



**PREZES
URZĘDU OCHRONY
KONKURENCJI I KONSUMENTÓW
DELEGATURA 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 15 grudnia 2009 r.

RPZ-410/2/09/DW

DECYZJA nr RPZ 27/2009

1. Na podstawie art. 10 w zw. art. 6 ust. 1 pkt 1 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. Nr 50, poz. 331 ze zm.) oraz stosownie do art. 33 ust. 6 tej ustawy i § 7 rozporządzenia Prezesa Rady Ministrów z dnia 17 lipca 2007 r. w sprawie właściwości miejscowej i rzeczowej delegatur Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów (Dz.U. Nr 134, poz. 939) w zw. z § 7 rozporządzenia Prezesa Rady Ministrów z dnia 1 lipca 2009r. w sprawie właściwości miejscowej i rzeczowej delegatur Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów (Dz.U. nr 107, poz. 887), po przeprowadzeniu postępowania antymonopolowego wszczętego z urzędu,

- w imieniu Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów

uznaje się za praktykę ograniczającą konkurencję i naruszającą zakaz określony w art. 6 ust. 1 pkt 1 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów, porozumienie zawarte na krajowym rynku hurtowej sprzedaży akcesoriów do przyczep pomiędzy Knott Sp. z o.o. w Zdziechowicach a następującymi przedsiębiorcami:

- a) Grzegorzem Bylica prowadzącym działalność gospodarczą pod nazwą „P.H.U. Goliat” w Andrychowie,
- b) Leszkiem Nowackim prowadzącym działalność gospodarczą pod nazwą „Przyczepy Nowacki” w Białych Błotach,
- c) Zbigniewem Eljasiewicz prowadzącym działalność gospodarczą pod nazwą „W.P.H.U.M. Zbigniew Eljasiewicz” w Białymstoku,
- d) Kazimierzem Pierzgalskim prowadzącym działalność gospodarczą pod nazwą „Zakład Produkcyjno-Handlowo-Serwisowy Przyczep” w Częstochowie,
- e) „P.P.H. PAMER E.R. Andruchowycz” Sp.j. w Wielkich Drogach,
- f) Markiem Reterskim prowadzącym działalność gospodarczą pod nazwą „Firma Cover” w Łodzi,
- g) Markiem Nowickim prowadzącym działalność gospodarczą pod nazwą „P.H.U. Transmark Centrum Sprzedaży i Obsługi Przyczep” w Ożarowie Mazowieckim,
- h) Janem Cynka prowadzącym działalność gospodarczą pod nazwą „Service Przyczep” w Plewiskach,

- i) Urszulą Prościak prowadzącą działalność gospodarczą pod nazwą „Boufen” w Szczecinie,
- j) Iloną i Krzysztofem Nachtman prowadzącym wspólnie działalność gospodarczą pod nazwą „A.S.O. Ilona i Krzysztof Nachtman” we Wrocławiu

polegające na ustalaniu minimalnych cen odsprzedaży produktów Knott Sp. z o.o. w Zdziechowicach i **nakazuje się jej zaniechania.**

2. Na podstawie art. 106 ust. 1 pkt 1 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. Nr 50, poz. 331 ze zm.) oraz stosownie do art. 33 ust. 6 tej ustawy i § 7 rozporządzenia Prezesa Rady Ministrów z dnia 17 lipca 2007 r. w sprawie właściwości miejscowej i rzeczowej delegatur Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów (Dz. U. Nr 134 poz. 939) w zw. z § 7 rozporządzenia Prezesa Rady Ministrów z dnia 1 lipca 2009r. w sprawie właściwości miejscowej i rzeczowej delegatur Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów (Dz.U. nr 107, poz. 887), nakłada się za naruszenie zakazu określonego w art. 6 ust. 1 pkt 1. ww. ustawy, w zakresie opisanym w punkcie I sentencji, kary pieniężne na wskazanych przedsiębiorców w następującej wysokości:
 1. Knott Sp. z o.o. w Zdziechowicach – kara w wysokości **103.194 zł** (słownie: sto trzy tysiące sto dziewięćdziesiąt cztery złote)
 2. Grzegorz Bylica prowadzący działalność gospodarczą pod nazwą „P.H.U. Goliat” w Andrychowie – kara w wysokości **6.074 zł** (słownie: sześć tysięcy siedemdziesiąt cztery złote)
 3. Leszek Nowacki prowadzący działalność gospodarczą pod nazwą „Przyczepy Nowacki” w Białych Błotach – kara w wysokości **3.519 zł** (słownie: trzy tysiące pięćset dziewięćnaście złotych)
 4. Zbigniew Eljasiewicz prowadzący działalność gospodarczą pod nazwą „W.P.H.U.M. Zbigniew Eljasiewicz” w Białymstoku – kara w wysokości **2.755 zł** (słownie: dwa tysiące siedemset pięćdziesiąt pięć złotych)
 5. Kazimierz Pierzgalski prowadzący działalność gospodarczą pod nazwą „Zakład Produkcyjno-Handlowo-Serwisowy Przyczep” w Częstochowie – kara w wysokości **1.253 zł** (słownie: tysiąc dwieście pięćdziesiąt trzy złote)
 6. „P.P.H. PAMER E.R. Andruchowycz” Sp.j. w Wielkich Drogach – kara w wysokości **3.121 zł** (słownie: trzy tysiące sto dwadzieścia jeden złotych)
 7. Marek Reterski prowadzący działalność gospodarczą pod nazwą „Firma Cover” w Łodzi – kara w wysokości **2.076 zł** (słownie: dwa tysiące siedemdziesiąt sześć złotych)
 8. Marek Nowicki prowadzący działalność gospodarczą pod nazwą „P.H.U. Transmark Centrum Sprzedaży i Obsługi Przyczep” w Ożarowie Mazowieckim – kara w wysokości **1.850 zł** (słownie: tysiąc osiemset pięćdziesiąt złotych)
 9. Jan Cynka prowadzący działalność gospodarczą pod nazwą „Service Przyczep” w Plewiskach – kara w wysokości **1.013 zł** (słownie: tysiąc trzysta trzy złote)

10. Urszula Prościak prowadząca działalność gospodarczą pod nazwą „Boufen” w Szczecinie – kara w wysokości **2.573 zł** (słownie: dwa tysiące pięćset siedemdziesiąt trzy złote)
11. Ilona Nachtman prowadząca działalność gospodarczą wspólnie z Krzysztofem Nachtman pod nazwą „A.S.O. Ilona i Krzysztof Nachtman” we Wrocławiu – kara w wysokości **3.664 zł** (słownie: trzy tysiące sześćset sześćdziesiąt cztery złote)
12. Krzysztof Nachtman prowadzący działalność gospodarczą wspólnie z Iloną Nachtman pod nazwą „A.S.O. Ilona i Krzysztof Nachtman” we Wrocławiu – kara w wysokości **4.838 zł** (słownie: cztery tysiące osiemset trzydzieści osiem złotych)

UZASADNIENIE

W związku z anonimową skargą na narzucanie przez Knott Sp. z o.o. w Zdziechowicach (dalej: „Knott”) cen minimalnych dalszej odsprzedaży, Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów (dalej: „Prezes Urzędu”) postanowieniem z dnia 16 kwietnia 2009 r. wszczął postępowanie wyjaśniające w sprawie podejrzenia zawarcia przez Knott porozumienia na rynku sprzedaży i dystrybucji osi i urządzeń najazdowych oraz innych produktów będących przedmiotem oferty Przedsiębiorcy.

Dnia 17 kwietnia 2009 r. została przeprowadzona kontrola w siedzibie Knott w Zdziechowicach. Postanowieniem z dnia 16 czerwca 2009 r. Prezes Urzędu zamknął postępowanie wyjaśniające.

Postanowieniem z dnia 16 czerwca 2009 r. Prezes Urzędu wszczął postępowanie antymonopolowe w związku z podejrzeniem zawarcia przez Knott oraz 10 jego dystrybutorów porozumienia ograniczającego konkurencję na rynku sprzedaży i dystrybucji osi i urządzeń najazdowych oraz innych produktów będących przedmiotem oferty Knott, polegającego na ustalaniu minimalnych cen odsprzedaży ww. produktów, co stanowi praktykę określoną w art. 6 ust. 1 pkt 1 ustawy o ochronie z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz.U. Nr 50, poz. 331 ze zm.; dalej: „u.o.k.k.”). Równocześnie postanowieniem z tego samego dnia postanowiono zaliczyć w poczet dowodów w postępowaniu antymonopolowym całość materiałów postępowania wyjaśniającego (sygn. RPZ-400/23/09/DW).

Pismem z dnia 26 listopada 2009 r., Prezes Urzędu zawiadomił o zakończeniu postępowania oraz o prawie zapoznania się z całością zebranego w sprawie materiału oraz złożenia dodatkowych wyjaśnień.

Stanowiska stron

1. Knott Sp. z o.o. w Zdziechowicach

W odpowiedzi na zawiadomienie o wszczęciu postępowania Spółka pismem z dnia 02.07.2009 wyjaśniła, iż nigdy nie miała zamiaru zawierania jakichkolwiek porozumień mających na celu ograniczenie konkurencji. Nie jest ona związana z dystrybutorami żadnymi umowami, w związku z czym podmioty te są w pełni autonomiczne w swoich decyzjach co do polityki cenowej. Działania podjęte przez Spółkę powinny być zatem oceniane jedynie jako przedłożenie pewnej propozycji pod rozwagę dla jej klientów.

Zdaniem Spółki, jeżeli dystrybutor otrzyma korzystniejszą ofertę cenową od konkurenta Knott lub natrafi na korzystniejszą ofertę w Internecie, z pewnością nie będzie zainteresowany

skorzystaniem z oferty Spółki. Skutki działania e-maila wysłanego przez Spółkę nie mogą być kwalifikowane w kategoriach zawarcia umowy w trybie art. 68² Kodeksu cywilnego. Trudno byłoby ustalić wzajemne prawa i obowiązki stron takiej umowy, a Spółka nie ma możliwości zmuszenia któregokolwiek ze swoich dystrybutorów do zawarcia umowy sprzedaży po cenach sugerowanych. Dystrybutorzy stosują niejednokrotnie upusty dla swoich klientów i preferują wykonanie dodatkowych usług i jednocześnie pozostawić cenę zbywanych towarów bez zmian. Dystrybutorzy działają na różnych rynkach lokalnych, często znacznie od siebie oddalonych i na których występuje większa liczba konkurentów.

Po powzięciu informacji, iż działania Spółki mogą być kwalifikowane jako zawieranie zakazanych porozumień, obecnie nie są podejmowane żadne działania, które mogłyby mieć takie znamiona. Wcześniejsze działania nie miały na celu utrzymania poziomu cen, ale ograniczenie rozmiarów sprzedaży kradzionych towarów bądź też towarów podrobionych. Działania będące przedmiotem postępowania miały miejsce w okresie zaledwie kilku miesięcy dlatego nie może być mowy o jakimkolwiek zauważalnym, negatywnym wpływie przedmiotowych działań na rynek i konkurencję. Knott nigdy nie był stroną postępowania prowadzonego przez Prezesa Urzędu i nie odniósł żadnych dodatkowych korzyści finansowych na skutek działań, które były przyczyną wszczęcia postępowania antymonopolowego.

Pismem z dnia 7 grudnia 2009 r. Knott w odpowiedzi na zawiadomienie o zakończeniu postępowania podtrzymał dotychczasowe stanowisko w sprawie i podkreślił, że nie było jego intencją zawieranie jakichkolwiek porozumień ograniczających konkurencję.

2. Grzegorz Bylica prowadzący działalność gospodarczą pod nazwą „P.H.U. Goliat” w Andrychowie,

W odpowiedzi na zawiadomienie o wszczęciu postępowania Przedsiębiorca pismem z dnia 01.07.2009 wyjaśnił, że ze względu na stan zdrowia nie prowadził żadnych rozmów na temat ustalania cen minimalnych na produkty Knott. Prowadzone były jedynie rozmowy w sprawie indywidualnej obniżki cen. Otrzymany cennik został potraktowany jedynie jako informacja od producenta. Po uzyskaniu telefonicznej informacji od p. Andruchowycza, że zamierza on w imieniu kilku dealerów napisać pismo do Knott w sprawie sytuacji na rynku, Przedsiębiorca wyraził zgodę na wymienienie w piśmie nazwy jego firmy, jednakże nie czytał on tego pisma przed doręczeniem go producentowi. Przedsiębiorca oświadczył, iż nie przestrzega cennika narzuconego przez Knott, stosowane przez dystrybutora ceny są zarówno poniżej jak i powyżej cen wskazanych w tym cenniku. Nie przyjął on żadnej oferty określającej zasady współpracy i ustalania cen. Tylko ok. 30 % zakupów od Knott realizowana jest w ramach dalszej odsprzedaży, pozostała część wykorzystywana jest na potrzeby własne oraz w remontach przyczep dokonywanych w serwisie.

W związku z powyższym Przedsiębiorca wniósł o umorzenie wszczętego postępowania antymonopolowego.

3. Leszek Nowacki prowadzący działalność gospodarczą pod nazwą „Przyczepy Nowacki” w Białych Błotach

W odpowiedzi na zawiadomienie o wszczęciu postępowania antymonopolowego Przedsiębiorca pismem z dnia 30.06.2009 r. wskazał, że nie zawierał żadnego porozumienia w zakresie ustalania minimalnych cen. Jest on jedynie małym odbiorcą produktów Knott i nie ma wpływu na ceny wielkiego światowego producenta.

Przedsiębiorca oświadczył, iż prowadził rozmowy telefoniczne z Knott, informując producenta o pojawieniu się na rynku prawdopodobnie kradzionych części Knott, nie wiadomo

w kraju czy za granicą. Knott zapewnił o próbach i wzmożonej obserwacji, mającej na celu określenie skąd pochodzą tanie towary

Przedsiębiorca podkreślił, iż stawiane zarzuty nie są dla niego zrozumiałe, ponieważ: „z kim mam rozmawiać na temat cen, jeśli nie z dostawcami, skoro w Internecie części sprzedawane są taniej, niż moja cena zakupu po kilkunastu latach współpracy?”

4. Zbigniew Eljasiewicz prowadzący działalność gospodarczą pod nazwą „W.P.H.U.M. Zbigniew Eljasiewicz” w Białymstoku

W odpowiedzi na zawiadomienie o wszczęciu postępowania antymonopolowego Przedsiębiorca w piśmie z dnia 06.07.2009 r. wskazał, iż w związku z pojawieniem się na rynku produktów Knott po cenach znacząco niższych od oficjalnych cen detalicznych:

a) prowadzone były rozmowy z Knott na przełomie 2007 i 2008 r. Przedsiębiorca zgłaszał przypadki, gdy klient rezygnował z zakupu ponieważ oświadczał, iż może taniej nabyć towar w internecie, a cena ta była niższa od ceny, po której dokonywane były zakupu u Knott. Knott oświadczył, iż podejmie starania, aby zaistniała sytuację wyjaśnić i zapobiec jej powtarzaniu,

b) na przełomie stycznia i lutego 2008 r. w rozmowie z Panem Andruchowyczem omówiono ww. sytuację i ustalono, iż należy stanowczo zażądać od Knott wyjaśnienia zaistniałej sytuacji, gdyż mogło to oznaczać, iż sklep internetowy kupował produkty Knott po cenach niższych niż dystrybutorzy.

Przedsiębiorca nie przyznał się do naruszenia przepisów prawa antymonopolowego, ale celem przyspieszenia postępowania wniósł o wydanie decyzji zobowiązującej w trybie art. 12 u.o.k.k.

5. Kazimierz Pierzgalski prowadzący działalność gospodarczą pod nazwą „Zakład Produkcyjno-Handlowo-Serwisowy Przyczep” w Częstochowie

W odpowiedzi na zawiadomienie o wszczęciu postępowania antymonopolowego Przedsiębiorca pismem z dnia 03.07.2009 r. wyjaśnił, że stawiany mu zarzut uznaje za bezpodstawny. W dniu 6 lutego 2008 r. Przedsiębiorca otrzymał pismo od PAMER Sp.j. w Krakowie w sprawie sprzedaży produktów Knott po bardzo niskich cenach. Przedsiębiorca również otrzymywał sygnały od klientów, że na portalu Allegro można kupić produkty Knott po znacznie niższych cenach. W odpowiedzi na sygnały z rynku Przedsiębiorca nie podjął żadnych kroków, by przeciwdziałać tej sytuacji, nie podejmował żadnych rozmów, które zmierzałyby do ustalania minimalnych cen detalicznych na produkty Knott. Prowadzenie takich rozmów było także nieuzasadnione z tego względu, że produkty Knott stanowią mały procent sprzedaży Przedsiębiorcy. W styczniu 2009 r. Przedsiębiorca otrzymał cennik sugerowanych cen detalicznych, prawdopodobnie cennik ten otrzymały wszystkie firmy współpracujące z producentem. Przedsiębiorca podkreślił, iż nie prowadzono żadnych rozmów i niczego nie ustalono w sprawie zapobieżenia pojawianiu się na rynku towarów w zaniżonych cenach. Jedynym działaniem było pismo otrzymane z PAMER Sp. j. w Krakowie. Nie spowodowało to jednak żadnej reakcji ze strony przedsiębiorcy, ani nie podjęto dyskusji w tej sprawie.

