wróżbita”. Potem w grudniu 2002 r. wydawnictwo Edipresse Polska zaprzestało dostarczać spółce FRANPRESS swoje czasopisma. W związku z tym umową z dnia 17 lutego 1999 r. zostały objęte również czasopisma ww. wydawnictwa i RUCH S.A. realizował dostawy także tych czasopism.

W ocenie Prezesa Urzędu powyższe okoliczności tłumaczą zawarcie przedmiotowej umowy. Wyjaśniają także przesłanki, którymi strony kierowały się przy ich zawieraniu.

Na powyższe wskazuje także zakończenie przez RUCH S.A. dostaw spółce FRANPRESS czasopism wydawnictwa Edipresse Polska zaraz po wznowieniu przez tę spółkę współpracy z ww. wydawcą. Pokazuje to, że przedmiotowa umowa ma zapewniać prowadzenie bieżącej działalności przez spółkę FRANPRESS.

Uzgodnienia, zawarte w umowie z dnia 17 lutego 1999 r. łączącej RUCH S.A. i spółkę FRANPRESS, dotyczyły wyłącznie kwestii dostaw i dalszej odsprzedaży prasy (wymienionych tytułów prasowych) przez spółkę FRANPRESS. Strony umówiły się, co do warunków sprzedaży prasy, dostaw, zwrotu nie sprzedanych egzemplarzy i rozliczeń za sprzedane wydawnictwa oraz wysokości wynagrodzenia. Uregulowania te zbliżają więc ww. umowę do typowej umowy kolportażowej, którą kolporterzy zawierają z wydawcami prasy. Zresztą, w założeniu, powyższa umowa ma właśnie zastąpić kontrakty z wydawcami. Uzgodnienia tam zawarte nie wykraczają poza utrwalone, sprawnie funkcjonujące na rynku, zasady współpracy.

Należy jednocześnie zwrócić uwagę, iż sprzedaż, którą reguluje umowa z dnia 17 lutego 1999 r., dotyczy tytułów prasowych mało popularnych. Wyjątkiem były czasopisma wydawnictwa Edipresse Polska, które jednak były dostarczane w stosunkowo niewielkiej ilości egzemplarzy i przez krótki okres czasu.

Mamy tu więc do czynienia ze współpracą w dość wąskim zakresie. W konsekwencji zakres uzgodnień nie wywołuje negatywnych skutków na rynku kolportażu prasy. Zwłaszcza, że – na co zwrócono uwagę powyżej – umowy te zastąpiły umowy o kolportaż z wydawcami prasy. Przedmiotowe umowy wypełniły więc lukę, która powstała w wyniku odmowy części wydawców realizowania dostaw prasy spółce FRANPRESS.

Cel porozumienia (umowy z dnia 17 lutego 1999 r.) ujawnia się w zasadzie, jeżeli prześledzimy okoliczności zawarcia tej umowy i procesu poszerzania jej przedmiotu o kolejne tytuły prasowe. Jak ustalono to w toku postępowania, spółka FRANPRESS – mając na uwadze potrzebę zaopatrywania punktów sprzedaży w wydawnictwa prasowe, na które istnieje zapotrzebowanie – podjęła starania, by RUCH S.A. zapewnił jej dostawy niektórych czasopism, w tym wydawanych przez Edipresse Polska. Zawarcie przedmiotowej umowy i dostarczanie kolejnych tytułów prasowych przez RUCH S.A., było więc każdorazowo związane z aktualną sytuacją, w której spółka FRANPRESS znalazła się wobec odmowy dostarczania jej prasy bezpośrednio przez wydawców.

W tej sytuacji cel zawarcia z RUCH S.A. ww. umowy i kontynuowania sprzedaży kolejnych tytułów prasowych objętych tą umową, jawi się jako racjonalny i w pełni uzasadniony gospodarczo. Celem było bowiem zapewnienie ciągłości dostaw prasy w pełnym wymiarze do kontrahentów (punktów sprzedaży) spółki FRANPRESS.

