



**PREZES  
URZĘDU OCHRONY  
KONKURENCJI I KONSUMENTÓW**

DOK2-410-2/13/KS/JP

Warszawa, 23 grudnia 2016 r.

**DECYZJA nr DOK-1/2016**

- I.** Działając na podstawie art. 11 ust. 1 i 2 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. Nr 50, poz. 331 ze zm.) w związku z art. 3 ustawy z dnia 10 czerwca 2014 r. o zmianie ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów oraz ustawy – Kodeks postępowania cywilnego (Dz. U. z 2014 r. poz. 945), Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów, po przeprowadzeniu postępowania antymonopolowego, **uznaje za praktykę ograniczającą konkurencję** i naruszającą zakaz, o którym mowa w art. 6 ust. 1 pkt 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, udział Przedsiębiorstwa Produkcyjno-Handlowego Fordex sp. z o.o. z siedzibą w Poznaniu oraz INTERSPORT Polska S.A. z siedzibą w Cholerzynie w zawartym na krajowym rynku hurtowej sprzedaży sprzętu i akcesoriów narciarskich przez Przedsiębiorstwo Produkcyjno-Handlowe Fordex sp. z o.o. z siedzibą w Poznaniu oraz INTERSPORT Polska S.A. z siedzibą w Cholerzynie, porozumieniu ograniczającym konkurencję na krajowym rynku detalicznej sprzedaży sprzętu i akcesoriów narciarskich, polegającym na ustalaniu minimalnych detalicznych cen odsprzedaży sprzętu i akcesoriów narciarskich marki Nordica stosowanych przez INTERSPORT Polska S.A. z siedzibą w Cholerzynie **i stwierdza zaniechanie** jej stosowania z dniem 28 lutego 2012 r.
- II.** Działając na podstawie art. 106 ust. 1 pkt 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów w związku z art. 3 ustawy o zmianie ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów oraz ustawy – Kodeks postępowania cywilnego, Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów, po przeprowadzeniu postępowania antymonopolowego, z tytułu naruszenia zakazu, o którym mowa w art. 6 ust. 1 pkt 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, w zakresie określonym w pkt I sentencji niniejszej decyzji, **nakłada na Przedsiębiorstwo Produkcyjno-Handlowe Fordex sp. z o.o. z siedzibą w Poznaniu karę pieniężną w wysokości 72 344,67 zł** (słownie: siedemdziesiąt dwa tysiące trzysta czterdzieści cztery złote i sześćdziesiąt siedem groszy) płatną do budżetu państwa.

- III.** Działając na podstawie art. 109 ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów w związku z art. 3 oraz 7 ust. 1 ustawy o zmianie ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów oraz ustawy – Kodeks postępowania cywilnego, Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów, po przeprowadzeniu postępowania antymonopolowego, **odstępuje od nałożenia kary pieniężnej**, o której mowa w art. 106 ust. 1 pkt 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, **na INTERSPORT Polska S.A. z siedzibą w Cholerzynie** z tytułu naruszenia zakazu, o którym mowa w art. 6 ust. 1 pkt 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, w zakresie określonym w punkcie I sentencji niniejszej decyzji.
- IV.** Działając na podstawie art. 77 ust. 1 oraz art. 80 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów w związku z art. 3 ustawy o zmianie ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów oraz ustawy – Kodeks postępowania cywilnego, a zarazem stosownie do art. 263 §1 oraz art. 264 §1 ustawy z dnia 14 czerwca 1960 r. Kodeks postępowania administracyjnego (tekst jednolity: Dz. U. z 2016 r., poz. 23 ze zm.) w związku z art. 83 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów obciąża kosztami postępowania antymonopolowego Przedsiębiorstwo Produkcyjno-Handlowe Fordex sp. z o.o. z siedzibą w Poznaniu w kwocie 193,48 zł (słownie: sto dziewięćdziesiąt trzy złote i czterdzieści osiem groszy) oraz INTERSPORT Polska S.A. z siedzibą w Cholerzynie w kwocie 181,68 zł (słownie: sto osiemdziesiąt jeden złotych i sześćdziesiąt osiem groszy) i **zobowiązuje** do ich uiszczenia na rzecz Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów w terminie 14 dni od daty uprawomocnienia się niniejszej decyzji.