6. „P.P.H. PAMER E.R. Andruchowycz” Sp.j. w Wielkich Drogach

W odpowiedzi na zawiadomienie o wszczęciu postępowania antymonopolowego przedsiębiorca pismem z dnia 06.07.2009 r. oświadczył, iż nie zawierał z nikim porozumienia ograniczającego konkurencję polegającego na ustalaniu minimalnych cen odsprzedaży. Spółka stosuje ceny rynkowe, dostosowane do potrzeb danego klienta.

Na początku 2008 r. pojawiły się w serwisie Allegro oferty sprzedaży produktów Knott po cenach, po których Spółka kupowała towar u producenta celem dalszej odsprzedaży. Spółka postanowiła zebrać informacje telefoniczne od innych partnerów Knott, czy znają oni warunki zakupu po „extra cenach hurtowych”, niższych od dotychczas oferowanych, które umożliwiłyby konkurowanie ze sprzedawcami na Allegro. Okazało się, że Knott nie informował swoich partnerów handlowych o możliwości, z której korzystał nowy sprzedawca. Sporządzone pismo było apelem o uporządkowanie cen hurtowych. Na pismo Spółka nie otrzymała żadnej odpowiedzi. Sytuacja na rynku się nie zmieniła, jednakże nie podejmowano żadnych nowych kroków w sprawie cen, ponieważ sprawa była uważana za zamkniętą.

7. Marek Reterski prowadzący działalność gospodarczą pod nazwą „Firma Cover” w Łodzi

W odpowiedzi na zawiadomienie o wszczęciu postępowania antymonopolowego Przedsiębiorca pismem z dnia 03.07.2009 r. wyjaśnił, iż nie zgadza się z postawionym zarzutem, ponieważ nie inicjował, ani nie podejmował żadnych rozmów, które zmierzałyby do ustalenia oficjalnych cen minimalnych na produkty Knott. W dniu 08.02.2008 r. przedsiębiorca otrzymał z Pamer Sp.j. w Krakowie pismo dotyczące sprzedaży produktów Knott po bardzo niskich cenach, jednakże nie podejmował na ten temat żadnej dyskusji, ani nie udzielał pisemnej odpowiedzi celem ustabilizowania cen produktów Knott, nie podpisywał też żadnych dokumentów, czy też porozumień.

Faktem jest, że w styczniu 2009 r. Przedsiębiorca otrzymał od Knott cennik rozesłany do wszystkich przedsiębiorców w Polsce, ale był to jedynie wykaz cen proponowanych – sugerowanych, a nie bezwzględnie wiążących dla dystrybutorów Knott. Przedsiębiorca nie był związany sugerowaną ceną, a niestosowanie się do cennika nie było związane z żadną sankcją, czy też kontrolą ze strony producenta.

Sprzedaż produktów Knott stanowi jedynie 8% ogólnej sprzedaży przedsiębiorcy, dlatego nie był on bezpośrednio zainteresowany stabilizacją cen tych produktów. Przesłanie przez producenta cennika nie spowodowało osiągnięcia wyższych przychodów przez dystrybutora. Przedsiębiorcy sprzedający produkty Knott mają siedziby na terenie całej Polski, dlatego ceny stosowane przez przedsiębiorców w odległych zakątkach kraju nie mają znaczenia na kształtowanie cen w innym regionie.

8. Marek Nowicki prowadzący działalność gospodarczą pod nazwą „P.H.U. Transmark Centrum Sprzedaży i Obsługi Przyczep” w Ożarowie Mazowieckim

W odpowiedzi na zawiadomienie o wszczęciu postępowania antymonopolowego, Przedsiębiorca pismem z dnia 01.07.2009 r. wyjaśnił, iż od stycznia 2008 r. zaobserwował pojawienie się na serwisie Allegro produktów Knott po cenach znacząco niższych od oficjalnych cen detalicznych (z cen tych wynikało, iż produkty te sprzedawane są z minimalną marżą). Sytuacja ta została zaobserwowana przez pozostałych przedsiębiorców zajmujących się sprzedażą przyczep i części zamiennych.

Rozmowy, które były prowadzone między dystrybutorami były związane z ustaleniem, czy są to produkty oryginalne, a jeżeli tak, to dlaczego ceny zakupu wskazanych części zamienny różnią się od cen, po jakich dokonujemy zakupu u producentów. O treści pisma Pamer Sp.j. Przedsiębiorca dowiedział się z faksu, który otrzymał 11.02.2008 r. Tezy zawarte w tym piśmie nie były z Przedsiębiorcą uzgadniane i jedynie przypuszcza on, iż odpowiedzią na to pismo był e-mail Knott sugerujący ustalenie poziomu cen minimalnych dla klienta ostatecznego. Żadnych wiążących ustaleń pomiędzy dystrybutorami nie było, a prowadzone przez nich rozmowy nie miały na celu ograniczenia konkurencji.

Ceny minimalne nie były stosowane w praktyce, ponieważ w zależności od wysokości dokonywanych zakupów stosowane są różne rabaty np. wobec wypożyczalni przyczep. Knott nigdy nie dokonywał wglądu do faktur Przedsiębiorcy, a zapis był martwy i w praktyce niestosowany. Konstatując Przedsiębiorca podkreślił, iż celem jego działania nie było naruszenie zasad konkurencji, lecz ustalenie, czy produkty sprzedawane przez Knott były sprzedawane uczestnikom rynku handlującym na portalu Allegro po cenach znacznie niższych niż te, po jakich zaopatrywali się autoryzowani przedstawiciele handlowi.

9. Jan Cynka prowadzący działalność gospodarczą pod nazwą „Service Przyczep” w Plewiskach,

W odpowiedzi na zawiadomienie o wszczęciu postępowania antymonopolowego, Przedsiębiorca pismem z dnia 01.07.2009 r. wyjaśnił, że inicjatorem i pomysłodawcą ujednolicenia cen wyrobów firmy Knott był Pamer Sp.j. w Krakowie, który zwrócił dystrybutorom uwagę na masowo pojawiające się produkty Knott na portalach aukcyjnych po bardzo niskich cenach. Wykaz cen minimalnych sporządzony przez Knott na początku 2009 r. i wysłany pocztą elektroniczną, według twierdzeń Przedsiębiorcy, nigdy do niego nie dotarł, dlatego nie był wykorzystywany przy dalszej odsprzedaży części.

10. Urszula Prościak prowadząca działalność gospodarczą pod nazwą „Boufen” w Szczecinie

W odpowiedzi na zawiadomienie o wszczęciu postępowania antymonopolowego Przedsiębiorca pismem z dnia 02.07.2009 r. wyjaśnił, że nie uczestniczył w żadnym porozumieniu dotyczącym ustalania minimalnych cen odsprzedaży. Zakupy od dostawców dokonywane są po cenach hurtowych, natomiast sprzedaż odbywa się po sugerowanych cenach detalicznych, z udzielaniem w przypadku pewnych klientów dodatkowych rabatów. Przedsiębiorca zauważył, że na portalu internetowym Allegro dokonywana jest sprzedaż produktów Knott po znacznie niższych cenach. Na pogrzebie jednego z dystrybutorów, niejako przy okazji, odbyły się rozmowy dystrybutorów przyczep, w tym narzekania na sytuację rynkową oraz konkurencję internetową. Przedsiębiorca nie pamięta, czy czytał e-maila od Knott, ale nie miała ona żadnego znaczenia, ponieważ dystrybutor przestrzega cennika detalicznego i czasem udziela indywidualnego rabatu. Przedsiębiorca oświadczył, iż nie ma żadnej wiedzy odnośnie prób zawarcia porozumienia celem uregulowania cen produktów Knott.

11. Ilona i Krzysztof Nachtman prowadzący działalność gospodarczą pod nazwą „A.S.O. Ilona i Krzysztof Nachtman” we Wrocławiu

Przedsiębiorcy Ilona i Krzysztof Nachtman nie odpowiedzieli na zawiadomienie o wszczęciu postępowania antymonopolowego i nie złożyli wyjaśnień w sprawie.

I. Prezes Urzędu ustalił następujący stan faktyczny:

Knott jest producentem następujących grup towarów:

- osie i hamulce przemysłowe

Osie z hamulcem lub bez hamulca są montowane do podwozi przyczep. Pełnią one funkcję transportową, umożliwiając łatwe, wygodne i bezpieczne ciągnięcie całej przyczepy za pojazdem. Mogą być montowane w układzie pojedynczym i w układzie podwójnym. W

przyczepach o wadze do 750 kg montowane są osie niehamowane, w przyczepach o wadze między 750 kg a 3500 kg osie hamowane z hamulcem mechanicznym, natomiast w przyczepach o wadze ponad 3500 kg osie hamowane z hamulcem pneumatycznym lub hydraulicznym. Oferta Knott obejmuje osie, które mogą być wykorzystywane w przyczepach towarowych, campingowych, podłodziowych, przeznaczonych do przewozu koni, samochodów oraz innych przyczepach specjalistycznych.

Hamulce przemysłowe są stosowane do budowy pojazdów specjalistycznych, ciężkiego sprzętu budowlanego, sprzętu wojskowego, rolniczego oraz autobusów. Są one produkowane jako hamulce bębnowe i tarczowe. Produkowane przez Knott hamulce przemysłowe są stosowane w ciągnikach i maszynach rolniczych, maszynach budowlanych, dźwigach i koparkach, wózkach widłowych, transporterach przemysłowych oraz innych pojazdach specjalistycznych

Konkurentami Knott na rynku produkcji osi i hamulców przemysłowych są m.in.:

- Al-Ko Kober Sp. z o.o. w Przeźmierowie,
- Steelpress Sp. z o.o. w Poznaniu,
- Saf-Holland Polska Sp. z o.o. w Trzciance,
- BPW Polska Sp. z o.o. w Łomiankach,
- Suer Polska Sp. z o.o. w Bonikowie,
- Sorelpol Sp. z o.o. w Warszawie,
- Zakład Mechaniczny Gotter Sp. z o.o. w Baszkowie,
- Fabryka Przyczep Niewiadów Sp. z o.o. w Niewiadowie,

Udział Knott w rynku produkcji osi i hamulców przemysłowych wynosi ok. 40%.

- zaczepy kulowe

Zaczepy kulowe służą do sprzęgu pojazdu z przyczepą i są przykręcane do urządzeń najazdowych. Sprzęgu dokonuje się poprzez zatrzaśnięcie mechanizmu ryglującego zaczep na kuli haka holowniczego zamontowanego na tyle pojazdu. Knott produkuje zaczepy kulowe w dwóch odmianach: zaczepy metalowe i zaczepy żeliwne.

Konkurentami Knott na rynku produkcji zaczepów kulowych są:

- Al-Ko Kober Sp. z o.o. w Przeźmierowie,
- Steelpress Sp. z o.o. w Poznaniu,
- Suer Polska Sp. z o.o. w Bonikowie,
- Hofmeister & Meinke GmbH & Co.KG, Bremen, Niemcy,
- Winterhoff GmbH, Brecherfeld, Niemcy,
- Albe Berndes GmbH, Postfach, Lübbecke, Niemcy

Udział Knott w rynku produkcji zaczepów kulowych wynosi mniej niż 20%.

- urządzenia najazdowe

Urządzenia najazdowe (zwane także hamulcem bezwładnościowym) wykorzystują siłę powstającą pomiędzy pojazdem a przyczepą w wyniku najeżdżania przyczepy na hamujący pojazd. Mechanizm uruchamiający stanowi układ dźwigni i cięgien, przekazujących siłę na szczęki hamulca. Urządzenia te można montować w przyczepach o dopuszczalnej masie całkowitej do 3500 kg.

Konkurentami Knott na rynku produkcji urządzeń najazdowych są m.in.:

- Al-Ko Kober Sp. z o.o. w Przeźmierowie,
- Steelpress Sp. z o.o. w Poznaniu,
- BPW Polska Sp. z o.o. w Łomiankach,
- Suer Polska Sp. z o.o. w Bonikowie,

- Fabryka Przyczep Niewiadów Sp. z o.o. w Niewiadowie,

Udział Knott w rynku produkcji urządzeń najazdowych wynosi mniej niż 20%.

- akcesoria (np. kółka podporowe, dyszle)

Kategoria akcesoria obejmuje następujące towary produkowane przez Knott:

- koła podporowe – montowane do dyszla przyczepy, których zadaniem jest umożliwienie przetaczania przyczepy po rozprzęgnięciu z pojazdem,
- dyszel – stanowi on łącznik z pojazdem umożliwiając bezpieczną jazdę w trakcie manewrowania,
- piastobęben – część składowa osi hamowanej, złożony z osi piasty, hamulca kompletnego, bębna, łożyska, pierścienia Segera, nakrętki łożyskowej oraz kapy osłaniającej,
- piast – część składowa osi niehamowanej, złożona z piasty, łożyska, pierścienia Segera, osłony gumowej łożyska, nakrętki łożyskowej oraz kapy osłaniającej,
- lampy i odblaski – część układu elektrycznego,
- linki hamulcowe – część układu cięgien, służą jako elastyczny łącznik przenoszący siłę hamowania z urządzenia najazdowego na hamulce cierne osi,
- amortyzatory – służą do tłumienia drgań, stosowane do urządzeń najazdowych oraz do osi,
- błotniki – element zabezpieczający przyczepy,
- burty – części skrzyni ładunkowej zabezpieczające towar drobny,
- obejmę – element układu jezdnego przyczepy łączące dyszel z osią oraz element mocujący koło podporowe na dyszlu.

Konkurentami Knott na rynku produkcji ww. akcesoriów są m.in.:

- Al-Ko Kober Sp. z o.o. w Przeźmierowie,
- Steelpress Sp. z o.o. w Poznaniu,
- Saf-Holland Polska Sp. z o.o. w Trzciance,
- BPW Polska Sp. z o.o. w Łomiankach,
- Suer Polska Sp. z o.o. w Bonikowie,
- Sorelpol Sp. z o.o. w Warszawie,
- Fabryka Przyczep Niewiadów Sp. z o.o. w Niewiadowie,

Udział Knott w rynku akcesoriów wynosi ok. 10%.

Knott sprzedaje produkowane przez siebie towary zarówno producentom przyczep, jak i dystrybutorom, którzy mają dalszych odbiorców. Dystrybutorzy mają prawo do sprzedaży i montażu części zamiennych. Spółka nie posiada dystrybutorów, którzy zajmowali by się wyłącznie dystrybucją produktów Knott. Wszyscy dystrybutorzy mają w swojej ofercie także towary innych, konkurencyjnych wobec Knott producentów. Część dystrybutorów, w tym dystrybutorzy objęci niniejszym postępowaniem należy do grupy autoryzowanych przedsiębiorców serwisowych (tzw. ASO Knott Service), którzy m.in. są wymienieni na stronie internetowej Knott oraz mają dostęp do specjalnych promocji na określone produkty Knott.

Knott podpisał pisemne roczne umowy o współpracy z dystrybutorami w roku 2005. Wszystkie umowy o współpracy wygasły i obecnie Knott nie posiada pisemnych umów z dystrybutorami, a współpraca odbywa się na ogólnych zasadach handlowych (zamówienie telefoniczne lub przesłane faksem oraz wystawienie faktury sprzedaży).

Pan Artur Grajewski – Dyrektor Handlowy Knott w toku kontroli wyjaśnił co następuje:

„Doszło do dziwnej sytuacji. Na portalu Allegro sprzedawane były produkty za np. 2500 zł i wynikało z tego, że ktoś chce na tym zarobić 5 zł. Trafia tam towar niewiadomego pochodzenia.(...) Problemem był wypływ części w kilku fabrykach od producentów i towary te pojawiały się na rynku. Sytuację tę poprawiono, a kanał jest uszczelniany. Pismo do dystrybutorów zostało wysłane po wielu rozmowach z dystrybutorami. Nie śledziliśmy tego procederu na początku, potem zrobił się hałas. Dystrybutorzy wysłali pismo byśmy się dogadali. Wszyscy dystrybutorzy wypowiedzieli się pozytywnie, że to zrobiliśmy. Nie ma od nich pism w tej sprawie, bo klienci nie lubią pisać. Wszyscy się zgodzili. Pan Roman Andruchowycz był najbardziej aktywny, to on wystosował do nas pismo.”

„Każdy dystrybutor ma np. małych producentów przyczep lub wypożyczalnie – to są właśnie ich klienci kluczowi. Wykaz cen minimalnych jest taki sam jak cennik z kwietnia 2008 r. Nie kontrolujemy tego, czy dystrybutorzy przestrzegają cennika, jedyną możliwością kontroli byłyby telefony, kontrole. Dystrybutorzy nie informują nas o stosowanych cenach.(...)Znalezienie się na liście dystrybutorów jest atrakcyjne, bo zapewnia im stałą dostępność do promocji, ta grupa ma części serwisowe w lepszych cenach np. szczęki, haki, samo znalezienie się na naszej stronie internetowej jest istotne. Nie mamy jakichś szczególnych wymagań w stosunku do podmiotów, które chcą być naszymi dystrybutorami, wystarczy regularne płacenie rachunków, brak części kradzionych. Lista jest stała. (...) Jest to lista od 2005 r. mniej więcej stała.”

W dniu 08.02.2008 r. Pan Roman Andruchowycz z Pamer Sp.j. w Krakowie wysłał do Knott faks dotyczący polityki cenowej Knott. Faks ten zawierał następujące stwierdzenia i postulaty:

„Od kilkunastu miesięcy (akcesoria Knott) i od kilku miesięcy (akcesoria AL-KO) na stronach portali aukcyjnych są oferowane przez firmę z Krakowa i Bielskiej Białej w cenach ok. 25% niższych od oficjalnych cen detalicznych opracowanych przez AL-KO i Knott dla dotychczas istniejącej sieci autoryzowanych serwisów i sprzedawców. W sposób oczywisty wzrost sprzedaży w/w firm odbywa się kosztem spadku sprzedaży pozostałych oficjalnych sprzedawców. Jest to poniekąd zgodne z regułami wolnej konkurencji (tzn. każdy może wyłożyć większe pieniądze w gotówce, kupić taniej i sprzedawać za dowolną cenę). Ale nie do końca.”