Prezes Urzędu nie znalazł zaś dowodów świadczących, iż celem zawarcia ww. umowy była chęć wspólnego oddziaływania na rynek kolportażu prasy. Umowa w tym kształcie, w zakresie tak niewielu tytułów prasowych, nie stwarza – w ocenie Prezesa Urzędu – zagrożeń dla tego rynku. Co więcej zapewnienie, dzięki RUCH S.A., dostaw tychże dzienników i czasopism do punktów sprzedaży spółki FRANPRESS umożliwiło konsumentom szerszy dostęp do tych tytułów prasowych.

Reasumując należy stwierdzić, że okoliczności zawarcia umowy nr DK/17/99 z dnia 17 lutego 1999 r. były czytelne. Przesłanki, którymi kierowały się strony przy jej zawieraniu nie budzą wątpliwości. Natomiast zakres uzgodnień zawarty w tej umowie, ze względu na jej standardową treść (tożsamą z umowami funkcjonującymi na rynku) oraz niewielką skalę współpracy, nie stwarzał zagrożeń dla konkurencji. Dlatego też nie można uznać, że skutkiem lub celem przedmiotowej umowy było wyeliminowanie, ograniczenie lub naruszenie w inny sposób konkurencji na krajowym rynku dystrybucji (kolportażu) prasy.

Mając powyższe na uwadze, Prezes Urzędu **nie stwierdził** stosowania przez RUCH S.A. i spółkę FRANPRESS praktyki ograniczającej konkurencję, polegającej na zawarciu porozumienia, polegającego na kontrolowaniu świadczenia usług kolportażu prasy, poprzez organizowanie – w oparciu o umowę nr DK/17/99 z dnia 17 lutego 1999 r. – wspólnej sprzedaży tytułów prasowych.

Ad. II

Odnośnie zarzutu zawarcia porozumienia, polegającego na podjęciu – w drodze Porozumienia z dnia 9 stycznia 2003 r. – partnerskiej współpracy, zmierzającej do wspólnego wpływania na kształt kolportażu prasy w Polsce.

Niesporne jest, że strony: spółka FRANPRESS i RUCH S.A. zawarły w dniu 9 stycznia 2003 r. dwustronną umowę, którą określono mianem Porozumienia. Stanowi ona także porozumienie w rozumieniu art. 4 pkt 4 lit a) ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów. Zgodnie bowiem z ww. przepisem, porozumieniem są m.in. umowy zawierane między przedsiębiorcami, między związkami przedsiębiorców oraz między przedsiębiorcami i ich związkami albo niektóre postanowienia tych umów.

Stronami tej umowy są przedsiębiorcy prowadzący konkurencyjną względem siebie działalność gospodarczą, polegającą na świadczeniu usługi kolportażu prasy.

Wszelkie zawierane między takimi przedsiębiorcami porozumienia (umowy) muszą budzić podejrzenie w aspekcie naruszenia zakazu zawierania porozumień ograniczających konkurencję, zwłaszcza jeżeli ich udziały w rynku – tak jak w przedmiotowej sprawie – są bardzo wysokie, co umożliwia rzeczywiste wpływanie na rynek.

W sprawie zawarcia Porozumienia z dnia 9 stycznia 2003 r. pomiędzy spółką FRANPRESS i RUCH S.A. zasadnicze znaczenie ma cel, dla którego strony zdecydowały się je zawrzeć. W ocenie Prezesa Urzędu materiał dowodowy zgromadzony w sprawie pozwala przyjąć, iż cel tego porozumienia jest sprzeczny z prawem konkurencji. Świadczą o tym treść Porozumienia oraz okoliczności jego zawarcia.

Założenia Porozumienia zawarte są w Preambule tego dokumentu. To tu strony podały, że chcą wspólnie wpływać na kształt polskiego rynku dystrybucji prasy, na którym bezpardonowa walka prowadzi do niekontrolowanych procesów i niszczenia dorobku zdemokratyzowanego kolportażu osiągniętego w ostatnich latach. Rozwinięciem tego postulatu jest zapis § 1 Porozumienia, zgodnie z którym w stosunkach między firmami [stronami Porozumienia] obowiązywać będzie zasada partnerstwa w działaniach mających wpływ na kształt rynku dystrybucji prasy, a konkurowanie i rywalizacja dotyczyć będzie tylko poziomu i jakości usług.