### UZASADNIENIE

- (1) Postępowanie antymonopolowe w sprawie, której dotyczy niniejsza decyzja, zostało wszczęte przez Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów (dalej: „**Prezes Urzędu**”) w następstwie postępowania wyjaśniającego (znak: DOK2-400-2/12/ND) prowadzonego w celu wyjaśnienia, czy w związku z działalnością przedsiębiorców na rynkach sprzedaży artykułów sportowych i sprzętu sportowego mogło dojść do naruszenia przepisów ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. Nr 50, poz. 331 ze zm.) (dalej również jako: „**u.o.k.k.**”), uzasadniającego wszczęcie postępowania antymonopolowego, w tym mającego na celu określenie, czy sprawa ma charakter antymonopolowy.
- (2) W ramach wskazanego powyżej postępowania wyjaśniającego Prezes Urzędu w dniu 31 stycznia 2012 r. przeprowadził w INTERSPORT Polska S.A. z siedzibą w Cholerzynie (dalej: „**INTERSPORT**”) kontrolę z przeszukaniem.

- (3) W dniu 13 kwietnia 2012 r. o godz. 18:08, INTERSPORT złożył za pośrednictwem wiadomości e-mail, zawierającej załącznik w postaci zeskanowanego pisma, wniosek o odstąpienie od nałożenia kary pieniężnej, o której mowa w art. 106 ust. 1 pkt 1 u.o.k.k. (względnie o obniżenie tej kary). Oryginał wniosku został doręczony przez INTERSPORT w dniu 16 kwietnia 2012 r. o godz. 13:12. Tym samym za datę złożenia wniosku należy uznać 13 kwietnia 2012 r. o godz. 18:08.
- (4) Pozyskany w toku tego postępowania wyjaśniającego materiał dowodowy wskazywał na istnienie uzasadnionego podejrzenia, że Przedsiębiorstwo Produkcyjno-Handlowe Fordex sp. z o.o. z siedzibą w Poznaniu (dalej: „**Fordex**”), działając jako dystrybutor hurtowy sprzętu i akcesoriów narciarskich, mógł zawrzeć ze swoimi kontrahentami, tj. dystrybutorami detalicznymi tych produktów, porozumienie polegające na antykonkurencyjnym ustalaniu detalicznych cen odsprzedaży sprzętu i akcesoriów narciarskich marki Nordica stosowanych przez dystrybutorów.
- (5) Postanowieniem z dnia 19 grudnia 2013 r. Prezes Urzędu wszczął postępowanie antymonopolowe przeciwko Fordex oraz INTERSPORT w sprawie podejrzenia naruszenia art. 6 ust. 1 pkt 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów poprzez uczestnictwo w zawartym na krajowym rynku hurtowej sprzedaży sprzętu i akcesoriów narciarskich przez Przedsiębiorstwo Produkcyjno-Handlowe Fordex Sp. z o.o. z siedzibą w Poznaniu z dystrybutorami detalicznymi produktów marki Nordica, w tym z INTERSPORT Polska S.A. z siedzibą w Cholerzynie, porozumieniu ograniczającym konkurencję na krajowym rynku detalicznej sprzedaży sprzętu i akcesoriów narciarskich, polegającym na ustalaniu sztywnych lub minimalnych detalicznych cen odsprzedaży sprzętu i akcesoriów narciarskich marki Nordica stosowanych przez dystrybutorów.
- (6) W odpowiedzi na zawiadomienie o wszczęciu postępowania antymonopolowego INTERSPORT nie przedstawił stanowiska. Fordex przedstawił natomiast stanowisko pismem z dnia 9 stycznia 2014 r., wskazując, że zacytowane w postanowieniu o wszczęciu postępowania antymonopolowego wiadomości e-mail nie świadczą o istnieniu porozumienia, które dotyczyłoby ustalania minimalnych lub sztywnych cen odsprzedaży sprzętu i akcesoriów narciarskich. Fordex wskazał, że wykluczone jest w niniejszej sprawie istnienie porozumienia, ponieważ zawarcie porozumienia wymaga zgodnej woli stron; w ocenie przedsiębiorcy takiej woli nie można przypisywać INTERSPORT.
- (7) Pismami z dnia 24 października 2016 r. Prezes Urzędu poinformował strony o zakończeniu postępowania dowodowego, informując zarazem o możliwości zapoznania się z aktami sprawy oraz wypowiedzenia się co do zebranego materiału dowodowego. Obie strony skorzystały z prawa wglądu do akt. Fordex nie skorzystał z prawa do przedstawienia

ostatecznego stanowiska. INTERSPORT przedstawił ostateczne stanowisko w sprawie pismem z dnia 19 listopada 2016 r.