„Zasady zakupu po „extra cenach” powinny być prezentowane na spotkaniach dealerów oraz w oficjalnych komunikatach, tak by każdy mógł z nich skorzystać, lub brać pod uwagę możliwość pojawienia się konkurencyjnych cen.”

„Każdy może sprzedawać swoje towary po dowolnej cenie. Można stosować dowolne upusty oraz preferencje dla swoich klientów, można to robić w swoim sklepie. Jeżeli natomiast istnieje sieć sprzedawców oraz oficjalny cennik – to obowiązkiem producenta bądź importera jest nadzór nad przestrzeganiem cen swoich produktów oferowanych w ogólnopolskich portalach aukcyjnych i wyciągnięcie konsekwencji za „psucie cen i rynku”.”

„Zastanawia więc brak reakcji firm AL-KO i Knott na klasyczne „psucie rynku” jakim jest ogólnopolska sprzedaż m.in. w sieci Allegro ich wyrobów po cenach stawiających pod znakiem zapytania sens istnienia oficjalnych cenników. Ciekawe jak działa sklep internetowy Knotta, który oferuje ceny oficjalne?”

„Aktualne rozchwianie rynku w naszej branży oraz odejście od deklarowanych zasad sprzedaży przynosi wszystkim wymierne straty co skłania nas do wystąpienia z apelem, by obydwie firmy tzn. AL-KO i Knott, wspólnie zmieniły tę sytuację i zawarły porozumienie stabilizujące ceny.

W/w tezy powstały w wyniku dyskusji pomiędzy zainteresowanymi firmami oraz prezentują poglądy niżej wymienionych partnerów handlowych AL-KO i Knott:” W tym miejscu pismo wymienia dystrybutorów Knott objętych niniejszym postępowaniem.

Plan marketingowy Knott na rok 2009 zawiera następującą pozycję:

„Projekt specjalny – Ceny minimalne – termin 20.01.2009 – Wykaz cen minimalnych dla naszych dealerów i osób sprzedających na Allegro”

W dniu 16.01.2009 r. został rozesłany do dystrybutorów e-mail zatytułowany „Cennik cen minimalnych”. E-mail ten zawierał załączniki w postaci poszczególnych cenników na produkty Knott oraz pismo przewodnie do cen minimalnych. Pismo to zawierało następującą treść:

„Szanowni Państwo!

Po przeanalizowaniu sytuacji na rynku części i akcesoriów do budowy przyczep postanowiliśmy podjąć następujące kroki:

- Ustalić poziom cen minimalnych (sugerowanych) dla klienta ostatecznego.
- Sporządzić wykaz cen minimalnych i przedstawić go naszym partnerom, a zwłaszcza firmom działającym w sieci ASO Knott Sernice.
- Poinformować naszych partnerów o polityce Knott Sp. z o.o. związanej ze sprzedażą osi i urządzeń najazdowych do przyczep w portalach internetowych typu Allegro.
- Przeprowadzić rozmowy z naszymi klientami o utrzymywaniu racjonalnego poziomu cen detalicznych.
- Przekonać firmy, które posiadają duże zapasy magazynowe naszych części do zabezpieczenia magazynów i do podjęcia kroków w celu wyeliminowania kradzieży towaru.
- Traktować wszystkie oferty poniżej wykazu cen minimalnych jako towaru wątpliwego pochodzenia i wyjaśnianie tychże ofert z osobami je oferującymi.

Mamy świadomość tego, że wykonanie tych założeń nie będzie łatwe, ale doszło do sytuacji, w jakiej klient detaliczny (ostateczny) może dokonać zakupu naszych wyrobów po cenach nie znajdujących żadnego racjonalnego uzasadnienia.

Z góry dziękuję za zrozumienie

Z poważaniem

Artur Grajewski

Dyrektor Handlowy – Knott Sp. z o.o.”

Załączone do ww. pisma przewodniego cenniki noszą tytułu: „Cennik 2009.1/wykaz cen minimalnych” i obejmują poszczególne towary produkowane przez Knott oraz następujące pozycje:

- cena netto detaliczna,
- sugerowana cena minimalna detaliczna,
- cena minimalna dla klientów kluczowych.

W dniu 05.02.2009 r. Knott przesłał do swoich dystrybutorów e-maila zatytułowanego „ceny minimalne ciąg dalszy” i zawierającego załączniki z sugerowanymi cenami.

Z korespondencji e-mailowej pomiędzy pracownikami Knott z dnia 26.01.2009 r. wynika, iż jeden z dystrybutorów żalił się, że pomimo pisma o cenach minimalnych znowu wystawiono towar na Allegro po bardzo niskiej cenie.

Pismem z dnia 10.03.2009 r. Grzegorz Bylica złożył zamówienie na produkty Knott. Pismo to zawiera także następujące stwierdzenie:

„Proszę pomyśleć o cenach osi i innych waszych wyrobów stają się nieprzewidywalne, jesteśmy waszym Dealerem płacimy gotówką i współpracujemy od kilkunastu lat a na allegro itp. możemy kupić taniej Wasze wyroby niż u Was. Zastanawiam się nad sensem dalszej współpracy, tracimy wiarygodność u swoich klientów.”

Dystrybutorzy objęci niniejszym postępowaniem przesłali wszystkie faktury wystawione na towary Knott w okresie od dnia 20 stycznia do dnia 28 lutego 2009 r., zatem w okresie bezpośrednio po wysłaniu przez Knott propozycji ustalenia cen minimalnych oraz przykładowe faktury wystawione w pozostałym okresie. Z porównania stosowanych w fakturach cen z cenami minimalnymi wynika, że dystrybutorzy zasadniczo przestrzegają cennika detalicznego, a pewne odstępstwa od cennika detalicznego można zakwalifikować jako ceny minimalne dla tzw. klientów kluczowych. Niezależnie od powyższego wyjątkowo zdarzają się jednak sytuacje, w których dystrybutorzy stosują ceny nieznacznie niższe od cen minimalnych zaproponowanych przez Knott (niższe ceny od minimalnych cen dla klientów kluczowych stosował wyjątkowo Grzegorz Bylica, Leszek Nowacki, Pamer Sp.j., Marek Nowicki, Ilona i Krzysztof Nachtman).

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

1. Określenie zarzutu

Stronom niniejszego postępowania antymonopolowego został postawiony zarzut stosowania praktyki ograniczającej konkurencję, o której mowa w art. 6 ust. 1 pkt 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, polegającej na ustalaniu minimalnych cen odsprzedaży osi i urządzeń najazdowych oraz innych produktów będących przedmiotem oferty Knott Sp. z o.o. w Zdziechowicach.

2. Interes publicznoprawny

Zgodnie z opisanym w art. 1 ust. 1 celem ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów, „ustawa określa warunki rozwoju i ochrony konkurencji oraz zasady podejmowanej w interesie publicznym ochrony interesów przedsiębiorców i konsumentów”. Tak określony cel ustawy pozwala przyjąć, iż ma ona charakter publiczny i służy ochronie interesu ogólnospolecznego. Powyższe przesądza o wyłączeniu możliwości podejmowania przez organ antymonopolowy działań w celu ochrony interesów indywidualnych. Taką interpretację potwierdza orzecznictwo Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów (dawniej Sądu Antymonopolowego).

Zgodnie z orzecznictwem Sądu Antymonopolowego: “interes publiczny w postępowaniu administracyjnym nie jest pojęciem jednolitym i stałym. W każdej sprawie winien być on ustalony i konkretyzowany. Organ administracji - Prezes Urzędu winien być w toku i przy wydawaniu decyzji rzecznikiem tego interesu, albowiem wynika to z jego zadań w strukturze administracji

publicznej - art. 7 k.p.a.”¹ Podobnie Sąd Najwyższy stwierdził, iż “ustawa antymonopolowa ma charakter publicznoprawny, zatem jej celem jest słuzenie interesom publicznym. Ingeruje, gdy w wyniku pewnych ogólnych zjawisk zagrożona jest sama instytucja konkurencji. Nie odnosi się do ochrony roszczeń indywidualnych.”²

Ochrona wolnej konkurencji dokonuje się w interesie publicznym, a nie w interesie stron umowy. Odmienne niż to ma miejsce w postępowaniu cywilnym ukierunkowanym na ochronę praw podmiotowych stron, postępowanie w trybie przewidzianym w ustawie o ochronie konkurencji i konsumentów za swój przedmiot ochronę interesu publicznego, co ma miejsce wtedy, gdy skutkami działań sprzecznych z ustawą dotknięty jest szerszy krąg uczestników rynku, bądź gdy wywołują one inne niekorzystne zjawiska na rynku wymagające ingerencji ze strony organów działających w trybie tej ustawy.

Niniejsze postępowanie dotyczy zawarcia przez Knott i wskazanych dystrybutorów porozumienia dotyczącego ustalenia minimalnych cen odsprzedaży produktów Knott. Praktyka tego rodzaju ogranicza wewnątrzmarkową konkurencję cenową, natomiast w interesie publicznym leży istnienie i rozwój konkurencji na wszystkich rynkach właściwych. Działania ograniczające powstanie lub rozwój konkurencji naruszają interes publiczny.³

Zgodnie z orzecznictwem Sądu Najwyższego, porozumienie cenowe należy do najcięższych naruszeń konkurencji, albowiem zawsze wywołuje niekorzystne działania na rynku, zniekształcając ten rynek, ograniczając albo eliminując na nim konkurencję, przez co naruszają interes ogólnospoleczny.⁴ Pionowe porozumienia cenowe należą do kategorii porozumień ograniczających konkurencję wewnątrzmarkową. Minimalne lub sztywne ceny odsprzedaży wykluczają lub utrudniają pojawienie się nowych, tańszych form dystrybucji, co uniemożliwia lub utrudnia rozwój nowych form konkurencji.

Działania stron niniejszego postępowania uderzają w odbiorców ostatecznych – konsumentów. W uzasadnieniu wyżej cytowanego wyroku Sąd Najwyższy stwierdził, iż: „w rozpoznawanej sprawie, przy dokonywaniu oceny czy doszło do naruszenia lub zagrożenia zasady wolnej konkurencji na rynku relevantnym, nie można poprzestać na zbadaniu sytuacji ewentualnego pokrzywdzenia bezpośrednich kontrahentów przedsiębiorcy dominującego na tym rynku. Potrzebne jest tu spojrzenie szersze, uwzględniające także to, w jaki sposób działania przedsiębiorstwa odbijają się na interesach członków spółdzielni (konsumentach), a nie tylko jej samej, jako bezpośredniego kontrahenta przedsiębiorstwa. Ten szerszy kontekst naruszenia interesów także członków spółdzielni, dotkniętych pośrednio działaniem powoda może uzasadniać wniosek, że (...) działania powoda naruszają interes o charakterze ogólniejszym – publicznoprawnym, a nie jak przyjął Sąd Antymonopolowy, odnoszą się najwyżej do interesu grupy konsumentkiej.”

W ocenie Prezesa Urzędu nie budzi wątpliwości stwierdzenie, iż skutki praktyki ograniczającej konkurencję polegającej na ustalaniu minimalnych cen odsprzedaży dotyczą także konsumentów jako nabywców finalnych. Ustalanie przez przedsiębiorców minimalnych cen odsprzedaży niesie za sobą w konsekwencji pozbawienie odbiorców końcowych możliwości nabycia towarów po cenach niższych niż wynikające z porozumienia, a które mogłyby być stosowane w przypadku działania naturalnych mechanizmów rynkowych.

W związku z powyższym w niniejszej sprawie w ocenie Prezesa Urzędu istnieją podstawy do podjęcia przez Prezesa Urzędu działań w interesie publicznym.

¹ wyrok Sądu Antymonopolowego z dnia 04.07.2001 r. sygn. akt XVII Ama 108/00

² wyrok Sądu Najwyższego z dnia 29.05.2001 r. sygn. akt I CKN 1217/98

³ wyrok Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów z dnia 21.03.2005 r. , sygn. akt XVII Ama 16/04,

⁴ wyrok Sądu Najwyższego z dnia 24 lipca 2003 r. (sygn. akt: I CKN 469/01)

3. Rynek właściwy

Praktyki ograniczające konkurencję ujawniają się na określonym rynku - rynku właściwym. Ustawa o ochronie konkurencji i konsumentów definiuje rynek właściwy jako 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 (art. 4 pkt 9 ww. ustawy).

Przez towary należy rozumieć zarówno rzeczy, jak i energię, papiery wartościowe i inne prawa majątkowe, usługi, a także roboty budowlane (art. 4 pkt 7 ww. ustawy). Pojęcie rynku właściwego odnosi się przedmiotowo do wszystkich wyrobów (usług) jednego rodzaju, które ze względu na swoje szczególne właściwości odróżniają się od innych wyrobów (usług) w taki sposób, że nie istnieje możliwość dowolnej ich zamiany. Rynek właściwy produktowo obejmuje wszystkie towary, które służą zaspokajaniu tych samych potrzeb nabywców, mają zbliżone właściwości, podobne ceny i reprezentują podobny poziom jakości. Niezbędnym elementem rynku właściwego jest także jego wymiar geograficzny, oznaczający konieczność wskazania obszaru, na którym warunki konkurencji, mające zastosowanie do określonych towarów, są jednakowe dla wszystkich konkurentów. Zatem, aby wyznaczyć rynek właściwy określoną działalność poddaje się analizie z punktu widzenia produktowego (asortymentowego) a także geograficznego.

Przedmiotem zarzutów w niniejszej sprawie jest zawarcie porozumienia ograniczającego konkurencję polegającego na ustalaniu w umowach handlowych minimalnych cen odsprzedaży produktów Knott.

Knott w swojej ofercie posiada różnego rodzaju akcesoria do przyczep, w tym w szczególności: osie, hamulce, zaczepty kulowe, urządzenia najazdowe oraz inne akcesoria.

Pomimo tego, iż rynek właściwy definiowany jest zwykle przez organy ochrony konkurencji i konsumentów dosyć wąsko, tak aby został zidentyfikowany poziom konkurencji na rynku, to jednakże w niniejszej sprawie przyjęto, iż rynek hurtowej sprzedaży akcesoriów do przyczep uznać za jeden rynek produktowy. W ocenie Prezesa Urzędu, dalsza segmentacja tego rynku, przykładowo, na rynek osi, hamulców, zaczeptów kulowych, czy urządzeń najazdowych, pomimo ograniczonej substytutywności pomiędzy tymi produktami, w rozpatrywanej sprawie nie jest uzasadniona. Dotyczy to także pozostałych akcesoriów takich jak np. linki hamulcowe, amortyzatory, podkładki, suwadła. Za takim określeniem rynku produktowego przemawiają takie czynniki jak m.in. podobny proces wytwarzania, podobny marketing, te same kanały dystrybucji. Ponadto zwrócić należy uwagę, iż Knott przedstawiając ofertę zawarcia porozumienia ograniczającego konkurencję przesłał swoim dystrybutorom cennik zawierający ceny minimalne określone na wszystkie produkowane przez siebie wyroby, czyli zarówno osie, hamulce, zaczepty kulowe, urządzenia najazdowe, jak i na pozostałe akcesoria do przyczep. Oznacza to, iż zawarte porozumienie dotyczyło wszystkich produkowanych przez Knott akcesoriów do przyczep, nabywanych przez jego kontrahentów w zależności od konkretnego w danej chwili zapotrzebowania, co uzasadnia w ocenie Prezesa Urzędu traktowanie hurtowej sprzedaży tych towarów jako jeden rynek produktowy.

Za szerokim ujmowaniem rynku w niniejszej sprawie przemawia ponadto analiza orzecznictwa Komisji Europejskiej, wskazującego na konieczność uwzględnienia szczebla obrotu, którego dotyczy zarzucany czyn, co uzasadnia niekiedy szersze spojrzenie na badane rynki. W decyzjach Komisji za produktowy rynek właściwy została uznana dystrybucja pewnej grupy

towarów, bez węższej segmentacji uwzględniającej poszczególne towary, stanowiące przedmiot obrotu⁵.

Również orzecznictwo Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów przy określaniu rynku nakazuje m.in., obok towaru na nim oferowanego, wziąć pod uwagę szczebel obrotu towarowego (zbyt, hurt, detal)⁶. Prezes Urzędu we wcześniejszych decyzjach uznawał, iż rynek właściwy ze względu na szczebel obrotu, którego dotyczyła zarzucana przedsiębiorcy praktyka winien być określony jako rynek dystrybucji kotłów grzewczych, mimo że z punktu widzenia finalnego odbiorcy rynek ten mógłby podlegać dalszej segmentacji⁷. Sąd Ochrony Konkurencji i Konsumentów rozpatrując odwołanie od tej decyzji, podtrzymał ustalenia Prezesa Urzędu co do właściwego rynku produktowego w tej sprawie. Wskazał 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 konkurencji⁸.

Ustalenie minimalnych ceny odsprzedaży odbyło się na szczeblu hurtowym – pomiędzy producentem – Knott, a jego dystrybutorami, z których każdy w hurcie nabywa towary celem ich dalszej odsprzedaży.

Biorąc pod uwagę, iż odbiorcy hurtowi produktów Knott pochodzą z całej Polski, nie występują istotne różnice warunków konkurencji na różnych obszarach kraju, a właściwości produktu nie ograniczają możliwości transportu, rynek właściwy w ujęciu geograficznym zdefiniowano jako rynek krajowy.