Treść tych zapisów nie pozostawia wątpliwości, iż RUCH S.A. i spółka FRANPRESS umówiły się co do tego, że będą podejmować wspólne działania na rynku dystrybucji (kolportażu) prasy w Polsce. Zresztą fakt ten nie jest co do zasady przez strony negowany. RUCH S.A. wskazywał przecież, że porozumienie to „*wyrażało intencję oraz zarysowywało obszary możliwej współpracy*”, zaś spółka FRANPRESS podniosła, że „*motywem podjęcia współpracy było wstrzymanie dostaw czasopism wydawnictwa Edipresse Polska*”.

Należy więc uznać za udowodniony fakt, iż zakładane przez spółki działania mają być działaniami wspólnymi, skorelowanymi. Na powyższe wskazuje zresztą także brzmienie § 3 zdanie pierwsze Porozumienia, gdzie zapisano, że strony deklarują zachowanie poufności rozmów w zakresie objętym Porozumieniem. Świadczy to niezbitnie, że strony zakładały podejmowanie rozmów, które miały dotyczyć już konkretnych kwestii, precyzujących to Porozumienie.

Przytoczone wyżej zapisy Porozumienia wskazują jednocześnie, że wspólne działania – jakie w ramach tego Porozumienia miały podejmować strony – mają na celu oddziaływanie na rynek kolportażu prasy. Należy tu wyjść od sformułowania ujętego w Preambule Porozumienia, a następnie powtórnego w § 1, mianowicie: „wpływać na kształt polskiego rynku dystrybucji prasy”. Wpływać, to – zgodnie z definicją zawartą w Słowniku Języka Polskiego i potocznym rozumieniem – oddziaływać na kogoś, na coś.

Prezes Urzędu stoi na stanowisku, że strony, formułując te zapisy kierowały się tym powszechnym znaczeniem ww. pojęcia. Brak jest jakichkolwiek przesłanek świadczących o tym, że strony chciały nadać temu zwrotowi inny sens. Tym samym sformułowanie „wpływać na kształt polskiego rynku dystrybucji prasy” oznaczało dążenie do oddziaływania na rynek i kształtowania go w ustalony przez siebie sposób.

Kolejnym celem Porozumienia – wyrażonym *expressis verbis* w § 2 – jest ograniczenie wzajemnie wyniszczającej konkurencji oraz osiąganie korzyści z rozwijającej się współpracy. Zapis ten, będący konsekwencją woli obu podmiotów wspólnego wpływania na rynek, jest czytelnym sygnałem o ograniczeniu konkurencji między spółkami.

Tym samym celem dla którego RUCH S.A. i spółka FRANPRESS zawarły Porozumienie z dnia 9 stycznia 2003 r. jest wspólne oddziaływanie na rynek dystrybucji (kolportażu) prasy. Przedsiębiorcy wyrazili bowiem wolę wspólnego działania na rynku w ustalony sposób i zadeklarowali chęć ograniczenia konkurencji między sobą.

Dążenie przez konkurujących ze sobą przedsiębiorców do wspólnego wpływania na rynek i ograniczanie wzajemnej konkurencji jest działaniem sprzecznym z prawem, naruszającym przepis art. 5 ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów. Zgodnie zaś z tym przepisem zakazane są porozumienia, których celem lub skutkiem jest wyeliminowanie, ograniczenie lub naruszenie w inny sposób konkurencji na rynku właściwym.

Jak wywiedziono wyżej, cel Porozumienia jest wyraźnie antykonkurencyjny.

Jednocześnie w świetle zamiaru (celu) wspólnego wpływania na rynek, uwidaczniają się potencjalne negatywne skutki tego porozumienia, polegające na ograniczeniu konkurencji na rynku dystrybucji (kolportażu) prasy.