- (8) Część informacji, na których Prezes Urzędu opiera niniejszą decyzję podlega ochronie prawnej i nie może być podana do wiadomości publicznej. Wobec powyższego informacje tego rodzaju zostaną zastąpione nawiasami kwadratowymi wraz z oznaczeniem „[INFORMACJA CHRONIONA]” i pozostaną niewidoczne w publicznie dostępnej treści decyzji.

**Prezes Urzędu ustalił następujący stan faktyczny.**

## **1. Podmioty i produkty, których dotyczy sprawa**

- (9) Przedmiotem postępowania w niniejszej sprawie była ocena działań podejmowanych przez Przedsiębiorstwo Produkcyjno-Handlowe Fordex Sp. z o.o. z siedzibą w Poznaniu oraz dystrybutorów detalicznych sprzętu i akcesoriów narciarskich marki Nordica w świetle zakazu zawierania porozumień ograniczających konkurencję, o którym mowa w art. 6 u.o.k.k.

### **1.1. Strony postępowania**

#### **1.1.1. Przedsiębiorstwo Produkcyjno-Handlowe Fordex Sp. z o.o. z siedzibą w Poznaniu**

- (10) Przedsiębiorstwo Produkcyjno-Handlowe Fordex Sp. z o.o. z siedzibą w Poznaniu jest podmiotem wpisanym do rejestru przedsiębiorców prowadzonego przez Sąd Rejonowy Poznań – Nowe Miasto i Wilda w Poznaniu pod numerem 0000116722.

**Dowód:** odpis z Krajowego Rejestru Sądowego, k. 38-39.

- (11) Fordex jest wyłącznym dystrybutorem hurtowym sprzętu narciarskiego i akcesoriów narciarskich marki Nordica w Polsce. Fordex dystrybuje, między innymi, narty, buty i akcesoria narciarskie marki Nordica.

**Dowód:** pismo Fordex z dnia 23 listopada 2015 r., k. 452.

#### **1.1.2. INTERSPORT Polska S.A. z siedzibą w Cholerzynie**

- (12) INTERSPORT Polska S.A. z siedzibą w Cholerzynie jest podmiotem wpisanym do rejestru przedsiębiorców prowadzonego przez Sąd Rejonowy dla Krakowa-Śródmieścia w Krakowie pod numerem 0000216182.

**Dowód:** odpis z Krajowego Rejestru Sądowego, k. 65-75.

- (13) Przed nawiązaniem współpracy z Grupą INTERSPORT (IIC-INTERSPORT International Corporation GmbH z siedzibą w Bernie, Szwajcaria) w 2006 r., INTERSPORT działał pod firmą Przedsiębiorstwo Usługowe MAKS S.A. z siedzibą w Brzeziu.

**Dowód:** pismo INTERSPORT z dnia 13 kwietnia 2012 r., k. 697.

- (14) INTERSPORT jest detalicznym sprzedawcą sprzętu sportowego, prowadzącym sprzedaż w kilkudziesięciu sklepach stacjonarnych na obszarze całej Polski oraz za pośrednictwem sklepu internetowego.

**Dowód:** pismo INTERSPORT z dnia 13 kwietnia 2012 r., k. 696-697.

- (15) INTERSPORT prowadzi działalność gospodarczą wyłącznie na obszarze Polski i zgodnie z podpisaną umową na korzystanie ze znaku towarowego „INTERSPORT” może prowadzić działalność pod tą nazwą jedynie na wskazanym powyżej obszarze.

**Dowód:** pismo INTERSPORT z dnia 10 lipca 2012 r., k. 515.

## **1.2. Produkty**

- (16) Porozumienie objęte zakresem niniejszej decyzji dotyczy sprzętu i akcesoriów narciarskich marki Nordica. Do wskazanej powyżej kategorii produktów należą, między innymi, buty narciarskie, plecaki oraz torby na buty.