Za przyjęciem, iż rynek krajowy jest rynkiem właściwym w ujęciu geograficznym przemawiają dodatkowo m.in. następujące argumenty:

- rozbudowana sieć sprzedaży przez Knott na terenie całego kraju,
- prowadzenie jednolitej polityki cenowej oraz akcji reklamowych właściwych dla rynku krajowego,
- dystrybutorzy również obsługują rynki lokalne nie będące tylko i wyłącznie ich rynkami wynikającymi z lokalizacji punktu sprzedaży lub siedziby, jest to możliwe poprzez prowadzenie sieci podhurtu oraz poprzez udział w różnych przetargach bądź inwestycjach zlokalizowanych z dala od punktu sprzedaży,
- nieistotność kosztów transportu na terenie kraju, o czym świadczy prowadzenie sprzedaży detalicznej przez Knott za pośrednictwem strony internetowej oraz występującą sprzedaż wysyłkową prowadzoną przez dystrybutorów,
- fakt, iż porozumienie w niniejszej sprawie zostało zawarte na skutek pojawienia się ofert na portalu Allegro, które skłoniły dystrybutorów z całego kraju do zawarcia porozumienia.

W związku z powyższym w niniejszym postępowaniu Prezes Urzędu uznał, że porozumienie zawarto na **krajowym rynku hurtowej sprzedaży akcesoriów do przyczep**.

Zgodnie z polskimi i wspólnotowymi przepisami dotyczącymi porozumień ograniczających konkurencję, porozumienia w zakresie ustalania cen są traktowane bardzo

⁵ S.Gronowski, *Ustawa Antymonopolowa Komentarz*, Wydawnictwo C.H. Beck, Warszawa 1999 r., decyzja nr IV/M.009 *Fiat Geotech/Ford New Holland*, decyzja nr IV/M.256 *Linde/Fiat*.

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

⁷ Decyzja Prezesa UOKiK z dnia 2 września 2004 r. nr RPZ 21/2004.

⁸ Wyrok Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów z dnia 23 marca 2006 r., sygn. akt XVII AmA 130/04

restrykcyjnie i są niedozwolone **niezależnie od wielkości udziału w rynku** przedsiębiorców uczestniczących w porozumieniu.

Zgodnie z art. 7 ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, zakazu zawierania porozumień ograniczających konkurencję nie stosuje się gdy między:

- a) konkurentami, których łączny udział w rynku w roku kalendarzowym poprzedzającym zawarcie porozumienia nie przekracza 5%;
- b) przedsiębiorcami, którzy nie są konkurentami, jeżeli udział w rynku posiadany przez któregośkolwiek z nich w roku kalendarzowym poprzedzającym zawarcie porozumienia nie przekracza 10%

W niniejszej sprawie nie było konieczne dokładne określenie posiadanych przez strony postępowania udziałów w rynku, ponieważ zgodnie z art. 7 ust. 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów ww. wyłączeń spod zakazu zawierania porozumień ograniczających konkurencję nie stosuje się m.in. w przypadku, gdy porozumienia polega na ustalaniu bezpośrednio lub pośrednio, cen i innych warunków zakupu lub sprzedaży towarów.

Porozumienia cenowe, tak jak porozumienie będące przedmiotem niniejszego postępowania nie podlegają także wyłączeniu na podstawie rozporządzenia Rady Ministrów z dnia 19 listopada 2007 r. w sprawie wyłączeń niektórych rodzajów porozumień wertykalnych spod zakazu porozumień ograniczających konkurencję (Dz. U. z 2007 r., Nr 230, poz. 1691). Zgodnie z § 7 pkt 1 ww. rozporządzenia, określonych w nim wyłączeń 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 ograniczenie prawa nabywcy do ustalania ceny sprzedaży przez narzucenie przez dostawcę minimalnych lub o określonej wysokości (sztywnych) cen sprzedaży towarów objętych porozumieniem.

Podobne rozwiązanie obowiązuje również na gruncie prawa wspólnotowego, zgodnie z którym nie stosuje się wyłączenia porozumienia wertykalnego spod generalnego zakazu porozumień antykonkurencyjnych, jeżeli ma ono na celu ograniczenie uprawnienia kupującego do ustalania jego cen sprzedaży.⁹

W związku z faktem, iż porozumienie cenowe jest zakazane bez względu na udział w rynku poszczególnych stron porozumienia nawet ewentualne uchybienia w zakresie określenia rynku i błędne przyjęcie udziału rynkowego nie mają znaczenia dla treści rozstrzygnięcia.¹⁰

Treść obowiązujących przepisów, zgodnie z którymi porozumienia cenowe nigdy nie podlegają wyłączeniu spod zakazu ich zawierania, a także jednolite stanowisko doktryny i judykatury wskazuje jednoznacznie, iż porozumienia cenowe należą do najcięższych naruszeń prawa konkurencji.

Cena jest elementem, który najbardziej oddziałuje na stosunki konkurencyjne pomiędzy przedsiębiorcami a jednocześnie wpływa na wybór ofert przez konsumentów¹¹. Komisja Europejska jednoznacznie stwierdziła, iż sam fakt istnienia w danym dokumencie klauzuli ograniczającej bezpośrednio lub pośrednio swobodę dystrybutora do ustalania cen odsprzedaży może stanowić naruszenie konkurencji¹².

⁹ art. 4 rozporządzenia Komisji Europejskiej z dnia 22 grudnia 1999 r. nr 2790/1999 w sprawie stosowania art. 81 ust. 3 Traktatu do kategorii porozumień wertykalnych i praktyk uzgodnionych Dz.Urz.L.336/21 z 29.12.1999 r.

¹⁰ wyrok Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów z dnia 14 lutego 2007 r. sygn. akt XVII Ama 98/06; wyrok Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów z dnia 29 maja 2008 r. sygn. akt XVII Ama 53/07

¹¹ E. Modzelewska – Wąchal, Ustawa o ochronie konkurencji i konsumentów. Komentarz. Wydawnictwo Twigger, Warszawa 2002 r.

¹² Decyzja w sprawie *Yamaha* (COMP/37.975/PO)

Ustalanie zatem pomiędzy producentem danych towarów (dostawcą) a dystrybutorami cen minimalnych, czyli cen poniżej których dany produkt nie może być odsprzedawany lub też cen sztywnych, czyli cen o ustalonej wysokości, jest z mocy prawa zakazane i stanowi jedno z najcięższych naruszeń prawa konkurencji. Jak zauważył Europejski Trybunał Sprawiedliwości w wyroku w sprawie *Metro v. Komisja* „swoboda w kształtowaniu cen na rynku jest jednym z najistotniejszych aspektów konkurencji niezakłóconej, a każde niedozwolone wywieranie wpływu na sposób ustalania cen podlega zakazowi.”¹³

4. Zawarcie porozumienia – naruszenie zakazu, o którym mowa w art. 6 ust. 1 pkt 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów

4.1. Rodzaj porozumienia

Na gruncie ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów praktyki ograniczające konkurencję można podzielić na praktyki polegające na nadużywaniu pozycji dominującej oraz porozumienia ograniczające konkurencję, w których grupa podmiotów, współdziała ze sobą z zamiarem osiągnięcia celu zakazanego ustawą.

Przedmiotem porozumień ograniczających konkurencję może być obrót towarami na tym samym poziomie rynku (zawierane przez konkurentów porozumienia horyzontalne, poziome), bądź różnych poziomach rynku (zawierane przez podmioty ze sobą nie konkurujące porozumienia wertykalne, pionowe). Porozumienie będące przedmiotem niniejszego postępowania zostało zawarte pomiędzy producentem – Knott a jego dystrybutorami, ma zatem charakter pionowy (wertykalny).

Przepis art. 6 ust. 1 pkt 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów stanowi, że zakazane są porozumienia, których **celem lub skutkiem** jest wyeliminowanie, ograniczenie lub naruszenie w inny sposób konkurencji na rynku właściwym, polegające w szczególności na **ustalaniu, bezpośrednio lub pośrednio, cen** i innych warunków zakupu lub **sprzedaży towaru**. Porozumienia tego rodzaju są w całości lub w odpowiedniej części nieważne.

Jak słusznie podkreślił Sąd Ochrony Konkurencji i Konsumentów: „z redakcji tego przepisu jasno też wynika, iż nie jest okolicznością istotną czy planowany cel lub skutek został przez porozumiewające się strony osiągnięty i czy porozumienie weszło w życie. **Zakazane jest już samo porozumienie** określone w art.5 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów. Przy tym należy mieć na względzie, że ustawodawca w art.4 pkt 4 b Ustawy wprowadził definicję porozumienia zgodnie którą, przez porozumienia rozumie się uzgodnienia dokonane w jakiegokolwiek formie przez dwóch lub więcej przedsiębiorców lub ich związki.”¹⁴

Istotą porozumienia jest bowiem już sama „koordynacja zachowań przedsiębiorców nie w drodze nałożenia prawnie wiążącego obowiązku wspólnego działania, lecz przez świadome wskazanie sposobu współdziałania, którego celem lub skutkiem jest ograniczenie konkurencji (...) zakazane jest już samo porozumienie uderzające w konkurencję, a nie to czy było ono do końca wykonane czy nie”¹⁵

Europejski Trybunał Sprawiedliwości w jednym ze swoich wyroków podkreślił, iż: „do zastosowania art. 85 ust. 1 traktatu wystarczy, że porozumienie ma na celu zapobieżenie, ograniczenie lub zakłócenie konkurencji niezależnie od jego rzeczywistych skutków. Tak więc w

¹³ Sprawa 26/76 *Metro v. Komisja* [1977] ECR 1875

¹⁴ wyrok Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów z dnia 29 maja 2008 r. sygn. akt XVII Ama 53/07; wyrok Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów z dnia 13.09.2006 r. sygn. akt XVI ACa 185/06 Dz.Urz.UOKiK 2007/1/12

¹⁵ wyrok Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów z dnia 29 maja 2008 r. sygn. akt XVII Ama 53/07

przypadku porozumień, do których dochodzi podczas spotkań konkurujących ze sobą przedsiębiorstw, naruszenie tego postanowienia ma miejsce, gdy spotkania mają taki właśnie cel i zmierzają w ten sposób do sztucznej regulacji rynku. W takim przypadku przedsiębiorstwo ponosi odpowiedzialność z powodu naruszenia, gdy uczestniczyło w tych spotkaniach, znając ich cel, nawet jeśli potem nie zastosowało w praktyce środków ustalonych podczas tych spotkań. Mniej więcej regularny udział przedsiębiorstwa w spotkaniach oraz mniej więcej pełne stosowanie w praktyce ustalonych środków nie ma wpływu na istnienie odpowiedzialności”¹⁶

4.2. Zawiazanie się porozumienia według zasad określonych w artykule 4 pkt 5 i art. 6 ust. 1 pkt 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów

Zgodnie z art. 4 pkt 5 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, przez porozumienie rozumie się:

- a) umowy zawierane między przedsiębiorcami, między związkami przedsiębiorców oraz między przedsiębiorcami i ich związkami albo niektóre postanowienia tych umów,
- b) uzgodnienia dokonane w jakiegokolwiek formie przez dwóch lub więcej przedsiębiorców lub ich związki,
- c) uchwały lub inne akty związków przedsiębiorców lub ich organów statutowych.

Definicja porozumienia w powyższym brzmieniu jest definicją szeroką, pozwalającą na objęcie zakazami wynikającymi z art. 6 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów wszelkich form skoordynowanych zachowań niezależnie działających przedsiębiorców lub ich związków, których celem lub skutkiem jest wyeliminowanie, ograniczenie lub naruszenie konkurencji na rynku właściwym.

Zakaz porozumień ograniczających konkurencję obejmuje zatem wszelkie formy koordynacji działań między przedsiębiorcami, które w sposób celowy prowadzą, w wyniku praktycznej współpracy, do wyeliminowania konkurencji oraz ryzyka gospodarczego, i które powodują powstawanie warunków rynkowych sprzecznych z regulami wolnej konkurencji.

Praktyki uzgodnione to zatem takie „formy koordynacji między przedsiębiorstwami, które nie doprowadziły do zawarcia umowy, ale świadomie pozwalają praktycznej kooperacji między nimi zająć miejsce konkurencji powiązanej z ryzykiem”¹⁷. Innymi słowami, są to wszelkie działania, których celem jest wpływ na zachowania rynkowe, a w szczególności usunięcie niepewności co do postępowań innych przedsiębiorców albo utrzymanie lub zmiana w specjalny sposób polityki handlowej jakiegoś przedsiębiorstwa, gdy nie jest ona zależna od gry sił rynkowych.

Podkreślić należy, iż zgodnie z ugruntowanym orzecznictwem zakazane ww. ustawą porozumienie nie musi mieć wyłącznie formy umowy pisemnej. Może nim być również każde, podjęte w jakiegokolwiek formie uzgodnienie przedsiębiorców lub związków przedsiębiorców skierowane przeciwko osobom trzecim, nie będącymi stronami porozumienia. Efektem takich uzgodnień jest skoordynowanie zachowań rynkowych konkurentów, zaś celem wyeliminowanie lub ograniczenie konkurencji, czyli wyeliminowanie niepewności co do przebiegu procesów rynkowych i warunków działania członków porozumienia.¹⁸

Jak trafnie zauważył Sąd Apelacyjny w wyroku z dnia 5 października 2005 r.: „istotą porozumień cenowych jest koordynacja zachowań przedsiębiorców nie w drodze nałożenia

¹⁶ wyrok Europejskiego Trybunału Sprawiedliwości z dnia 28 czerwca 2005 r. w sprawie Dansk Rørindustri v Commission C 189/02

¹⁷ wyrok Europejskiego Trybunału Sprawiedliwości z dnia 14 lipca 1972r. w sprawie Imperial Chemical Industries Ltd przeciwko Komisji Wspólnot Europejskich, Zb. Wyr. ETS 1972, s. 619 za: Zakaz porozumień ograniczających konkurencję I, Urząd Antymonopolowy, Warszawa 1996, s. 28

¹⁸ wyrok Sądu Apelacyjnego w Warszawie z dnia 05 października 2005 r. sygn. akt VI ACa 1146/04.

prawnie wiążącego obowiązku, lecz przez świadome wskazanie sposobu współdziałania, którego celem lub skutkiem jest ograniczenie konkurencji. Takie zachowanie przedsiębiorców pozwala na wyeliminowanie ich niepewności co do przebiegu procesów rynkowych i warunków działania konkurentów, która to niepewność jest podstawą działania konkurencji. Do wykazania istnienia porozumienia ograniczającego konkurencję **nie jest konieczne istnienie sformalizowanej umowy**, wystarczające jest ustalenie, że nastąpiła świadoma koordynacja zachowań przedsiębiorców i przyjęcie sposobu współdziałania, którego skutkiem jest ograniczenie konkurencji.¹⁹

Porozumienie może dojść do skutku w jakiegokolwiek formie. Przykładem porozumień może być nawet sama wymiana informacji pomiędzy przedsiębiorcami co do cen lub kosztów, skutkiem czego może dojść na rynku do ujednoclenia cen. Z ustawowej definicji porozumienia jednoznacznie wynika, że antykonkurencyjne porozumienie nie musi przybierać formy pisemnej umowy. Często porozumienie zawierane jest ustnie, a o jego obowiązywaniu świadczą jedynie określone działania rynkowe jego uczestników.

Porozumienie może przybrać formę umowy dwustronnej lub wielostronnej, ustnej lub pisemnej, wyraźnej bądź też dorozumianej. Często jednakże stosunki handlowe łączące kontrahentów mogą nadawać charakter porozumienia antykonkurencyjnego aktom jednostronnym. Jest tak w przypadku okólników, informacji, czy ofert handlowych lub promocyjnych nakłaniających do sprzedawania określonych produktów po ustalonej cenie. Sugestie zawarte w takich dokumentach często przyjmowane są przez adresatów w drodze milczącej zgody lub pełnią też funkcję „środka nacisku”.²⁰

W niniejszej sprawie porozumienie ma charakter co najmniej uzgodnionej praktyki, aczkolwiek w ocenie Prezesa Urzędu są podstawy, by nadać mu charakter umowy.

Nie ulega wątpliwości, że źródłem porozumienia w niniejszej sprawie były zmiany sytuacji rynkowej, a dokładniej pojawienie się na rynku innych podmiotów, którzy zaczęli konkurować ceną z pozostałymi dystrybutorami Knott. Z ustalonego stanu faktycznego wynika co następuje.

Grzegorz Bylica zauważył „problem stosowania cen dumpingowych przez osoby trzecie”. W rozmowach z p. Arturem Grajewskim – Dyrektorem Handlowym Knott informował o sytuacji na rynku związanej z pojawieniem się produktów niewiadomego pochodzenia po bardzo niskich cenach. Po rozmowach z p. Romanem Andruchowiczem (PAMER Sp.j.) wyraził on zgodę na napisanie pisma do Knott odnośnie zmiany zasad dotychczasowej współpracy.

(akta postępowania antymonopolowego k. 61)

Leszek Nowacki powiadamiał telefonicznie Knott o pojawieniu się na rynku prawdopodobnie kradzionych produktów Knott i uzyskał zapewnienie Knott o wzmożonej obserwacji mającej na celu ustalenie źródła tych produktów. Jak podaje przedsiębiorca „naszą intencją było wyeliminowanie paserów i złodziei”.