Do naruszenia konkurencji dochodzi bowiem wówczas, gdy zostaje ograniczona autonomia działania przedsiębiorców lub zostają zmienione warunki konkurencji wynikające z normalnej gry sił rynkowych, przy czym ograniczenia te mogą mieć charakter aktualny lub potencjalny.

Ograniczenie autonomii działania i zmienione warunki konkurencji to potencjalny efekt ograniczenia zakresu konkurowania między stronami Porozumienia i zacieśnienia wzajemnej współpracy.

Ograniczenie konkurencji między samymi uczestnikami porozumienia wynika z treści § 1 zdanie drugie Porozumienia, gdzie strony uzgodniły, że konkurowanie i rywalizacja dotyczyć będzie tylko poziomu i jakości usług. Celem partnerskich stosunków – zgodnie z powołanym już wyżej § 2 zdanie pierwsze – jest zaś ograniczenie wzajemnie wyniszczającej konkurencji oraz osiągnięcie korzyści z rozwijającej się współpracy.

Zdaniem Prezesa Urzędu, RUCH S.A. i spółka FRANPRESS, zadeklarowały więc *de facto*, iż zaprzestają konkurowania między sobą i wprowadzają we wzajemnych stosunkach zasadę partnerstwa. Natomiast celem nawiązania tej współpracy – co podkreśla się w Porozumieniu – jest osiągnięcie korzyści. Zaznaczyć przy tym trzeba, iż współpraca ta miała być przez strony rozwijana.

Strony tego porozumienia założyły więc daleko idącą współpracę. W jej wyniku nastąpiłoby zaś zakłócenie konkurencji na rynku kolportażu prasy i mogłoby doprowadzić do zachwiania relacji konkurencyjnych pomiędzy firmami kolportażowymi. Porozumienie to polegało przecież na współdziałaniu między dwoma – dotychczas konkurującymi ze sobą – podmiotami, w efekcie którego mogło nastąpić zmniejszenie ilości konkurencyjnych ofert dla wydawców prasy.

Należy stwierdzić, że już sama wymiana informacji o stosowanych cenach, klientach, pozycji rynkowej, planach rozwoju czy innych informacji istotnych z punktu widzenia świadczonych usług – co mieści się w zakresie Porozumienia – stanowi realne zagrożenie dla funkcjonowania rynku. W ten sposób może dojść do naruszenia warunków wymiany handlowej.

Tego rodzaju kooperacja horyzontalna ogranicza konkurencję zwłaszcza wtedy, gdy znacząca jest siła rynkowa współdziałających podmiotów, a struktura rynku, na którym doszło do takiej współpracy, nie zapewnia dostatecznej przeciwwagi dla takich porozumień.

Z taką sytuacją mamy do czynienia właśnie w analizowanym tu przypadku. Działalność w zakresie kolportażu prasy prowadzi zaledwie sześciu liczących się przedsiębiorców: RUCH S.A., KOLPORTER S.A., INMEDIO Sp. z o.o., Kolportaż Prasy ROLKON Sp. z o.o., GARMOND PRESS S.A. i właśnie spółka FRANPRESS. Struktura rynku jest więc wąska. W tej sytuacji wszelkie porozumienia między tymi przedsiębiorcami będą bardzo niebezpieczne dla rynku. Uczestnikiem przedmiotowego porozumienia jest zaś lider na krajowym rynku kolportażu prasy, tj. RUCH S.A. z udziałem kształtującym się na poziomie ok. 50%. Wspólnie zaś umawiające się strony przekraczają poziom 50%. Dlatego też współpraca pomiędzy RUCH S.A. i spółką FRANPRESS – zainicjowana Porozumieniem z dnia 9 stycznia 2003 r. – jest niezwykle dużym zagrożeniem dla konkurencji na tym rynku. Dotkniętymi jego skutkami byłoby nie tylko konkurenci ww. spółek, ale również ich kontrahenci, tj. wydawcy prasy, z którymi zawierają umowy o kolportaż prasy.