- (17) Należy jednocześnie wskazać, że w przypadku sprzętu i akcesoriów narciarskich rozróżnia się produkty stanowiące tzw. modele kolekcyjne i specjalne poszczególnych producentów sprzętu i akcesoriów narciarskich. Modele specjalne (dalej: „SMU”) produkowane są dla danego sprzedawcy detalicznego. Modele kolekcyjne mogą być natomiast oferowane przez wszystkich sprzedawców detalicznych. Tym samym, modele kolekcyjne pozostają dostępne dla wszystkich uczestników rynku.

**Dowód:** pismo INTERSPORT z dnia 13 kwietnia 2012 r., k. 697.

## **1.3. Zasady sprzedaży produktów marki Nordica**

- (18) Działalność Fordex obejmuje sprzedaż hurtową sprzętu i akcesoriów narciarskich marki Nordica na obszarze Polski. W ramach tej działalności Fordex współpracuje z przedsiębiorcami prowadzącymi sprzedaż na poziomie detalicznym.

- (19) W poszczególnych latach okresu 2009-2011 produkty marki Nordica nabywało od Fordex odpowiednio 161 (2009 r.), 200 (2010 r.) oraz 147 (2011 r.) odbiorców. Tożsamość tych podmiotów wskazana jest w dokumencie przywołanym poniżej. Jednym z dystrybutorów współpracujących z Fordex był INTERSPORT.

**Dowód:** zestawienie wartości zakupów odbiorców marki Nordica, k. 18-23.

(20) Z ustaleń poczynionych przez Prezesa Urzędu wynika, że w okresie od 2009 do 2012 r. Fordex nie zawierał pisemnych umów dystrybucyjnych z dystrybutorami detalicznymi, które normowałyby łączące ich stosunki w sposób ramowy. Fordex nie posiada tym samym również wzorców takich umów.

(21) Dystrybuowane przez Fordex produkty marki Nordica nabywane były przez sprzedawców detalicznych w drodze indywidualnych, składanych co roku zamówień. Stosunki z zamawiającymi regulowane były przez Fordex i jego partnerów handlowych często bez wykorzystania umów sporządzanych na piśmie.

**Dowód:** pismo Fordex z dnia 12 września 2012 r., k. 16.

(22) Zamówienia i ustalenia co do warunków handlowych sprzedaży czynione były przez przedsiębiorców w drodze wymiany wiadomości e-mail, w trakcie rozmów telefonicznych, a także w ramach spotkań w siedzibach przedsiębiorców oraz na targach sprzętu narciarskiego.

**Dowód:** a) pismo [INFORMACJA CHRONIONA], z dnia 14 lipca 2014 r., k. 100;  
b) pismo [INFORMACJA CHRONIONA], z dnia 21 lipca 2014 r., k. 88;  
c) pismo [INFORMACJA CHRONIONA] z dnia 14 sierpnia 2014 r., k. 153.

(23) Niezależnie od ustaleń czynionych z poszczególnymi dystrybutorami w związku ze składanymi przez nich zamówieniami, Fordex przysyłał dystrybutorom detalicznym cenniki sprzętu i akcesoriów marki Nordica, jak również udostępniał te cenniki za pośrednictwem zewnętrznego serwera FTP. Cenniki te obejmowały, między innymi, kolumnę „cena detaliczna w PLN” (względnie „sugerowana cena detaliczna”, „cena detaliczna”, „cena spr brutto” lub „cena sprzedaży”).

**Dowód:** a) formularze zamówień, k. 56-57, 94-97, 113-123, 129-138, 184-187, 525, 527-528, 530;  
b) wiadomość e-mail z dnia 14 października 2011 r. (09:46), k. 526.

(24) Zgodnie z informacjami przedstawionymi przez INTERSPORT posługiwanie się przez przedsiębiorców cennikami, zawierającymi sugerowane ceny detaliczne, stanowi co do zasady powszechną praktykę rynkową w obrocie sprzętem i akcesoriami narciarskimi. Zawarte w katalogach produktów sugerowane ceny detaliczne umożliwiają bowiem pozycjonowanie produktów w ofercie dystrybutora detalicznego i określenie ich potencjału handlowego. Zgodnie z wyjaśnieniami INTERSPORT, w kontekście relacji z Fordex wskazane w przekazywanych przez Fordex katalogach ceny detaliczne umożliwiały także określenie wysokości uzyskiwanych przez INTERSPORT rabatów, a w konsekwencji również wysokość hurtowych cen zakupu INTERSPORT.