(akta postępowania antymonopolowego k. 93)

Zbigniew Eljasiewicz na przełomie 2007 i 2008 r. prowadził rozmowy z p. Arturem Grajewskim z Knott na temat sytuacji, gdy klienci rezygnowali z jego usług twierdząc, że mogą nabyć produkty Knott po znacznie niższej cenie przez internet. Ze strony Knott uzyskał zapewnienie, że zostaną podjęte działania mające na celu wyjaśnienie sytuacji i przeciwdziałania

¹⁹ Wyrok Sądu Apelacyjnego z dnia 5 października 2005 r., sygn. akt VI ACa 1146/04

²⁰ Podobne stanowisko przyjęła Komisja Europejska w decyzjach: 98/273/WE *Volkswagen*, 2006/431/WE *SEP i inni v. Automobiles Peugeot S.A.*

jej powtarzaniu się. Na przełomie stycznia i lutego 2008 r. Przedsiębiorca rozmawiał z p. Romanem Andruchowyczem z PAMER Sp.j, który również potwierdził zaobserwowanie nowej sytuacji rynkowej i wspólnie ustalono, że należy stanowczo zażądać od Knott wyjaśnienia zaistniałej sytuacji.

(akta postępowania antymonopolowego k. 147)

Kazimierz Pierzgalski również otrzymywał sygnały od swoich klientów, że na portalu Allegro można kupić produkty Knott po znacznie niższych cenach. Potwierdził on także, iż otrzymał kopię pisma wysłanego przez PAMER Sp.j. z Krakowa do Knott w dniu 06.02.2008 r.

(akta postępowania antymonopolowego k. 178)

Pan Roman Andruchowycz z PAMER Sp.j. z Krakowa zauważył na początku 2008 r. pojawienie się na portalu Allegro ogłoszeń dotyczących produktów Knott oferowanych po cenach zbliżonych do cen hurtowych po jakich Przedsiębiorca dokonywał zakupu bezpośrednio u Knott. W związku z powyższym postanowił on zebrać informacje telefoniczne od innych partnerów Knott i sprawdzić, czy znają oni warunki zakupu po takich obniżonych znacznie cenach, co umożliwiłoby mu konkurowanie z użytkownikami portalu Allegro. Ustalono, iż Knott nie informował swoich partnerów handlowych o możliwości, z której skorzystał nowy sprzedawca. Pan Roman Andruchowycz sporządził zatem pismo, które jak twierdzi było „apelem o uporządkowanie cen hurtowych”.

(akta postępowania antymonopolowego k. 205)

Marek Reterski potwierdził fakt otrzymania w dniu 08.02.2008 r. faksem kopii pisma wysłanego przez PAMER Sp.j. w Krakowa do Knott.

(akta postępowania antymonopolowego k. 237)

Marek Nowicki od stycznia 2008 r. zaobserwował pojawienie się na portalu Allegro produktów Knott po cenach znacząco niższych od oficjalnych cen detalicznych, z minimalną marżą. Prowadzone były rozmowy pomiędzy dystrybutorami celem ustalenia, czy są to produkty oryginalne, a jeżeli tak, to dlaczego ceny zakupu tych towarów znacząco odbiegają od cen po jakich dokonywany jest zakup u Knott przez innych dystrybutorów. W dniu 11.02.2008 r. dotarła do Przedsiębiorcy faksem kopia pisma wysłanego przez Romana Andruchowycza do Knott.

(akta postępowania antymonopolowego k. 273)

Jan Cynka wyjaśnił, iż „Inicjatorem i pomysłodawcą ujednoczenia cen wyrobów firmy Knott był p. Roman Andruchowycz (Pamer Sp.j.), który zwrócił dystrybutorom uwagę na masowo pojawiające się produkty firmy Knott na portalach aukcyjnych po bardzo niskich cenach.”

(akta postępowania antymonopolowego k. 314)

Urszula Prościak wyjaśniła, iż na pogrzebie jednego z dystrybutorów, niejako przy okazji, między dystrybutorami trwały rozmowy o sytuacji na rynku, a w tym narzekania na konkurencję internetową.

(akta postępowania antymonopolowego k. 338)

W odpowiedzi na pismo Romana Andruchowycza z 08.02.2008 r. Knott w dniu 16.01.2009 r. wysłał pismo przewodnie oraz wykaz cen minimalnych na produkowane przez siebie produkty.

Pismo do dystrybutorów zostało wysłane po wielu rozmowach z dystrybutorami. Jak wyjaśnił p. Artur Grajewski – Dyrektor Handlowy Knott oraz autor pisma przewodniego z dnia 16.01.2009 r., „Wszyscy dystrybutorzy wypowiedzieli się pozytywnie, że to zrobiliśmy. Nie ma od nich pism w tej sprawie, bo klienci nie lubią pisać. Wszyscy się zgodzili. Pan Roman Andruchowycz był najbardziej aktywny, to on wystosował do nas pismo.”

(akta postępowania wyjaśniającego k. 35)

Jak wskazano wyżej porozumienie może być zawarte zarówno w formie umowy, jak jakiegokolwiek uzgodnienia dokonanego pomiędzy przedsiębiorcami. W niniejszej sprawie wysłanie e-maila z Knott do dystrybutorów w dniu 16.01.2009 r. wraz z pismem przewodnim może być w ocenie Prezesa Urzędu traktowane jako zawarcie umowy cywilnoprawnej.

Na podstawie bowiem art. 68² ustawy z dnia 23 kwietnia 1964 r. Kodeks cywilny (Dz.U. 1964, Nr 16, poz. 93 ze zm), jeżeli przedsiębiorca otrzymał od osoby, z którą pozostaje w stałych stosunkach gospodarczych, ofertę zawarcia umowy w ramach swej działalności, brak niezwłocznej odpowiedzi poczytuje się za przyjęcie oferty.

Żeby doszło do zawarcia umowy w tym trybie muszą zostać spełnione następujące warunki:

- a) oblatem musi być przedsiębiorca,
- b) oferentem musi być osoba pozostająca z oblatem w stałych stosunkach gospodarczych,
- c) oferta dotyczy zawarcia umowy w ramach działalności oblata.

Jeżeli ww. warunki są spełnione brak niezwłocznej odpowiedzi oblata traktuje się jako przyjęcie oferty. Podkreślić należy, iż w tym trybie może być zawarta każda umowa, dla której nie jest wymagana szczególna forma, a więc także umowa określająca ogólne zasady współpracy w ramach sieci dystrybucyjnej, w tym w szczególności ceny odsprzedaży.

Traktując e-maila z 16.01.2009 r. jako ofertę zawarcia umowy w ocenie Prezesa Urzędu stwierdzić należy, że spełnione zostały ww. przesłanki. Po pierwsze oblatem niewątpliwie byli przedsiębiorcy, albowiem każdy z dystrybutorów prowadzi działalność gospodarczą m.in. w zakresie dalszej odsprzedaży produktów Knott.

Dystrybutorom złożył ofertę Knott, czyli przedsiębiorca pozostający z oblatem w stałych stosunkach gospodarczych. Knott posiadał zawarte umowy o współpracy handlowej z dystrybutorami w 2005 r., jednakże jako umowy zawarte na czas oznaczony 1 roku wygasły one w 2006 r. Nie zmienia to jednak faktu, że strony pomimo braku umowy łączą stale stosunki handlowe. Strony niniejszego postępowania należą do oficjalnych dystrybutorów Knott i działają w ramach ASO KNOTT SERVICE i są wymienione na stronie internetowej producenta, co uprawnia ich do preferencyjnego traktowania, w szczególności zapewnia dostęp do określonych promocji. Lista dystrybutorów jest stała od wielu lat, a niektóre strony postępowania łączy nawet kilkanaście lat współpracy. Zamówienia dokonywane są telefonicznie lub za pośrednictwem faktu i realizowane w ramach ogólnych zasad współpracy. W świetle ww. okoliczności w ocenie Prezesa Urzędu nie budzi wątpliwości fakt, iż Knott pozostaje z dystrybutorami objętymi niniejszym postępowaniem w stałych stosunkach gospodarczych.

Oferta zawarcia umowy, jaką stanowił e-mail z dnia 16.01.2009 r. zawierający pismo przewodnie oraz wykaz cen minimalnych, została złożona w ramach działalności oblata, jakim był każdy z dystrybutorów. Propozycja ustalenia cen minimalnych dotyczyła bowiem produktów

Knott, które są przedmiotem wieloletniej, stałej współpracy pomiędzy stronami. Dystrybutorzy w ramach swoich potrzeb dokonują zakupu produktów Knott celem ich dalszej odsprzedaży. W związku z powyższym nie budzi wątpliwości fakt, iż oferta została złożona w ramach działalności dystrybutorów. Ww. przepis kodeksu cywilnego nie wymaga, żeby oferta zawarcia umowy została złożona za pośrednictwem takiego samego środka jak zazwyczaj zawierane są umowy między stronami np. w formie faksu, za pomocą którego składane są zamówienia do Knott.

Mając na uwadze powyższe, w ocenie Prezesa Urzędu, brak niezwłocznej odpowiedzi przez dystrybutorów należy traktować jako zaakceptowanie propozycji zawarcia umowy jaką był e-mail wysłany przez Knott, a dotyczący ustalenia cen minimalnych odsprzedaży produktów Knott.

Równocześnie podkreślić należy, iż przyjmując e-mail wysłany przez Knott jako ofertę zawarcia umowy, w niniejszej sprawie nie ma zastosowania art. 66¹ § 1 Kodeksu cywilnego, zgodnie z którym, oferta złożona w postaci elektronicznej wiąże składającego, jeżeli druga strona niezwłocznie potwierdzi jej otrzymanie. Zgodnie z § 4 ww. przepisu zasady tej nie stosuje się do zawierania umów za pomocą poczty elektronicznej. Nie ma zatem przeszkód prawnych by e-mail z dnia 16.01.2009 r. traktować jako ofertę zawarcia umowy, który na skutek milczącego przyjęcia oferty, doprowadził do zawarcia umowy pomiędzy stronami jakimi są Knott oraz każdy z dystrybutorów objętych niniejszym postępowaniem.

Nawet gdyby nie traktować pisma Knott jako oferty zawarcia umowy, która została zawarta w trybie przewidzianym w art. 68² Kodeksu cywilnego z całą pewnością w niniejszym przypadku można mówić co najmniej o zawarciu porozumienia w formie praktyki uzgodnionej zgodnie z art. 4 pkt 4b ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

W toku postępowania dowodowego ustalone zostało, iż na początku roku 2008 na rynku sprzedaży produktów Knott pojawili się nowi przedsiębiorcy, którzy za pośrednictwem portalu Allegro oferowali produkty Knott po cenach znacząco niższych od oficjalnych cen detalicznych, co wskazywało na sprzedaż produktów po bardzo niskiej, znikomej marży, albo - jak podejrzewali oficjalni dystrybutorzy Knott - o szczególnych cenach zakupu tych towarów od Knott, albo o pochodzeniu tych produktów z kradzieży.

Zważyć należy, iż z punktu widzenia odbiorcy końcowego - konsumenta sytuacja, w której dystrybutorzy prowadzą silną konkurencję cenową jest korzystna, w przeciwieństwie do dystrybutorów Knott. Oficjalni dystrybutorzy z pewnymi wyjątkami przestrzegają cennika przesłanego przez Knott, co powoduje, że konkurencja cenowa pomiędzy nimi jest ograniczona. Pojawienie się na rynku nowych sprzedawców, z cenami znacząco niższymi od oficjalnych cen Knott spowodowało dla konsumentów możliwość nabycia poszukiwanych przez nich produktów po znacząco niższych cenach. Pojawily się także pytania do oficjalnych dystrybutorów, dlaczego stosują oni ceny, które są znacząco wyższe od cen oferowanych na portalu Allegro. Można zatem powiedzieć, iż na skutek posiadania przez konsumentów większej informacji odnośnie stosowanych na rynku cen przez różnych sprzedawców (a przynajmniej przez przedsiębiorców sprzedających na Allegro oraz znanych konsumentom dystrybutorów Knott) zaczęli oni wywierać presję na dystrybutorów celem uzyskania niższych cen. Konkurencja wewnątrzmarkowa była do czasu pojawienia się alternatywnych sprzedawców niewielka, co samo w sobie nie stanowi zarzutu, jednakże z punktu widzenia interesu publicznego, a nie samych dystrybutorów uznać należy, iż silna konkurencja cenowa pomiędzy dystrybutorami jest co do zasady wskazana.

W związku z pojawieniem się presji konkurencyjnej dystrybutorzy Knott zaczęli prowadzić ze sobą rozmowy celem poznania źródeł zaopatrzenia i cen po jakich dokonuje zakupu konkurencja internetowa. Ich działania nie zmierzały zatem do obniżenia własnych cen, ale do podjęcia wspólnych działań, mających na celu utrzymanie ich dotychczasowego poziomu.

Prowadzone postępowanie nie wykazało, czy strony ustaliły źródło pochodzenia produktów Knott sprzedawanych przez konkurencję, w szczególności nie potwierdziły się zarzuty, pozwalające kategorycznie stwierdzić, że tańsze towary pochodziły z kradzieży.

Po rozmowach pomiędzy dystrybutorami oraz wspólnych ustaleniach, przedstawiono nową sytuację Knott, który zobowiązał się doprowadzić do wyjaśnienia zaistniałej sytuacji i zapobieżenia pojawianiu się w przyszłości cen na portalu aukcyjnym po cenach znacząco niższych od cen stosowanych przez oficjalnych dystrybutorów.

Kolejnym etapem zawarcia porozumienia w formie praktyki uzgodnionej było wysłanie pisma przez PAMER Sp.j. Treść tego pisma została ukształtowana na skutek rozmów między dystrybutorami. W ocenie Prezesa Urzędu nie zasługują na uwzględnienie argumenty, iż treść tego pisma nie była negocjowana z poszczególnymi dystrybutorami i stanowiła jedynie inicjatywę Romana Andruchowycza z Pamer Sp.j.. W piśmie tym zostali wymienieni dystrybutorzy objęci niniejszym postępowaniem z zaznaczeniem, że tezy zawarte w tym piśmie zostały między nimi uzgodnione. Kopia tego Faksu została także przesłana do wiadomości wszystkich dystrybutorów w nim wymienionych. Żaden z nich nie złożył sprzeciwu, czy też nie doprecyzował podanych w nim tez, co biorąc pod uwagę także inne okoliczności, w szczególności liczne rozmowy między dystrybutorami poprzedzające sporządzenie tego pisma świadczy o tym, iż było to wspólne stanowisko wymienionych w piśmie dystrybutorów.

Pismo to zawierało takie sformułowania jak:

„Każdy może sprzedawać swoje towary po dowolnej cenie. (...) Jeżeli natomiast istnieje sieć sprzedawców oraz oficjalny cennik – to **obowiązkiem producenta bądź importera jest nadzór nad przestrzeganiem cen swoich produktów oferowanych w ogólnopolskich portalach aukcyjnych i wyciąganie konsekwencji za „psucie cen i rynku”**. Aktualne rozchwianie rynku w naszej branży oraz odejście od deklarowanych zasad sprzedaży przynosi wszystkim wymierne straty co skłania nas do **wystąpienia z apelem**, by obydwie firmy tzn. AL-KO i Knott, wspólnie zmieniły tę sytuację i **zawarły porozumienie stabilizujące ceny.**”

W ocenie Prezesa Urzędu wymowa tego pisma jest oczywista i zawiera sugestię zawarcia porozumienia ograniczającego konkurencję. Pojawienie się konkurencji cenowej określane jest jako „psucie rynku”. Określenie to jest używane potocznie przez przedsiębiorców i wyraża dezaprobatę wobec podmiotów, którzy wywierają na nich presję konkurencyjną. Walka z psuciem rynku, jako zjawiskiem z założenia negatywnym sprowadza się w ocenie przedsiębiorców do dążenia do wyeliminowania takiego „psującego rynek” przedsiębiorcy. Odpowiednią reakcją na psucie rynku jest przede wszystkim zawarcie porozumienia, które „spacyfikowałoby” konkurencję. Podjęte przez dystrybutorów działania, w szczególności apel do Knott o zawarcie porozumienia stabilizującego ceny miało na celu wyeliminowanie pojawiającej się konkurencji cenowej i powrót do oficjalnych cen detalicznych.

Równocześnie podkreślić należy, że dystrybutorzy nie są uprawnieni do podejmowania żadnych skoordynowanych działań wobec konkurencji. Takie porozumienia mogą w szczególności stanowić naruszenie ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów. Podobnie zarówno dystrybutorzy jak i Producent nie mogą regulować sytuacji na rynku celem wyeliminowania konkurencji cenowej. W przypadku podejrzenia nielegalnego pochodzenia sprzedawanych towarów sprawa ta winna zostać przekazana organom ścigania. Przedsiębiorcy nie mają za zadanie walki z przestępstwami. Działania stron niniejszego postępowania nie miały zatem żadnego racjonalnego i zgodnego z prawem uzasadnienia, a jedynym uzasadnieniem było ograniczenie konkurencji wewnątrzmarkowej.

Apel dystrybutorów spotkał się z akceptacją Knott, które początkowo zapewniał o próbach zaradzenia sytuacji, co *implicite* oznacza zapewnienie dystrybutorom powrotu do

wcześniejszej sytuacji rynkowej i nie zmuszanie ich do obniżania cen, co w konsekwencji oznacza podjęcie działań zmierzających do wyeliminowania konkurencji cenowej.