Należało zatem uznać, że realizacja postanowień Porozumienia z dnia 9 stycznia 2003 r., może prowadzić do istotnego ograniczenia konkurencji na rynku dystrybucji (kolportażu) prasy.

W związku z powyższym należy stwierdzić, że zarówno cel, jak i potencjalny skutek Porozumienia z dnia 9 stycznia 2003 r. wyraża się w ograniczeniu konkurencji na rynku właściwym. Porozumienie to narusza zatem art. 5 ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

Odnosząc się do argumentów stron, zgłaszanych w toku postępowania, Prezes Urzędu stwierdza, co następuje.

Prezes Urzędu odrzuca argumenty powoływane przez strony, iż Porozumienie z dnia 9 stycznia 2003 r. miało charakter intencjonalny i nie niosło za sobą żadnych zobowiązań.

Otóż fakt, że nie doszło do żadnych konkretnych ustaleń, nie zmienia oceny tego Porozumienia. Intencje stron, a więc cel, dla którego zawarto Porozumienie z dnia 10 stycznia 2003 r. jest wyraźnie ujęty w Porozumieniu i dotyczy wspólnego wpływania na rynek dystrybucji prasy. Natomiast potencjalne efekty (skutki) takiego porozumienia ograniczałyby konkurencję na rynku dystrybucji (kolportażu) prasy.

Niezależnie od tego trzeba stwierdzić, że prawo antymonopolowe sankcjonuje samą praktykę (tu: zawarcie porozumienia), motywacja stron ma drugorzędne znaczenie. Wystarczy, aby cel lub skutek zawartego porozumienia miał wydźwięk antykonkurencyjny, co w niniejszej sprawie jest oczywiste.

Takie wspólne działania – jakie zadeklarowały w Porozumieniu RUCH S.A. i spółka FRANPRESS – nie mogą być uznane za obojętne dla rynku. Samo podjęcie współpracy (co jest bezsporne) ma dla rynku niebagatelne znaczenie i rodzi zakłócenia w konkurencji. W momencie zaś gdy ta współpraca wykracza poza normalne, przyjęte zasady handlowe i w zamierzeniach stron ma znacząco ograniczać wzajemną konkurencję – jawi się wówczas jako działanie bezprawne, naruszające przepis ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

Okoliczności zawarcia Porozumienia nie są jasne i nie wyjaśniają, dlaczego doszło do tak daleko idących uzgodnień.

Nie jest zrozumiałe dlaczego fakt wstrzymania dostaw prasy przez wydawnictwo Edipresse Polska miał uzasadniać (tłumaczyć) zawarcie przedmiotowego porozumienia, skoro dla zapewnienia dostaw czasopism tego wydawnictwa strony wiązała inna umowa, która precyzyjnie określała zasady współpracy pomiędzy spółką FRANPRESS i RUCH S.A. na tym polu. Również dla każdej innej umowy, czy to dotyczącej współpracy w zakresie usług logistycznych czy w zakresie wymiany informacji technicznych (technologicznych), nie jest potrzebne zawarcie takiego porozumienia. W tym kontekście zapisy Porozumienia z dnia 9 stycznia 2003 r. miały spełniać inną rolę, daleko wykraczającą poza zasady wolnego handlu.

Nie tłumaczy także zawarcia takiego porozumienia chęć uniknięcia, we wzajemnych relacjach, działań o charakterze czynów nieuczciwej konkurencji. Normą w działalności gospodarczej jest przecież działanie zgodne z duchem wolnej i uczciwej konkurencji. Wszelkie przejawy działalności noszącej znamiona czynu nieuczciwej konkurencji mogą być natomiast przedmiotem sporu cywilnoprawnego. Prezes Urzędu nie znajduje więc uzasadnienia dla zawierania w tym przedmiocie odrębnej umowy o zaniechanie takich praktyk. Gdyby jednak strony uznały, że powinno to być jednak uregulowane w umowie wzajemnej, to jej treść powinna się sprowadzić do stwierdzenia, że strony postanawiają (zobowiązują) się do zaniechania czynów nieuczciwej konkurencji. Natomiast Porozumienie z dnia 9 stycznia 2003 r. zawarte przez RUCH S.A. i spółkę FRANPRESS wprowadza uzgodnienia wykraczające poza takie stwierdzenie.