**Dowód:** pismo INTERSPORT z dnia 13 kwietnia 2012 r., akapity 4.1.5-4.1.6, k. 697-698.

- (25) W relacjach Fordex z INTERSPORT zastosowanie znajdowały dwa główne rodzaje rabatów: podstawowe i dodatkowe (wspomagające wyprzedaże). Rabaty te określane były w szczegółowych warunkach zamówień<sup>1</sup>.

**Dowód:** a) pismo INTERSPORT z dnia 13 kwietnia 2012 r., akapity 4.1.5-4.1.6, k. 697-698;  
b) pismo INTERSPORT z dnia 21 maja 2015 r., k. 595-596;  
c) Szczegółowe Warunki Zamówienia – Fordex-Nordica jz2009/2010, k. 611;  
d) Szczegółowe Warunki Zamówienia – Fordex-Nordica jz2010/2011, k. 613-614;  
e) Szczegółowe Warunki Zamówienia – Fordex-Nordica jz2011/2012, k. 617-618.

- (26) Rabaty podstawowe odnoszone były do cen wskazanych w katalogach sprzętu jako sugerowane ceny detaliczne. Rabaty te umożliwiały określenie **hurtowej ceny zakupu produktów**. Rabat podstawowy miał w danym sezonie wartość stałą i był odnoszony do całości zamówienia złożonego przez INTERSPORT.

**Dowód:** pismo INTERSPORT z dnia 21 maja 2015 r., k. 595.

- (27) Rabaty wspomagające były natomiast udzielane przez Fordex jako forma pomocy w przeprowadzeniu posezonalnych wyprzedaży.

- (28) W celu uzyskania rabatów wspomagających, w określonym dniu każdego sezonu INTERSPORT sumował i przedstawiał Fordex wartość sprzętu pozostałego w sklepach i magazynach INTERSPORT. W sezonie 2008/2009 dzień dokonania przez INTERSPORT zestawień określony został na 1 lutego oraz 1 sierpnia. W sezonie 2009/2010 na 1 lutego 2010 r., natomiast w sezonach 2010/2011 oraz 2011/2012 na 31 stycznia odpowiednio 2011 oraz 2012 r.

**Dowód:** a) Szczegółowe Warunki Zamówienia (Fordex-Nordica), k. 603;  
b) Szczegółowe Warunki Zamówienia – Fordex-Nordica jz2009/2010, k. 611;  
c) Szczegółowe Warunki Zamówienia – Fordex-Nordica jz2010/2011, k. 613-614;  
d) Szczegółowe Warunki Zamówienia – Fordex-Nordica jz2011/2012, k. 617-618.

- (29) W oparciu o przekazane dane, Fordex decydował o udzieleniu rabatu wspomagającego w wysokości do 10% liczonych od (hurtowych) cen zakupu sprzętu lub uzgadniał z INTERSPORT inne formy pomocy wspomagającej wyprzedaż. Należy zatem zauważyć, że

---

<sup>1</sup> Oprócz wskazanych powyżej dwóch głównych typów rabatów, w relacjach między Fordex i INTERSPORT zastosowanie znajdowały również inne rodzaje rabatów określone każdorazowo w szczegółowych warunkach zamówień – rabatami takimi były rabat logistyczny (wykorzystywany w sezonach 2010-2011 oraz 2011-2012) oraz rabat „dodatkowy” do rabatu podstawowego, który uzależniony był od wielkości zamówień (zgodnie ze szczegółowymi warunkami zamówień, rabat ten był wykorzystywany w sezonie 2008-2009).

ceny detaliczne określone w katalogach sprzętu służyły pośrednio do obliczenia wartości rabatów wspomagających.