Pismo przewodnie załączone do e-maila z dnia 16.01.2009 r. sporządzone przez Artura Grajewskiego – Dyrektora Handlowego Knott przewiduje m.in. podjęcie następujących kroków:

- sporządzenie wykazu cen minimalnych i przedstawienie go partnerom, zwłaszcza firmom działającym w sieci ASO Knott Service,
- poinformowanie partnerów o polityce Knott związanej ze sprzedażą w portalach internetowych typu Allegro,
- przeprowadzić rozmowy o utrzymaniu racjonalnego poziomu cen detalicznych,
- traktować wszystkie oferty poniżej wykazu cen minimalnych jako towaru wątpliwego pochodzenia i wyjaśnianie tychże ofert z osobami je oferującymi.

Wyżej wymienione tezy zawarte w piśmie Knott oraz ich ogólne uzasadnienie, jakim jest sytuacja, w której klient detaliczny może dokonać zakupu towarów Knott po cenach „nie znajdujących żadnego racjonalnego uzasadnienia” świadczą o ewidentnie antykonkurencyjnym charakterze tego pisma. Stanowi ono odpowiedź na apel dystrybutorów sporządzony przez p. Romana Andruchowycza i ma na celu ustalenie minimalnych cen odsprzedaży produktów Knott. Antykonkurencyjny charakter porozumienia ograniczającego konkurencję podkreślają dodatkowe postanowienia, przewidujące dalsze rozmowy z dystrybutorami odnośnie utrzymania „racjonalnego” poziomu cen detalicznych oraz traktowanie wszystkich ofert poniżej wykazu cen minimalnych jako towaru wątpliwego pochodzenia oraz wyjaśnianie tych sytuacji z oferentami.

Nawet przyjmując wyjaśnienia, iż działania podjęte przez Knott miały na celu wyeliminowanie towaru kradzionego zważyć należy, iż było to działanie nieproporcjonalne, które w dodatku nie było odpowiednie dla osiągnięcia zamierzonego skutku. Stanowiło ono wprost wyraz znacznego ograniczenia konkurencji cenowej pomiędzy dystrybutorami.

Podkreślić równocześnie należy, iż na gruncie ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów nie ma znaczenia rzeczywisty, subiektywny cel stron porozumienia ograniczającego konkurencję. Porozumienia należy oceniać obiektywnie, pod kątem skutku jaki mogą one wywołać na rynku, a w niniejszej sprawie skutek ten jest jawnie antykonkurencyjny.

Jedynie Jan Cynka zaprzeczył temu, iż otrzymał cennik minimalny przesłany przez Knott. W ocenie Prezesa Urzędu nie można przyjąć, iż przedsiębiorca ten nie uczestniczył w porozumieniu. W szczególności z zebranego materiału dowodowego wynika, iż otrzymał on co najmniej przesłany ponownie na początku lutego wykaz cen minimalnych oraz uczestniczył we wspólnych ustaleniach pomiędzy dystrybutorami, o czym świadczy m.in. fakt wymienienia tego przedsiębiorcy w piśmie Romana Andruchowycza z 08.02.2008 r. W związku z powyższym nie znajduje uzasadnienia twierdzenie, iż przedsiębiorca ten nie uczestniczył w zawarciu porozumienia ograniczającego konkurencję.

O tym, iż zawarte zostało porozumienie ograniczające konkurencję świadczy także treść anonimowego zgłoszenia do Prezesa Urzędu faktu rozesłania przez Knott cennika minimalnego. Strony objęte niniejszym postępowaniem nie zareagowały negatywnie na fakt sporządzenia takiego cennika, który był wręcz odpowiedzią na ich apel o zawarcie porozumienia. Tym bardziej znaczący jest fakt, iż podmiot, który nie uczestniczył w rozmowach poprzedzających rozesłanie w dniu 16.01.2009 r. cennika minimalnego złożył zawiadomienie do Prezesa Urzędu i oświadczył wyrażając swoje zaniepokojenie i brak akceptacji postępowania Knott, albowiem to jego sprawa po jakiej marży sprzedaje towar swoim klientom. Tylko w przypadku, gdy propozycja Knott spotkałaby się ze zdecydowanym i wyartykułowanym sprzeciwem stron niniejszego postępowania można by stwierdzić, iż nie uczestniczyły one w zawarciu porozumienia ograniczającego konkurencję.

Z punktu widzenia prawa antymonopolowego nie ma żadnego znaczenia nawet fakt, czy organ uprawniony do prowadzenia spraw firmy wiedział, czy też nie wiedział o działaniach

niezgodnych z prawem konkurencji. Jak trafnie zauważyła Komisja Europejska w decyzji *VIHO v. Parker Pen* fakt, że klauzula antykonkurencyjna została wprowadzona do kontraktu przez organ nie upoważniony, nie ma wpływu na odpowiedzialność przedsiębiorstwa za naruszenie konkurencji.²¹

Prezes Urzędu podziela pogląd Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów, zgodnie z którym **milcząca przyzwolenie dla tej niezgodnej z prawem inicjatywy bez wyraźnego i otwartego zdystansowania się od jej treści lub złożenia w tej sprawie doniesienia organom administracyjnym, prowadzi do tego, iż wspiera się kontynuowanie niezgodnego z prawem postępowania i zapobiega lub utrudnia jego wykrycie.**²² Nie zdystansowanie się dystrybutorów do zawartej umowy stanowiącej, nawet w przypadku braku jego stosowania w praktyce powoduje, że strony stają się **rzeczywistymi uczestnikami porozumienia**. Każdy z dystrybutorów „stwarza w ten sposób, przynajmniej wrażenie, że jego nastawienie jest analogiczne jak konkurentów.”²³

Jak słusznie podkreśla się w doktrynie z uzgodnieniem mamy do czynienia wtedy, gdy strony jedynie w sposób dorozumiany wyrażają akceptację dla koordynacji działań. Może to się przejawiać zarówno poprzez milczenia jak i przystąpienie do wykonywania uzgodnienia.²⁴ Z praktyką uzgodnioną mamy do czynienia w szczególności wtedy, gdy przedsiębiorca ujawni swoje antykonkurencyjne zamiary, co było pożądane lub przynajmniej akceptowane przez drugą stronę. Przy ocenie, czy zostało zawarte porozumienie w formie uzgodnienia należy brać pod uwagę treść informacji oraz krąg jej odbiorców. Nie jest przy tym konieczne, aby faktycznie wystąpiły antykonkurencyjne skutki tego porozumienia.²⁵

W niniejszej sprawie nie ma zatem w ocenie Prezesa Urzędu wątpliwości, iż doszło do zawarcia porozumienia, co najmniej w formie praktyki uzgodnionej. Antykonkurencyjny zamiar zawarcia porozumienia ograniczającego konkurencję przedstawiony i sformułowany w sposób jasny i klarowny przez Knott. Było to działanie nie tylko akceptowane, ale wręcz pożądane ze strony dystrybutorów Knott. Oferta zawarcia porozumienia polegającego na ustaleniu minimalnych cen odsprzedaży produktów Knott była bowiem odpowiedzią na wyraźne żądania uregulowania sytuacji rynkowej, czego przejawem były liczne rozmowy pomiędzy dystrybutorami oraz Knott, co miało swój ostateczny wyraz w piśmie sformułowanym w imieniu dystrybutorów przez p. Romana Andruchowicza.

W tym miejscu warto przytoczyć fragment uzasadnienia wyroku Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów wydanego w sprawie, w której doszło do zawarcia porozumienia w formie uzgodnienia poprzez wydanie przez producenta polecenia dystrybutorom antykonkurencyjnego zachowania, mimo, iż na rynku nie ujawniły się antykonkurencyjne skutki tego zachowania. Sąd ten stwierdził m.in.: „Podkreślenia wymaga, że do stwierdzenia zawarcia porozumienia nie jest wymagane wykazanie istnienia jakichkolwiek ustnych czy pisemnych ustaleń między jego uczestnikami.(...) Do ustalenia zaś, jaki był cel porozumienia wystarczy stwierdzenie, że jego uczestnicy ograniczyli swoją swobodę w stosunkach z osobami trzecimi na podstawie wspólnego uzgodnienia.”²⁶

Powyższe stanowisko pozostaje w zgodzie ze stanowiskiem Europejskiego Trybunału Sprawiedliwości w Luksemburgu. Zgodnie z orzecznictwem tego sądu dla wykazania

²¹ Decyzja Komisji 92/426 w sprawie *VIHO v. Parker Pen*

²² wyrok Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów z dnia 29 maja 2008 r. sygn. akt XVII Ama 53/07

²³ Wyrok Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów z dnia 10 maja 2006 r. „, sygn. akt XVII AmA 13/05

²⁴ T. Skoczny, Komentarz s. 177

²⁵ Kohutek, Sieradzka, Komentarz.

²⁶ Wyrok SOKiK z dnia 7 listopada 2005 r. sygn.: XVII Ama 26/04

uczestnictwa w porozumieniu wystarczy wykazanie, że przedsiębiorcy **uczestniczyli w spotkaniach na których antykonkurencyjne porozumienie zostało zawarte i nie sprzeciwili się temu jawnie**. Takie zachowanie bowiem pozwala uczestnikom porozumienia wierzyć, że uczestnik zgadza się z treścią porozumienia oraz będzie w nim uczestniczył. Działanie takie zachęca do kontynuowania naruszenia prawa konkurencji i utrudnia jego wykrycie.²⁷

Z zawarciem porozumienia mamy do czynienia także w przypadku, gdy przedsiębiorca **jedynie uczestniczył w regularnych spotkaniach, których przyczyną było w szczególności uzgadnianie cen, nawet w przypadku, gdy na rynku nie wystąpiły antykonkurencyjne skutki**. Praktyki uzgodnione są zakazane jeżeli posiadają antykonkurencyjny cel, niezależnie od ich efektu.²⁸

Spełniona została zatem pierwsza przesłanka zastosowania art. 6 ust. 1 pkt 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów polegająca na zawiązaniu porozumienia według zasad określonych w artykule 4 pkt 5 i art. 6 ust. 1 pkt 1 ww. ustawy.

4.3. Analiza przesłanki zastosowania art. 6 ust. 1 pkt 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów polegającej na celu lub skutku porozumienia, którym jest wyeliminowanie, ograniczenie lub naruszenie w inny sposób konkurencji na rynku właściwym.

W myśl art. 6 ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów zakazane są porozumienia, których celem lub skutkiem jest wyeliminowanie, ograniczenie lub naruszenie w inny sposób konkurencji na rynku właściwym, polegające m.in. na ustalaniu bezpośrednio lub pośrednio cen sprzedaży towarów.

Stosownie do treści art. 6 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, zakazane jest porozumienie, którego celem lub skutkiem jest wyeliminowanie, ograniczenie lub naruszenie w inny sposób konkurencji na rynku właściwym. Cel antykonkurencyjny i skutek antykonkurencyjny porozumienia nie muszą zatem wystąpić łącznie. Dla stwierdzenia naruszenia art. 6 ust. 1 pkt 1 nie ma zatem istotnego znaczenia czy doszło do ograniczenia czy eliminacji konkurencji, skoro już sam cel może stanowić o nielegalności porozumienia.²⁹

Cel porozumienia można określić jako wolę jego uczestników wyrażoną w treści określonego dokumentu, jak również to czego strony porozumienia wyraźnie nie określiły w umowie, ale zamierzają osiągnąć. Dla określenia celu porozumienia podstawowe znaczenie ma obiektywny cel, a nie subiektywne wyobrażenia jego stron o zamiarach czy motywach działania. Cel porozumienia wypływa zatem z całokształtu albo przynajmniej z części postanowień umowy, przy czym dla jego oceny należy także uwzględnić okoliczności jego realizacji³⁰. Ponadto, nie ma znaczenia czy cel w postaci ograniczenia konkurencji został osiągnięty, wystarczy wykazanie, że strony porozumienia stawiają sobie taki cel.

Wymaga ponadto podkreślenia, iż dla stwierdzenia naruszenia art. 6 ust. 1 pkt 1 nie ma istotnego znaczenia czy doszło do ograniczenia czy eliminacji konkurencji, skoro już sam cel zawarcia porozumienia może stanowić o nielegalności porozumienia³¹. Nawet jeśli nie zaobserwowano stosowania w praktyce ustalonych cen, sam fakt istnienia dokumentów ustalających taki stan rzeczy ma na celu ograniczenie konkurencji. Natomiast jeśli celem

²⁷ Wyrok ETS z dnia 07.01.2004 r. w sprawie Aalborg Portland A/S i inni przeciwko Komisji, połączone sprawy C-204/00 P, C-205/00 P, C-211/00 P, C-213/00 P, C-217/00 P, C-219/00 P, p. 81-84

²⁸ Wyrok ETS z 8 lipca 1999 r. w sprawie Hüls AG przeciwko Komisji, C-199/92 P.

²⁹ Wyrok SOKiK z dnia 24 marca 2004 r. sygn.: XVII Ama 40/02

³⁰ T. Skoczny, W. Springer, Zakaz porozumień ograniczających konkurencję I, Urząd Antymonopolowy, Warszawa 1996 r.

³¹ Wyrok Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów z dnia 24 marca 2004 r. sygn.: XVII Ama 40/02

porozumienia jest zapobieżenie, ograniczenie lub zakłócenie konkurencji to nie ma potrzeby brać pod uwagę rzeczywistych skutków porozumienia.³²

Odnosząc się do negatywnego skutku zachowania się przedsiębiorców Sąd Ochrony Konkurencji i Konsumentów stwierdził w swoim orzeczeniu, że „dla uznania konkretnego działania za przejaw praktyki monopolistycznej nie jest wcale konieczne, aby owo zachowanie wywołało skutki na rynku. **Dla bytu praktyki monopolistycznej wystarczająca jest już możliwość wystąpienia na rynku negatywnych skutków** będących przejawem ograniczenia konkurencji”³³.

Zgodnie z innym wyrokiem Sądu Okręgowego w Warszawie – Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów³⁴, „nie jest konieczne udowodnienie faktycznego stosowania przez przedsiębiorcę praktyki monopolistycznej (...). Z treści art. 1 ust. 2 ustawy wynika bowiem, że jej reżimowi podlegają nie tylko praktyki monopolistyczne ograniczające konkurencję, które wywołały bądź aktualnie wywołują skutki na terenie Polski, ale również **praktyki, które choćby tylko hipotetycznie, mogą wywoływać takie skutki.**”

W nawiązaniu do przytoczonych wyroków należy stwierdzić, że w świetle ustawy antymonopolowej zakazane jest już samo zawarcie (istnienie) porozumienia ukierunkowanego na ograniczenie konkurencji, nie zaś osiągnięcie takiego skutku, a sam efekt ograniczenia konkurencji wcale nie musi wystąpić.

Doktryna prawa również stoi na jednolitym stanowisku, zgodnie z którym dla oceny czy nastąpiło zawarcie porozumienia zakazanego na mocy ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów nie jest konieczne, aby porozumienie było realizowane w praktyce: „O praktyce tej decyduje bowiem już sam **uzgodniony zamiar** przedsiębiorców wpłynięcia na rynek w sposób sprzeczny z prawem, nie zaś skutek takiego działania.”³⁵ Podkreśla się równocześnie, iż: „Dla zastosowania wobec danego porozumienia art. 6 u.o.k.k. **nie jest konieczne, aby antykonkurencyjny cel został osiągnięty** (w całości lub części) (...) Irrelevantna jest także okoliczność, z jakich powodów nie doszło do osiągnięcia skutków antykonkurencyjnych, tj. czy było to następstwem celowego zaniechania samych stron, czy też stało się to z innych przyczyn „zewnętrznych”, np. wskutek zmian strukturalnych lub instytucjonalnych na rynku albo w wyniku działań Prezesa UOKiK.”³⁶

Także Europejski Trybunał Sprawiedliwości konsekwentnie podnosił, że nie ma potrzeby brać pod uwagę rzeczywistych skutków porozumienia, jeżeli jego celem jest zapobieżenie, ograniczenie lub zakłócenie konkurencji.³⁷

Jak zauważyła Komisja w decyzji w sprawie *Yamaha*, nie stosowanie się dystrybutorów do cen „rekomendowanych”, które faktycznie są cenami minimalnymi (lub sztywnymi) nie oznacza, że w danym przypadku nie ma naruszenia reguł konkurencji. Fakt istnienia w danym dokumencie klauzuli ograniczającej bezpośrednio lub pośrednio swobodę dystrybutora do ustalania cen odsprzedaży już samo w sobie jest naruszeniem konkurencji.³⁸

Zarówno w świetle brzmienia art. 6 ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, a także jednolitego orzecznictwa i stanowiska doktryny nie zasługują na uwzględnienie argumenty

³² Podobne stanowisko przyjął Prezes Urzędu w decyzji nr RPZ 23/2006 z dnia 25 sierpnia 2006 r.

³³ Wyrok Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów z dnia 15 lipca 1998 r., sygn. akt: XVII Ama 32/98

³⁴ Wyrok SOKiK z dnia 7 lipca 2004 r. sygn. akt XVII Ama 65/03

³⁵ S. Gronowski, Ustawa antymonopolowa. Komentarz, Warszawa 1999 r. s. 174, por. wyrok Sądu Antymonopolowego z dnia 1 marca 1993 r. sygn. akt XVII Amr 37/92, OG 1993, z. 3, poz. 63

³⁶ K. Kohutek, M. Sieradzka, Ustawa o ochronie konkurencji i konsumentów. Komentarz, Warszawa 2008, s. 254

³⁷ Wyrok Europejskiego Trybunału Sprawiedliwości w sprawach połączonych 56 i 58/64 *Consten and Grundig* [1966], ECR 429; zob. też: wyrok ETS w sprawie C-235/92 P *Montecatini* [1999], ECR I-4539, par. 122; wyrok ETS w sprawie C-277/87 *Sandoz Prodotti Farmaceutici v Commission* [1990] ECR I-45; wyrok w sprawie C-219/95 P *Ferriere Nord v Commission* [1997] ECR I-4411, par. 14 i 15.