Należy jednocześnie zauważyć, że powoływane przez strony „Stanowisko Izby Wydawców Prasy w sprawie sytuacji na rynku kolportażu prasy” z dnia 12 grudnia 2002 r. zawiera wyraźne stwierdzenie, że w interesie wszystkich wydawców prasy jest istnienie konkurencyjnych sieci sprzedaży wzajemnie stymulujących podnoszenie na wyższy poziom

obsługi nabywców dzienników i czasopism, a także zapobiegających nieskrępowanemu podnoszeniu cen za dystrybucję. Nie ulega zatem wątpliwości, że Izba oczekuje konkurowania przez sieci sprzedaży prasy, co ma przyczynić się do polepszenia świadczonych na rzecz wydawców usług. Tymczasem zawarcie Porozumienia z dnia 10 stycznia 2003 r. jest wyraźnym odejściem od idei konkurencyjności, którą Izba – zresztą słusznie – uznaje gwarantem podnoszenia jakości usług kolportażowych i zabezpieczeniem przed podnoszeniem cen za te usługi.

Biorąc powyższe pod uwagę, **Prezes Urzędu stwierdził**, że RUCH S.A. i spółka FRANPRESS zawarły porozumienie, stanowiące praktykę ograniczającą konkurencję określoną w art. 5 ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, polegające na podjęciu – w drodze Porozumienia z dnia 9 stycznia 2003 r. – partnerskiej współpracy, zmierzającej do wspólnego wpływania na kształt kolportażu prasy w Polsce.

Jednocześnie, należy stwierdzić, że Porozumienie z dnia 9 stycznia 2003 r. nadal obowiązuje i wiąże strony. Należało zatem **nakazać zaniechania jej stosowania**.

Zgodnie z treścią art. 1 ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, określa ona warunki rozwoju i ochrony konkurencji oraz zasady podejmowanej w interesie publicznym ochrony interesów przedsiębiorców i konsumentów. Organ administracji - Prezes Urzędu, w toku postępowania i przy wydawaniu decyzji jest zatem rzecznikiem interesu publicznego, co wynika również z jego zadań w strukturze administracji publicznej – m.in. art. 7 k.p.a. Decyzja administracyjna może bowiem dotyczyć nie tylko stron, lecz jej skutki mogą rozciągać się także na inne osoby – osoby fizyczne, jednostki organizacyjne.¹

W rozstrzyganych przez Prezesa Urzędu postępowaniach zasadnym jest zatem ustalenie, czy nastąpiło naruszenie interesu publicznoprawnego.

Interes publiczny w postępowaniu administracyjnym nie jest pojęciem jednolitym i stałym. Opierając się na orzecznictwie antymonopolowym przyjmuje się, że z naruszeniem interesu publicznoprawnego możemy mieć do czynienia w przypadku gdy skutki działań sprzecznych z ustawą o ochronie konkurencji i konsumentów dotknięty jest szerszy krąg uczestników rynku, bądź gdy te działania wywołują na rynku inne niekorzystne zjawiska.

W przedmiotowej sprawie, stwierdzona tu praktyka ograniczająca konkurencję oddziałuje bardzo szeroko na krajowy rynek dystrybucji prasy. Skutki zawartego przez spółkę FRANPRESS i RUCH S.A. mogą dotyczyć zarówno konkurentów tych spółek, tj. innych firm kolportażowych, jak i ich kontrahentów – wydawców prasy. Negatywne działania będące rezultatem tego Porozumienia, mogą mieć więc wpływ na działalność bardzo wielu podmiotów.

Porozumienie z dnia 9 stycznia 2003 r. w sposób ewidentny narusza też generalnie konkurencję na rynku dystrybucji (kolportażu) prasy, a dobrem chronionym ustawą o ochronie konkurencji i konsumentów jest przecież niezakłócona konkurencja na rynku.