- (30) Należy również podkreślić, że Fordex zachowywał dyskrecjonalność w określaniu dokładnej wartości rabatów wspomagających. Potwierdza to treść wiadomości e-mail z dnia 8 lutego 2012 r., w której [INFORMACJA CHRONIONA] (Fordex) informuje [INFORMACJA CHRONIONA] (INTERSPORT), że: *„Z wielkim bolem patrzyliśmy na wyniki, a przede wszystkim na kwotę, która mamy do partycypacji, bo jest wielokrotnie większa niż w ubiegłym sezonie, a obroty były dużo mniejsze (...) Po trudnych dyskusjach otrzymałem zgodę na tak dużą partycypację biorąc pod uwagę warunki mówiące o rabacie do 10%, czyli macie max z tego co w warunkach”<sup>2</sup>.*

**Dowód:** wiadomość e-mail z dnia 8 lutego 2012 r. (13:14), k. 568.

## **2. Opis praktyki**

### **2.1. Ogólny zarys działań przedsiębiorców**

- (31) Fordex i INTERSPORT rozpoczęły współpracę w zakresie sprzedaży produktów marki Nordica w 2000 r.

**Dowód:** pismo INTERSPORT z dnia 10 stycznia 2014 r., k. 547.

- (32) Warunki współpracy między przedsiębiorcami ustalane były przez Fordex i INTERSPORT odrębnie dla każdego zamówienia w formie „Szczegółowych Warunków Zamówienia”. W „Szczegółowych Warunkach Zamówień” przedsiębiorcy określali, między innymi, wysokość rabatów, zasady dokonywania dostaw, zasady przeprowadzania przez INTERSPORT sezonowych wyprzedaży, a także procedurę obiegu dokumentów między przedsiębiorcami. Warunki te przesyłane były w formie elektronicznej jako załączniki do wiadomości e-mail wymienianych przez przedstawicieli Fordex oraz INTERSPORT.

**Dowód:** a) pismo INTERSPORT z dnia 21 maja 2015 r., k. 595;  
b) Szczegółowe Warunki Zamówienia (Fordex-Nordica), k. 603;  
c) Szczegółowe Warunki Zamówienia – Fordex-Nordica jz2009/2010, k. 611;  
d) Szczegółowe Warunki Zamówienia – Fordex-Nordica jz2010/2011, k. 613-614;  
e) Szczegółowe Warunki Zamówienia – Fordex-Nordica jz2011/2012, k. 617-618.

- (33) Niezależnie od powyższego Fordex i INTERSPORT dokonywały ustaleń oraz wymieniały informacje co do poziomu cen detalicznych sprzętu i akcesoriów marki Nordica, które

---

<sup>2</sup> W cytowanych w niniejszej decyzji fragmentach wiadomości wymienionych przez przedstawicieli przedsiębiorców zachowano pisownię oryginalną. Kursywy i pogrubienia czcionki w cytowanych w niniejszej decyzji wiadomościach e-mail nie stanowią oryginalnego elementu tych wiadomości.



INTERSPORT nabywał od Fordex i sprzedawał w obrocie detalicznym. Fordex informował INTERSPORT o poziomie cen, jakie dystrybutor ten miał oferować konsumentom. Ceny te były następnie wprowadzane przez INTERSPORT do jego systemów wewnętrznych.

- Dowód:** a) oświadczenie [INFORMACJA CHRONIONA], k. 522.  
b) oświadczenie [INFORMACJA CHRONIONA], k. 564-566.

## 2.2. Kwestionowane działania przedsiębiorców

- (34) Zgodnie z informacjami przedstawionymi przez INTERSPORT działania Fordex i INTERSPORT polegające na ustalaniu poziomu cen detalicznych produktów marki Nordica rozpoczęły się w 2000 r., tj. wraz z nawiązaniem przez przedsiębiorców współpracy w zakresie dystrybucji produktów marki Nordica.

**Dowód:** pismo INTERSPORT z dnia 10 stycznia 2014 r., k. 547.

- (35) Istotną rolę w uzgadnianiu poziomu cen na produkty marki Nordica miały cenniki przesyłane przez Fordex kontrahentowi oraz wskazane w nich ceny detaliczne produktów określane jako sugerowane.

**Dowód:** pismo INTERSPORT z dnia 13 kwietnia 2012 r., akapit 4.3.1, k. 702-703.

- (36) Ceny te, mimo określania ich jako „sugerowane”, przyjmowały formę minimalnych cen odsprzedaży, co miało związek z dodatkową komunikacją między przedsiębiorcami<sup>3</sup>. Powyższy fakt znajduje potwierdzenie w wyjaśnieniach przedstawionych przez INTERSPORT.