³⁸ Decyzja w sprawie *Yamaha* (COMP/37.975/PO)

stron dotyczące braku realizowania porozumienia w praktyce. Podniesione przez strony okoliczności, świadczące o dokonywaniu sprzedaży poniżej cen minimalnych nie uchylają odpowiedzialności stron za zawarcie porozumienia ograniczającego konkurencję, którego celem było niewątpliwie naruszenie konkurencji. **Fakt nie stosowania się stron do treści zawartego porozumienia nie ma wpływu na bezprawny charakter zawartego porozumienia.**

Zgodnie z ustaleniami postępowania wyjaśniającego strony niniejszego postępowania co do zasady przestrzegają cennika przesłanego przez Knott. Cennik ten zawiera zarówno minimalną cenę detaliczną, jak i cenę minimalną dla klientów kluczowych. Jedynie w nielicznych, wyjątkowych przypadkach i to w odniesieniu do tylko kilku dystrybutorów objętych niniejszym postępowaniem cena dla klienta końcowego była niższa od ceny dla klientów kluczowych. Często były to niewielkie odstępstwa od cennika minimalnego, które wynosiły nawet zaledwie 1 grosz. Mając na uwadze powyższe w ocenie Prezesa Urzędu stwierdzić należy, iż strony niniejszego postępowania przestrzegają cennika minimalnego przesłanego przez Knott, co dodatkowo świadczy o tym, iż uczestniczą one w porozumieniu ograniczającym konkurencję. W związku z powyższym Prezes Urzędu nakazał zaniechania stosowania stwierdzonej praktyki.

Zawarte porozumienie dotyczyło minimalnych cen odsprzedaży, czyli jednego z najistotniejszych jeśli nie najistotniejszego elementu stosunków umownych jakim jest cena za oferowane towary. Ceny są elementem umowy na ogół najsilniej oddziałującym na relacje konkurencyjne pomiędzy przedsiębiorcami, a zarazem wpływającymi na atrakcyjność oferty dla konsumentów. Nieskrępowana i niezakłócona konkurencja cenowa 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 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. Zakazane są porozumienia cenowe mające na celu ustalenie konkretnego poziomu cen jak i cen minimalnych tj. takich poniżej, których przedsiębiorcy będący stronami porozumienia nie mogą stosować w relacjach z kontrahentami.

Porozumienia cenowe są zakazane zarówno wtedy gdy są zawierane przez konkurentów (porozumienia horyzontalne, poziome) 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. Prawidłowo funkcjonujący system konkurencji wywiera również wpływ na konsumentów, tworzy bowiem na nim możliwość dokonywania racjonalnych wyborów produktów, które najpełniej zabezpieczają potrzeby konsumenta. Natomiast zakłócenie systemu konkurencji poprzez zawarcie niedozwolonego porozumienia cenowego powoduje, że ceny kształtują się na wyższym poziomie niż wynikałoby to z wolnorynkowej gry popytu i podaży. W wyniku porozumień, ceny produktów ulegają sztucznemu podwyższeniu z oczywistą szkodą dla konsumentów. 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.

W tym miejscu należy wskazać, iż zgodnie z orzecznictwem Europejskiego Trybunału Sprawiedliwości: „ustalenie ceny, nawet takiej, która ma jedynie charakter rekomendacji ogranicza

konkurencję, ponieważ umożliwia wszystkim uczestnikom rynku przewidzieć z dużym stopniem prawdopodobieństwa, jaka będzie polityka cenowa ich konkurentów, zwłaszcza jeśli istnieje możliwość przeprowadzania kontroli i pociągnięcia do odpowiedzialności za ich niestosowanie.³⁹ Nawet w przypadku, gdy uprzednio ustalone ceny nie są przestrzegane w praktyce uznać należy, że decyzja wprowadzająca te ceny ma na celu ograniczenie konkurencji.⁴⁰

Zawarcie tego porozumienia przez Knott i jego dystrybutorów miało na celu zapewnienie pewności co do wysokości cen stosowanych na dalszych etapach dystrybucji. Porozumienie w swoim założeniu miało uniemożliwić tym przedsiębiorcom nieograniczone reagowanie na zaistniałą sytuację na rynku, dostosowywania stosowanych przez siebie cen w zależności od posunięć cenowych konkurentów. 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.⁴¹

Ponadto porozumienie w swoim założeniu przewidywało, iż dystrybutorzy z dużą dozą prawdopodobieństwa będą mogli przewidzieć wysokość stosowanych cen przez konkurentów. Eliminowało to niepewność dystrybutorów, co do ich wzajemnego zachowania cenowego na rynku, skutkiem czego była rezygnacja z rywalizacji cenowej między nimi i ograniczenie konkurencji tzw. „wewnątrzmarkowej”. „Ustalanie cen, nawet tych, które tylko stanowią cel, wpływa na konkurencję, ponieważ takie docelowe ceny umożliwiają wszystkim uczestnikom kartelu przewidywanie z dużą dozą pewności, jaka będzie polityka cenowa ich konkurentów”⁴².

Tego rodzaju porozumienia powodują bezpośrednie ingerowanie w istotne mechanizmy konkurencji na rozpatrywanym rynku. Jak orzekł to Sąd Pierwszej Instancji w jednym ze swoich wyroków⁴³ przedsiębiorcy wyrażając wspólny zamiar stosowania danego poziomu cen dla swoich towarów, porzucają swoją niezależną politykę cenową, a przez to naruszają reguły konkurencji.

W tym miejscu należy podkreślić iż zgodnie z powyższym nie zasługują na uwzględnienie argumenty stron, które twierdzą, iż nie doszło do ograniczenia konkurencji, ponieważ przesłany cennik dotyczył jedynie cen sugerowanych i był jedynie „zaleceniem”, przyjętym do wiadomości, lecz nie stosowanym. W doktrynie i orzecznictwie wskazuje się, że zakazem zawierania porozumień ograniczających konkurencję są również objęte wspólne uzgodnienia cen kierunkowych oraz cen rekomendowanych, które stwarzają pewność co do polityki cenowej konkurentów.⁴⁴

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 konkurentów⁴⁵.

Reasumując, zważyć należy, iż pomimo występowania w cenniku minimalnym oraz piśmie przewodnim sformułowań „ceny sugerowane”, występowały one zawsze obok sformułowań „ceny minimalne”. Treść pisma przewodniego sporządzonego przez Knott, w tym zobowiązanie

³⁹ Wyrok Europejskiego Trybunału Sprawiedliwości w sprawie 8/72 Vereenigin van Cemethandelaren [1972] ECR 977

⁴⁰ Wyrok Europejskiego Trybunału Sprawiedliwości w sprawie 246/86 Belasco [1989] ECR 2117

⁴¹ Wyrok Trybunału Sprawiedliwości z dnia 17 stycznia 1984r. w połączonych sprawach 43 i 63/82 De Vereeniging (...) p-ko Komisji (zb.orz. 1984, 19).

⁴² Wyrok Trybunału Sprawiedliwości z dnia 17 października 1972r. w sprawie 8/72 Vereeniging van Cementhandelaren PKO Komisji (zb. Orz. 1972, 977).

⁴³ Wyrok Sądu Pierwszej Instancji z dnia 9 lipca 2003r. w sprawie T-224/00 Archer Daniels (...) p-ko Komisji (zb. Orz. 2003, II-2597).

⁴⁴ E. Modzelewska – Wąchal, Ustawa o ochronie konkurencji i konsumentów. Komentarz, Warszawa 2002, s. 71.

⁴⁵ Wyrok Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów z dnia 10 maja 2006 r. XVII AmA 13/05

do traktowania wszystkich ofert poniżej cennika minimalnego jako ofert sprzedaży towaru kradzionego nie pozostawia wątpliwości, iż w niniejszym przypadku mamy do czynienia z czymś więcej, niż tylko z cenami sugerowanymi. Niezależnie od powyższego zważyć należy iż pod pewnymi warunkami ceny sugerowane również mogłyby być traktowane jako naruszenia prawa konkurencji. Sporządzenie przez dystrybutorów apelu o uregulowanie sytuacji i zawarcie porozumienia stabilizującego ceny, a następnie wysłanie maila przez Knott z cennikiem minimalnym, co spotkało się z brakiem sprzeciwu i milczącą akceptacją nie można traktować inaczej niż w kategoriach zawarcia porozumienia ograniczającego konkurencję. Celem tych działań było uchylenie niepewności co do poziomu cen na produkty Knott oferowanych przez dystrybutorów oraz na portalu Allegro. Strony dążyły zatem wprost do ograniczenia w drodze porozumienia konkurencji cenowej.

Jak już zaznaczono wcześniej, bez znaczenia dla oceny faktu zawarcia tego porozumienia jest okoliczność, czy w efekcie doszło do ujednoczenia cen u dystrybutorów. Tak więc, dla stwierdzenia zarzucanej praktyki **decydujące znaczenie ma sam fakt ustalenia cen**, nie zaś to, czy były one rzeczywiście stosowane przez przedsiębiorców działających na rynku.

4.4 Stosowanie praktyki oraz nakaz jej zaniechania.

Jak podkreślono wyżej dla stwierdzenia praktyki ograniczającej konkurencję polegającej na zawarciu porozumienia nie jest konieczne jego realizowanie w praktyce. W niniejszej sprawie jednak strony postępowania przestrzegają cennika minimalnego, aczkolwiek z pewnymi wyjątkami, które, w ocenie Prezesa Urzędu, przy całościowej analizie realizacji porozumienia w praktyce należy pominąć, a to z dwóch względów. Po pierwsze, przypadki, gdy cennik minimalny nie był przestrzegany dotyczyły jedynie kilku dystrybutorów i miały charakter incydentalny. Dystrybutorzy, w przypadku których wystąpiły odstępstwa od cennika co do zasady zatem przestrzegają cennika przesłanego przez Knott. Po drugie, owe incydentalne przypadki, gdy nastąpiła sprzedaż produktów Knott po cenach niższych niż ceny zawarte w cenniku minimalnym (zarówno ceny minimalne dla klientów detalicznych jak i ceny minimalne dla klientów kluczowych) charakteryzowały się nieznacznym poziomem odstępstw od tego cennika. Dotyczyły bowiem głównie odstępstw kilkugroszowych, czasem stanowiły one odstępstwo od cennika dokładnie o jeden grosz.

Zgodnie z art. 10 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, jeżeli organ antymonopolowy stwierdzi naruszenie zakazu określonego w art. 6 tej ustawy, wydaje decyzję o uznaniu praktyki za ograniczającą konkurencję i nakazuje zaniechanie jej stosowania.

W okolicznościach przedmiotowej sprawy zachodzą zatem przesłanki pozwalające na stwierdzenie, iż przedsiębiorcy, którym postawiono zarzut zawarcia niedozwolonego porozumienia stosują się do treści zawartego porozumienia, w związku z czym należało zakazać zaniechania stosowanej praktyki.

W związku z powyższym należało orzec jak w pkt I sentencji.

5. Kara

Na podstawie art. 106 ust. 1 pkt 1 ustawy o ochronie konkurencji Prezes Urzędu może nałożyć na przedsiębiorcę, w drodze decyzji, karę pieniężną w wysokości nie większej niż 10% przychodu osiągniętego w roku rozliczeniowym poprzedzającym rok nałożenia kary, jeżeli przedsiębiorca ten, choćby nieumyślnie dopuścił się naruszenia zakazu określonego m.in. w art. 6 w zakresie niewylączonym na podstawie art. 7 i art. 8 ustawy o ochronie konkurencji.

Prezes Urzędu wydając decyzję o nałożeniu kary pieniężnej działa zatem w ramach uznania administracyjnego, co oczywiście nie jest równoznaczne z dowolnością. W tym zakresie kieruje się on zasadą równości i proporcjonalności. Rozważając kwestię nałożenia kary organ antymonopolowy musi wziąć pod uwagę, czy w danych okolicznościach sprawy konieczne albo celowe jest jej nałożenie, a jeżeli tak, to w jakiej wysokości kara spełni założone funkcje. Przy ustalaniu wysokości kar pieniężnych, o których mowa w art. 106-108 ustawy o ochronie konkurencji, Prezes Urzędu powinien wziąć pod uwagę w szczególności okres, stopień oraz okoliczność uprzedniego naruszenia przepisów ustawy (art. 111 ww. ustawy).

Ponadto w judykaturze 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 osiągnąć.⁴⁶

Ustalając wymiar kary pieniężnej organ antymonopolowy w pierwszej kolejności dokonał oceny wagi stwierdzonych w niniejszej decyzji naruszeń. Wskazać przy tym należy, iż w kwestii natury naruszenia organ antymonopolowy wyróżnia naruszenia bardzo poważne (do których należy zaliczyć przede wszystkim szczególnie szkodliwe horyzontalne ograniczenia konkurencji, jak również przypadki nadużywania pozycji dominującej mające na celu lub prowadzące do eliminacji konkurencji na rynku), naruszenia poważne (do których należy zaliczyć przede wszystkim porozumienia horyzontalne niezaliczane do najpoważniejszych naruszeń, porozumienia pionowe wpływające na cenę lub warunki oferowania produktu, przypadki nadużywania pozycji dominującej mające na celu lub prowadzące do istotnego ograniczenia konkurencji lub dotkliwej eksploatacji kontrahentów lub konsumentów), naruszenia mniej poważne niż wyżej wymienione (naruszenia pozostałe, do których należą m.in. porozumienia wertykalne niedotyczące ceny lub możliwości odsprzedaży towaru, jak również przypadki nadużywania pozycji dominującej o mniejszej wadze).

W niniejszej sprawie Prezes Urzędu uznał, iż zawarte przez Knott i jego dystrybutorów porozumienie zakwalifikować należy do naruszeń poważnych, albowiem jest to porozumienie pionowe wpływające na cenę. Porozumienie zostało zawarte w wyniku apelu dystrybutorów o zawarcie porozumienia stabilizującego ceny, wyrażonego w faksie Romana Andruchowycza z dnia 08.02.2008 r., a następnie wylania przez Knott pisma przewodniego wraz z cennikiem minimalny, który został milcząco zaakceptowany przez dystrybutorów. Celem stron zawierających porozumienie było ograniczenie konkurencji cenowej pomiędzy dystrybutorami produktów Knott, a zatem uchylenie niepewności co do stosowanych przez nich cen dalszej odsprzedaży. W związku z powyższym kwotę wyjściową ustalono na poziomie 0,3% przychodu.

Ustalając wymiar kary organ antymonopolowy wziął w dalszej kolejności pod uwagę specyfikę rynku, na jakim doszło do naruszenia konkurencji. Kara powinna być bowiem tym większa, im większe jest natężenie negatywnych efektów związanych z naruszeniem prawa konkurencji lub im wyższe korzyści czerpie z niego przedsiębiorca.

W szczególności Prezes Urzędu wziął pod uwagę fakt, iż na rynku produkcji i dystrybucji akcesoriów do przyczep nie występują znaczące bariery wejścia na rynek oraz iż jest to rynek konkurencyjny. Na rynku sprzedaży poszczególnych produktów wchodzących w zakres pojęcia akcesoria do przyczep, działają liczni przedsiębiorcy, w tym aktywni są także przedsiębiorcy zagraniczni, zwłaszcza z terytorium Niemiec. Każdy z dystrybutorów objętych niniejszym postępowaniem ma w swojej ofercie nie tylko produkty Knott, ale także towary innych producentów. Z drugiej strony Prezes Urzędu wziął pod uwagę fakt, iż porozumienie zostało wprowadzone w życie i wywołało negatywne skutki na rynku (było przez dystrybutorów

⁴⁶ Wyrok Sądu Najwyższego z dnia 27 czerwca 2000 r., sygn. akt I CKN 793/98

przestrzegane). W związku z powyższym, mając na uwadze łącznie okoliczności dotyczące specyfiki rynku, kwotę wyjściową postanowiono obniżyć o 10%.

W przypadku dystrybutorów, których przychody z tytułu sprzedaży produktów Knott stanowią jedynie niewielką część przychodów przedsiębiorcy, Prezes Urzędu wziął pod uwagę tę okoliczność przy uwzględnianiu specyfiki rynku oraz działalności przedsiębiorcy. W tych przypadkach kwotę bazową postanowiono obniżyć łącznie o 40%. Niewielki procent przychodów z tytułu sprzedaży produktów Knott wzięto pod uwagę przy wyliczaniu kary dla następujących przedsiębiorców: Zbigniewa Eljasiewicza, Kazimierza Pierzgałskiego, Pamer Sp.j., Marka Reterskiego, Marka Nowickiego, Jana Cynka oraz Urszuli Prościak.

W trzeciej kolejności Prezes Urzędu wziął pod uwagę długotrwałość naruszenia. Mając na uwadze fakt, iż porozumienie zostało zawarte w styczniu 2009 r. na skutek przyjęcia oferty Knott, jaką był rozesłany do dystrybutorów cennik minimalny na akcesoria Knott przyjąć należy, iż w niniejszym przypadku nie mamy do czynienia z naruszeniem długotrwałym. W związku z powyższym Prezes Urzędu nie podwyższył wymiaru kwoty bazowej z uwagi na długotrwałość naruszenia przepisów ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

W czwartej kolejności Prezes Urzędu rozważył występujące w sprawie okoliczności łagodzące i obciążające.