Jest zatem bezsprzecznym, iż w niniejszej sprawie mamy do czynienia z naruszeniem interesu publicznoprawnego.

Stosownie do art. 101 ust. 1 pkt 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, Prezes Urzędu może nałożyć na przedsiębiorcę, w drodze decyzji, karę pieniężną w wysokości nie większej niż 10% przychodu, osiągniętego w roku rozliczeniowym poprzedzającym rok nałożenie kary, jeżeli przedsiębiorca ten, choćby nieumyślnie, dopuścił się naruszenia zakazu określonego w art. 5, w zakresie niewyłączonym na podstawie art. 6 i art. 7, lub naruszenia zakazu określonego w art. 8.

¹ „Kodeks postępowania administracyjnego. Komentarz” B. Adamiak, J. Borkowski - wyd. C.H. BECK, Warszawa 1996, str. 57

Za udowodnione należy uznać, iż doszło do zawarcia przez spółkę FRANPRESS i RUCH S.A. zakazanego porozumienia ograniczającego konkurencję. Przedsiębiorcy ci dopuścili się więc naruszenia zakazu, o których mowa w art. 5 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, który nie został wyłączony na podstawie art. 6 i 7 tej ustawy.

Zgodnie z art. 83 Konstytucji RP, każdy ma obowiązek przestrzegania prawa Rzeczypospolitej Polskiej. Obowiązek znajomości i przestrzegania norm prawa ciąży tym bardziej na profesjonalnych uczestnikach obrotu rynkowego, takich jak RUCH S.A., czy spółka FRANPRESS. Podmioty profesjonalnie działające na rynku powinny przewidzieć, że podejmowane przez nie działania będą uznane przez Prezesa Urzędu za praktykę ograniczającą konkurencję i nie mogą skutecznie dowodzić braku świadomości naruszenia prawa konkurencji.

W ocenie Prezesa Urzędu, charakter praktyki, której dopuścili się obaj przedsiębiorcy w pełni uzasadnia nałożenie na nich kar pieniężnych. Jednak z uwagi na fakt, że stopień zawinienia, sytuacja finansowa i ekonomiczna RUCH S.A. i spółki FRANPRESS są różne, należało karę pieniężną wyraźnie zróżnicować.

Przychód RUCH S.A. w 2003 r., zgodnie ze Sprawozdaniem F-01/I-01 o przychodach, kosztach i wyniku finansowym oraz nakładach na środki trwałe za okres od początku roku do końca IV kwartału 2003 r. – wyniósł 3.753.270.000 zł. Natomiast przychody spółki FRANPRESS – ustalone o tożsamy dokument dotyczący tej Spółki – wyniosły w 2003 r. 95.751.000 zł.

Prezes Urzędu wymierzył więc RUCH S.A. karę w wysokości 6.000.000 zł (sześć milionów złotych), natomiast spółce FRANPRESS – karę w wysokości 80.000 zł (osiemdziesiąt tysięcy złotych).

Przy wymierzaniu RUCH S.A. kary w wysokości 6.000.000, Prezes Urzędu uznał, iż musi ona przede wszystkim posiadać charakter represyjny. Stąd jej nominalnie wysoka wartość. Trzeba jednak przy tym zauważyć, że stanowi ona niecałe 1,6% kary maksymalnej.

W ocenie Prezesa Urzędu kara ta w pełni odpowiada stopniowi zawinienia RUCH S.A. Obciążający RUCH S.A. jest przede wszystkim antykonkurencyjny charakter zawartego porozumienia. Jego postanowienia – co wywiedziono wyżej – zakładały przeciwieństwo (z drugim uczestnikiem porozumienia) kształtowanie rynku kolportażu prasy i ograniczenie wzajemnej konkurencji. W konsekwencji nastąpiło ograniczenie konkurencji na rynku kolportażu prasy, przez podmiot, który jest liderem na tym rynku. Działania RUCH S.A. posiadają więc wszelkie cechy bezprawności.