**Dowód:** pismo INTERSPORT z dnia 13 kwietnia 2012 r., akapity 4.1.7 oraz 4.3.2, k. 698 oraz 703.

- (37) Komunikacja między przedsiębiorcami we wskazanym powyżej zakresie odbywała się na spotkaniach organizowanych na targach sprzętu sportowego, a także w ramach rozmów telefonicznych oraz wymiany wiadomości e-mail<sup>4</sup>.

- (38) W przypadku spotkań między przedstawicielami przedsiębiorców, koordynacja dotycząca kształtowania cen detalicznych modeli katalogowych produktów marki Nordica odbywała się na targach sprzętu sportowego ISPO w Monachium oraz na targach sprzętu sportowego w Kielcach.

---

<sup>3</sup> Omówienie tej komunikacji przedstawione zostało poniżej.

<sup>4</sup> W zakresie ustaleń czynionych drogą telefoniczną, zob. akapit 45 i przywołaną tam wiadomość e-mail, w której nadawca nawiązuje do przeprowadzonej wcześniej rozmowy.

(39) Zgromadzony materiał dowodowy wskazuje, że przedstawiciele Fordex i INTERSPORT brali udział w targach ISPO w dniach:

- (i) 27-29 stycznia 2008 r. w Monachium;
- (ii) 2-3 lutego 2009 r. w Monachium;
- (iii) 7-9 lutego 2010 r. w Monachium;
- (iv) 8-9 lutego 2011 r. w Monachium;
- (v) 29 stycznia-1 lutego 2012 r. w Monachium.

**Dowód:** oświadczenie [INFORMACJA CHRONIONA], k. 564-565.

(40) W targach w Kielcach przedstawiciele przedsiębiorców brali natomiast udział w dniach:

- (i) 20-21 lutego 2009 r.;
- (ii) 26-27 lutego 2010 r.;
- (iii) 16-19 lutego 2011 r.;
- (iv) 15-17 lutego 2012 r.

**Dowód:** a) oświadczenie [INFORMACJA CHRONIONA], k. 564-565;  
b) pismo INTERSPORT z dnia 21 maja 2015 r., k. 599.

(41) W ramach wskazanych powyżej targów sprzętu organizowane były indywidualne spotkania między przedstawicielami Fordex oraz przedstawicielami INTERSPORT, w których Fordex reprezentowany był przez [INFORMACJA CHRONIONA] (osoba odpowiedzialna za kontakty z dystrybutorami detalicznymi), a INTERSPORT przez [INFORMACJA CHRONIONA] (Kierownik działu zaopatrzenia). Zgromadzony materiał dowodowy wskazuje również, że w spotkaniu zorganizowanym w ramach targów ISPO w Monachium w 2012 r. uczestniczył także [INFORMACJA CHRONIONA] (Prezes Zarządu INTERSPORT).

**Dowód:** a) oświadczenie [INFORMACJA CHRONIONA], k. 564-565;  
b) wiadomość e-mail z dnia 24 stycznia 2012 r. (08:26), k. 620;  
c) pismo INTERSPORT z dnia 21 maja 2015 r., k. 596.

(42) Na wskazanych powyżej spotkaniach wymieniano informacje co do poziomu cen detalicznych na kolejny sezon. W ramach wymiany informacji między przedstawicielami przedsiębiorców, przedstawiciel Fordex nakłaniał również przedstawicieli INTERSPORT do stosowania się do uzgodnionych poziomów cen detalicznych na modele kolekcyjne marki Nordica. Przedstawiciele INTERSPORT byli również nakłaniani przez Fordex do zaniechania przez INTERSPORT nieuzgodnionych obniżek cen, w odniesieniu do których skargi składali inni

dystrybutorzy detaliczni. Powyższe sugestie ze strony przedstawicieli Fordex znajdowały akceptację ze strony przedstawicieli INTERSPORT.

- Dowód:**
- a) pismo INTERSPORT z dnia 10 stycznia 2014 r., k. 548;
  - b) oświadczenie [INFORMACJA CHRONIONA], k. 564-565;
  - c) pismo INTERSPORT z dnia 21 maja 2015 r., k. 597-598;
  - d) wiadomość e-mail z dnia 21 listopada 2008 r. (9:10), k. 46;
  - e) wiadomość e-mail z dnia 26 lutego 2009 r. (16:38), k. 608.