5.1. Knott

Podkreślić należy, iż wymiar kary dla Knott uzasadnia działanie producenta, które organ antymonopolowy ocenia jako umyślne i podjęte z pełną świadomością. Nie bez znaczenia jest także potencjał ekonomiczny przedsiębiorcy oraz fakt, iż działając w ramach międzynarodowej grupy kapitałowej oraz dysponując doświadczeniem w prowadzeniu działalności gospodarczej na dużą skalę powinien on przykładać szczególną wagę do kwestii związanych z przestrzeganiem prawa konkurencji.

Knott był niewątpliwie inicjatorem zawarcia porozumienia na rynku hurtowej sprzedaży akcesoriów do przyczep. Mając na uwadze fakt, iż sugestia zawarcia porozumienia o bliżej nieokreślonej treści pochodziła od dystrybutorów, to jednak treść porozumienia, jak i samą ofertę jego zawarcia sformułował Knott. Przygotował on bowiem pismo przewodnie oraz wykaz cen minimalnych rozesłanych do dystrybutorów. Był więc autorem nowej polityki cenowej określonej w e-mailu z dnia 16.01.2009 r. Z założenia Knott miał także czuwać nad przestrzeganiem porozumienia w praktyce i wyjaśniać sytuacje, gdy pomimo przedstawienia cennika minimalnego, zdarzałyby się oferty odbiegające od niego.

W związku z powyższym Prezes Urzędu postanowił kwotę bazową ustaloną na poprzednich etapach podwyższyć o 20%.

Mając na uwadze wszystkie wyżej wymienione czynniki dotyczące wagi naruszenia, specyfiki rynku, długotrwałości naruszenia oraz okoliczności łagodzące i obciążające, Prezes Urzędu postanowił nałożyć na przedsiębiorcę karę w łącznej wysokości **103.194 zł**.

Dystrybutorzy Knott

Organ antymonopolowy podejmując decyzję o nałożeniu kary pieniężnej na poszczególnych dystrybutorów Knott wziął pod uwagę fakt, iż uczestniczyli oni w porozumieniu ograniczającym konkurencję mającym na celu ustalenie cen minimalnych cen odsprzedaży produktów Knott, czyli porozumienia cenowego, które jest uznawane za jedno z najpoważniejszych naruszeń prawa konkurencji.

W związku z powyższym Prezes Urzędu uznał, iż w związku z naruszeniem ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów zasadne jest nałożenie na dystrybutorów kary pieniężnej. Okoliczność, iż podmiot nie realizuje wyników porozumienia w przedmiocie naruszającym prawo

konkurencji, nie zwalnia go od odpowiedzialności z tytułu uczestnictwa w porozumieniu. Fakt, iż przedsiębiorstwo nie uczestniczyło we wszystkich obiektywnych znamionach porozumienia, albo w niektórych aspektach odgrywało rolę podrzędną, jest bowiem nieistotny w kontekście dowodów na dopuszczenie się czynów niezgodnych z prawem przez to przedsiębiorstwo.⁴⁷

W ocenie Prezesa Urzędu odnośnie dystrybutorów okolicznością obciążającą jest umyślne naruszenie ustawy. Okoliczności sprawy wskazują, iż oferta zawarcia porozumienia została sformułowana przez Knott w odpowiedzi na apele i sygnały o „psuciu rynku” wpływające od dystrybutorów i żądanie zawarcia porozumienia stabilizującego ceny. Zachowania dystrybutorów nie można tłumaczyć inaczej niż celowym dążeniem do ograniczenia konkurencji cenowej. Strony zatem wprost dążyły do zawarcia porozumienia. Dalszą kwestią jest przyczyna stojąca za dążeniem do zawarcia porozumienia, którą jak twierdzą strony było wyeliminowanie towaru kradzionego. Abstrahując od tego, iż dalsze przyczyny stojące za zamiarem zawarcia porozumienia ograniczającego konkurencję cenową nie są rozstrzygające w kwestii umyślności działania zważyć należy, iż postępowanie nie wykazało na jakiegokolwiek dowody, które potwierdzałyby przypuszczenia odnośnie wątpliwego pochodzenia produktów Knott sprzedawanych przez innych dystrybutorów.

5.2. Grzegorz Bylica

Organ Antymonopolowy podejmując decyzję o nałożeniu kary pieniężnej na ww. przedsiębiorcę wziął pod uwagę fakt, iż uczestniczył on w porozumieniu ograniczającym konkurencję mającym na celu ustalanie minimalnych cen odsprzedaży, która to praktyka jest uznawana za jedno z najpoważniejszych naruszeń prawa konkurencji. Naruszenie prawa nastąpiło umyślnie, albowiem celem porozumienia było wyeliminowanie konkurencji cenowej. W związku z powyższym uwzględniając okoliczności łagodzące i obciążające postanowiono podwyższyć kwotę bazową o 10%.

Mając na uwadze wszystkie wyżej wymienione czynniki dotyczące wagi naruszenia, specyfiki rynku, długotrwałości naruszenia oraz okoliczności łagodzące i obciążające, Prezes Urzędu postanowił nałożyć na przedsiębiorcę karę w łącznej wysokości **6.074 zł**.

5.3. Leszek Nowacki

Organ Antymonopolowy podejmując decyzję o nałożeniu kary pieniężnej na ww. przedsiębiorcę wziął pod uwagę fakt, iż uczestniczył on w porozumieniu ograniczającym konkurencję mającym na celu ustalanie minimalnych cen odsprzedaży, która to praktyka jest uznawana za jedno z najpoważniejszych naruszeń prawa konkurencji. Naruszenie prawa nastąpiło umyślnie, albowiem celem porozumienia było wyeliminowanie konkurencji cenowej. W związku z powyższym uwzględniając okoliczności łagodzące i obciążające postanowiono podwyższyć kwotę bazową o 10%.

Mając na uwadze wszystkie wyżej wymienione czynniki dotyczące wagi naruszenia, specyfiki rynku, długotrwałości naruszenia oraz okoliczności łagodzące i obciążające, Prezes Urzędu postanowił nałożyć na przedsiębiorcę karę w łącznej wysokości **3.519 zł**.

5.4. Zbigniew Eljasiewicz

Organ Antymonopolowy podejmując decyzję o nałożeniu kary pieniężnej na ww. przedsiębiorcę wziął pod uwagę fakt, iż uczestniczył on w porozumieniu ograniczającym konkurencję mającym na celu ustalanie minimalnych cen odsprzedaży, która to praktyka jest uznawana za jedno z najpoważniejszych naruszeń prawa konkurencji. Naruszenie prawa nastąpiło

⁴⁷ wyrok Trybunału Sprawiedliwości z 28.06.2005 r. w sprawie Dansk Rorindustri A/S i inni v. Komisja Wspólnot Europejskich, sygn. akt C-189/02

umyślnie, albowiem celem porozumienia było wyeliminowanie konkurencji cenowej. W związku z powyższym uwzględniając okoliczności łagodzące i obciążające postanowiono podwyższyć kwotę bazową o 10%

Mając na uwadze wszystkie wyżej wymienione czynniki dotyczące wagi naruszenia, specyfiki rynku, długotrwałości naruszenia oraz okoliczności łagodzące i obciążające, Prezes Urzędu postanowił nałożyć na przedsiębiorcę karę w łącznej wysokości **2.755 zł**.

5.5. Kazimierz Pierzgalski

Organ Antymonopolowy podejmując decyzję o nałożeniu kary pieniężnej na ww. przedsiębiorcę wziął pod uwagę fakt, iż uczestniczył on w porozumieniu ograniczającym konkurencję mającym na celu ustalanie minimalnych cen odsprzedaży, która to praktyka jest uznawana za jedno z najpoważniejszych naruszeń prawa konkurencji. Naruszenie prawa nastąpiło umyślnie, albowiem celem porozumienia było wyeliminowanie konkurencji cenowej. W związku z powyższym uwzględniając okoliczności łagodzące i obciążające postanowiono podwyższyć kwotę bazową o 10%.

Mając na uwadze wszystkie wyżej wymienione czynniki dotyczące wagi naruszenia, specyfiki rynku, długotrwałości naruszenia oraz okoliczności łagodzące i obciążające, Prezes Urzędu postanowił nałożyć na przedsiębiorcę karę w łącznej wysokości **1.253 zł**.

5.6 Pamer Sp.j.

Organ Antymonopolowy podejmując decyzję o nałożeniu kary pieniężnej na ww. przedsiębiorcę wziął pod uwagę fakt, iż uczestniczył on w porozumieniu ograniczającym konkurencję mającym na celu ustalanie minimalnych cen odsprzedaży, która to praktyka jest uznawana za jedno z najpoważniejszych naruszeń prawa konkurencji. Naruszenie prawa nastąpiło umyślnie, albowiem celem porozumienia było wyeliminowanie konkurencji cenowej. Prezes Urzędu uwzględnił szczególną rolę tego dystrybutora, który był najbardziej aktywny wobec Knott i sformułował on pismo do producenta zawierające apel o zawarcie porozumienia stabilizującego ceny. W związku z powyższym uwzględniając okoliczności łagodzące i obciążające postanowiono podwyższyć kwotę bazową o 20%.

Mając na uwadze wszystkie wyżej wymienione czynniki dotyczące wagi naruszenia, specyfiki rynku, długotrwałości naruszenia oraz okoliczności łagodzące i obciążające, Prezes Urzędu postanowił nałożyć na przedsiębiorcę karę w łącznej wysokości **3.121 zł**.

5.7. Marek Reterski

Organ Antymonopolowy podejmując decyzję o nałożeniu kary pieniężnej na ww. przedsiębiorcę wziął pod uwagę fakt, iż uczestniczył on w porozumieniu ograniczającym konkurencję mającym na celu ustalanie minimalnych cen odsprzedaży, która to praktyka jest uznawana za jedno z najpoważniejszych naruszeń prawa konkurencji. Naruszenie prawa nastąpiło umyślnie, albowiem celem porozumienia było wyeliminowanie konkurencji cenowej. W związku z powyższym uwzględniając okoliczności łagodzące i obciążające postanowiono podwyższyć kwotę bazową o 10%.

Mając na uwadze wszystkie wyżej wymienione czynniki dotyczące wagi naruszenia, specyfiki rynku, długotrwałości naruszenia oraz okoliczności łagodzące i obciążające, Prezes Urzędu postanowił nałożyć na przedsiębiorcę karę w łącznej wysokości **2.076 zł**.

5.8 Marek Nowicki

Organ Antymonopolowy podejmując decyzję o nałożeniu kary pieniężnej na ww. przedsiębiorcę wziął pod uwagę fakt, iż uczestniczył on w porozumieniu ograniczającym konkurencję mającym na celu ustalanie minimalnych cen odsprzedaży, która to praktyka jest uznawana za jedno z najpoważniejszych naruszeń prawa konkurencji. Naruszenie prawa nastąpiło umyślnie, albowiem celem porozumienia było wyeliminowanie konkurencji cenowej. W związku z powyższym uwzględniając okoliczności łagodzące i obciążające postanowiono podwyższyć kwotę bazową o 10%.

Mając na uwadze wszystkie wyżej wymienione czynniki dotyczące wagi naruszenia, specyfiki rynku, długotrwałości naruszenia oraz okoliczności łagodzące i obciążające, Prezes Urzędu postanowił nałożyć na przedsiębiorcę karę w łącznej wysokości **1.850 zł**.

5.9 Jan Cynka

Organ Antymonopolowy podejmując decyzję o nałożeniu kary pieniężnej na ww. przedsiębiorcę wziął pod uwagę fakt, iż uczestniczył on w porozumieniu ograniczającym konkurencję mającym na celu ustalanie minimalnych cen odsprzedaży, która to praktyka jest uznawana za jedno z najpoważniejszych naruszeń prawa konkurencji. Naruszenie prawa nastąpiło umyślnie, albowiem celem porozumienia było wyeliminowanie konkurencji cenowej. W związku z powyższym uwzględniając okoliczności łagodzące i obciążające postanowiono podwyższyć kwotę bazową o 10%.

Mając na uwadze wszystkie wyżej wymienione czynniki dotyczące wagi naruszenia, specyfiki rynku, długotrwałości naruszenia oraz okoliczności łagodzące i obciążające, Prezes Urzędu postanowił nałożyć na przedsiębiorcę karę w łącznej wysokości **1.013 zł**.

5.10 Urszula Prościak

Organ Antymonopolowy podejmując decyzję o nałożeniu kary pieniężnej na ww. przedsiębiorcę wziął pod uwagę fakt, iż uczestniczył on w porozumieniu ograniczającym konkurencję mającym na celu ustalanie minimalnych cen odsprzedaży, która to praktyka jest uznawana za jedno z najpoważniejszych naruszeń prawa konkurencji. Naruszenie prawa nastąpiło umyślnie, albowiem celem porozumienia było wyeliminowanie konkurencji cenowej. W związku z powyższym uwzględniając okoliczności łagodzące i obciążające postanowiono podwyższyć kwotę bazową o 10%.

Mając na uwadze wszystkie wyżej wymienione czynniki dotyczące wagi naruszenia, specyfiki rynku, długotrwałości naruszenia oraz okoliczności łagodzące i obciążające, Prezes Urzędu postanowił nałożyć na przedsiębiorcę karę w łącznej wysokości **2.573 zł**.

5.11 Ilona Nachtman

Organ Antymonopolowy podejmując decyzję o nałożeniu kary pieniężnej na ww. przedsiębiorcę wziął pod uwagę fakt, iż uczestniczył on w porozumieniu ograniczającym konkurencję mającym na celu ustalanie minimalnych cen odsprzedaży, która to praktyka jest uznawana za jedno z najpoważniejszych naruszeń prawa konkurencji. Naruszenie prawa nastąpiło umyślnie, albowiem celem porozumienia było wyeliminowanie konkurencji cenowej. W związku z powyższym uwzględniając okoliczności łagodzące i obciążające postanowiono podwyższyć kwotę bazową o 10%.

Mając na uwadze wszystkie wyżej wymienione czynniki dotyczące wagi naruszenia, specyfiki rynku, długotrwałości naruszenia oraz okoliczności łagodzące i obciążające, Prezes Urzędu postanowił nałożyć na przedsiębiorcę karę w łącznej wysokości **3.664 zł**.

5.12 Krzysztof Nachtman

Organ Antymonopolowy podejmując decyzję o nałożeniu kary pieniężnej na ww. przedsiębiorcę wziął pod uwagę fakt, iż uczestniczył on w porozumieniu ograniczającym konkurencję mającym na celu ustalanie minimalnych cen odsprzedaży, która to praktyka jest uznawana za jedno z najpoważniejszych naruszeń prawa konkurencji. Naruszenie prawa nastąpiło umyślnie, albowiem celem porozumienia było wyeliminowanie konkurencji cenowej. W związku z powyższym uwzględniając okoliczności łagodzące i obciążające postanowiono podwyższyć kwotę bazową o 10%.

Mając na uwadze wszystkie wyżej wymienione czynniki dotyczące wagi naruszenia, specyfiki rynku, długotrwałości naruszenia oraz okoliczności łagodzące i obciążające, Prezes Urzędu postanowił nałożyć na przedsiębiorcę karę w łącznej wysokości **4.838 zł**.

W związku z powyższym Prezes Urzędu postanowił jak w sentencji.

Zgodnie z art. 105 ust. 4 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów karę pieniężną należy uiścić w terminie 14 dni od uprawomocnienia się niniejszej decyzji na konto Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów:

NBP o/o Warszawa Nr 51 1010 1010 0078 7822 3100 0000.

Zgodnie z art. 78 ust. 1 ustawy z dnia 15 grudnia 2000 r. o ochronie konkurencji i konsumentów oraz z art. 479 (28) § 2 i 3 ustawy z dnia 17 listopada 1964 r. Kodeks postępowania cywilnego (Dz. U. z 1964 r., Nr 43, poz. 296 ze zm.), od niniejszej decyzji służy stronie odwołanie do Sądu Okręgowego w Warszawie - Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów, za pośrednictwem Prezesa Urzędu, w terminie dwutygodniowym od dnia doręczenia decyzji.

z upoważnienia
Prezesa Urzędu Ochrony
Konkurencji i Konsumentów
Jarosław Krüger
Dyrektor Delegatury

Otrzymują:

- | | |
|---|---|
| 1. Knott Sp. z o.o. w Zdziechowicach
reprezentowana przez radcę prawnego:
Renata Urowska
Renata Urowska i Wspólnicy Sp.k.
ul. Dąbrowskiego 79A
60-529 Poznań | 2. Grzegorz Bylica
ul. Krakowska 117a
34-120 Andrychów |
| 3. Leszek Nowacki
ul. Altanowa 1
86-005 Białe Błota | 4. Zbigniew Eljasiewicz
ul. Zabłudowska 45
15-585 Białystok |

- | | | | |
|-----|--|-----|---|
| 5. | Kazimierz Pierzgalski
ul. Solna 7
42-209 Częstochowa | 6. | PAMER Sp.j.
Facimiech 163
32-051 Wielkie Drogi |
| 7. | Marek Reterski
ul. Zelwerowicza 12
90-147 Łódź | 8. | Marek Nowicki
ul. Poznańska 81
05-850 Ożarów Mazowiecki |
| 9. | Jan Cynka
ul. Grunwaldzka 415
62-064 Plewiska | 10. | Urszula Prościak
ul. Chojnicka 58
70-737 Szczecin |
| 11. | Ilona Nachtman
ul. Krakowska 15
50-424 Wrocław | 12. | Krzysztof Nachtman
ul. Krakowska 15
50-424 Wrocław |