Skutki dla rynku, jakie niosą ze sobą tego typu porozumienia, jak to z 9 stycznia 2003 r., w warunkach wąskiej konkurencji, są niezmiernie groźne. Dlatego też gotowość wpływania na rynek – co strony założyły w Porozumieniu – jako wyraźnie antykonkurencyjna praktyka musi być z całą stanowczością piętnowane. Zwłaszcza, że zarzucana praktyka wciąż jest przez strony stosowana.

Jednocześnie odpada argument braku po stronie RUCH S.A. świadomości naruszenia przepisów ustawy. Musi on bowiem – z racji swej pozycji rynkowej i doświadczenia – podejmować działania z dużą ostrożnością, by nie doprowadzać do naruszenia prawa antymonopolowego.

Niemniej istotne jest to, że RUCH S.A. dopuszczał się już wielokrotnie naruszenia ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów (wcześniej: ustawy o przeciwdziałaniu praktykom monopolistycznym i ochronie interesów konsumentów), za które były na niego nakładane kary.

Uwzględniając powyższe, kara powinna być na tyle dolegliwa, by przedsiębiorca odczuł ją w sposób wymierny. Zdaniem Prezesa Urzędu kara w wysokości 6.000.000 zł będzie miała wobec RUCH S.A. taki właśnie wymiar.

Nakładając karę w ustalonej wyżej wysokości, Prezes Urzędu uznał, iż kara ta musi też spełniać funkcję prewencyjną. Niniejsza decyzja musi bowiem przyczynić się do zmiany polityki RCH S.A. i zmusić go do zaniechania zawierania w przyszłości antykonkurencyjnych porozumień z innymi dystrybutorami prasy.

Nałożenie na spółkę FRANPRESS względnie niższej kary, wynika przed wszystkim z faktu, że jako podmiot o słabszej pozycji rynkowej, w mniejszym stopniu miałyby wpływ na kształt wspólnej polityki. Zapewne spełniałaby rolę podrzędną, wyznaczoną przez znacznie silniejszego partnera. Nie sposób wykluczyć, że w ramach współpracy realizowałaby po prostu zalecenia RUCH S.A.

Nakładając karę na spółkę FRANPRESS, Prezes Urzędu wziął pod uwagę również fakt, że Spółka nie dopuściła się wcześniej naruszenia prawa konkurencji.

Nie ulega jednak wątpliwości, że również ta spółka – zawierając Porozumienie – działała z rozeznaniem i powinna być świadoma naruszenia prawa konkurencji. Oznacza to, że również jej działanie było zawinione. Stąd kara powinna być także i dla tego przedsiębiorcy dotkliwa. Zwłaszcza, że zarzucana praktyka wciąż jest przez strony stosowana.

W tej sytuacji Prezes Urzędu nałożył na spółkę FRANPRESS karę w wysokości 80.000 zł, co stanowi 0,83% kary maksymalnej.

Podobnie, jak w przypadku kary dla RUCH S.A., również w odniesieniu do spółki FRANPRESS ma ona spełnić zarówno funkcję represyjną, jak prewencyjną.

Warto na koniec zwrócić uwagę, iż mimo oczywistego naruszenia przepisów ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, żadna ze stron nie przyznała się do stosowania zarzucanej jej praktyki i nie zaniechała jej stosowania. W tym świetle nałożenie przedmiotowych kar, jak i ich wysokość, są w pełni uzasadnione.

Biorąc powyższe pod uwagę, orzeka się jak w sentencji.

Stosownie do 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:

nr 51101010100078782231000000, w banku NBP O/O Warszawa.

Stosownie do treści art. 78 ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, w związku z art. 479²⁸ § 2 k.p.c., 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 w Warszawie.

Z up. Prezesa Urzędu Ochrony
Konkurencji i Konsumentów

Otrzymują:

Pani

Elżbieta Modzelewska - Wąchal

Pełnomocnik spółki

RUCH S.A.

Kancelaria Radcy Prawnego

Centrum Prawa Konkurencji

ul. Tamka 34 lok. 3

00-355 Warszawa

FRANPRESS Sp. z o.o.

ul. Kościuszki 124

50-439 Wrocław