- (43) Fakty, o których mowa powyżej znajdują również odzwierciedlenie w wiadomościach e-mail otrzymywanych przez Fordex.
- (44) W wiadomości e-mail z dnia 20 listopada 2008 r. (17:43) przesłanej [INFORMACJA CHRONIONA] (Fordex) przez współpracującego z Fordex dystrybutora detalicznego, dystrybutor ten stwierdził: „(...) *Odnosząc się do poprzedniego wątku **pragnę zauważyć, że sieć sklepów INTER SPORT z początkiem sezonu rozpoczęła (poprzedzona dużą kampanią reklamową) wyprzedaż przedsezonową. Dokładnie jest to rzekomy urodzinowy zwrot VAT, a w rzeczywistości 18% przecena przedsezonowa spowodowana strachem przed przetowarowaniem związanym ze sztucznie podkręconą paniką która raczej jednak wywoła chwilowy kryzys. Wiec mamy trzy wersje: 1) Wy jako dystrybutor wiedzieliście o tej akcji i: a) nie przedsięwzięliście środków mających zapobiec deregulacji rynku b) nie poinformowaliście swoich innych podopiecznych 2) nie wiedzieliście o tej akcji co oznacza jedno. robią co chcą i w sie nie przejmują a wy jesteście jedynie milczącym pośrednikiem. 3) was to nie interesuje (najgorsza opcja) (...)***”.

**Dowód:** wiadomość e-mail z dnia 20 listopada 2008 r. (17:43), k. 44.

- (45) Powyższa wiadomość została następnie przekazana [INFORMACJA CHRONIONA] (INTERSPORT), [INFORMACJA CHRONIONA] (Prezes Zarządu INTERSPORT) oraz [INFORMACJA CHRONIONA] (INTERSPORT). Podejmując kontakt z przedstawicielami INTERSPORT, [INFORMACJA CHRONIONA] (Fordex) odniósł się do wcześniej poczynionych ustaleń i przypomniał o konieczności ich przestrzegania, informując w wiadomości e-mail z dnia 20 listopada 2008 r. (18:15), że: „*W załączeniu mail sprzed chwili. Czesciowo nie dotyczy sie spraw związanych z Intersportem, jednak nie chcialem nic wycinac, żeby był wiarygodny. Wyraznie uwiadczenia skale problemu i postrzeganie waszej akcji „urodzinowej” i konsekwencje splywajace na nas. Dzis z toba [[INFORMACJA CHRONIONA] – dop. Prezes Urzędu] o tym rozmawialem i mówiłeś, że to incydent, że ktoś się upomniał. Mogę Ci wymienić kilku ważnych klientów, którzy takim obrotem sprawy delikatnie mówiąc nie są zachwyceni. Nie wierze wiec, ze nie masz odzewu rynku na ta „akcje”. Ja w każdym razie czuje się z tym zle, bo jak napisal klient jestem postrzegany jak w*

*jednym z tych 3 punktów. Jeśli inni dystrybutorzy to lubia to ich sprawa, mi zależy na porządku na rynku, a w szczególności na dobrych relacjach ze stałymi klientami. Oboje wiemy jakie uzgodnienia poczyniliśmy przed sezonem dotyczące trzymania cen detalicznych na produkty katalogowe. Nie możemy narzucać cen detalicznych w umowach, jednak uważam, że jeśli coś ustalimy nawet ustnie to powinno być dotrzymane. Oczywiście macie inne możliwości robienia tego typu akcji, gdyż w waszej gamie przeważają buty SMU, więc idźcie takim problemom zapobiec na przyszłość. Liczę, że weźmiecie to pod uwagę”.*

**Dowód:** wiadomość e-mail z dnia 20 listopada 2008 r. (18:15), k. 45.

- (46) Odnosząc się do powyższej sygnalizacji ze strony przedstawiciela Fordex, [INFORMACJA CHRONIONA] (INTERSPORT) wskazał natomiast w wiadomości e-mail z dnia 21 listopada 2008 r. (9:10) przesłanej [INFORMACJA CHRONIONA] (Fordex), że: *„Po części masz rację i się z tym zgadzam. Zdaje sobie sprawę, że przez naszą akcję masz trochę zamieszania, może nawet kłopotów. Jednak tak jak wspominałem jest to akcja wyjątkowa na 20 lecie firmy. Pierwszy raz zrobiliśmy taką akcję. Współpracujemy już trochę lat i sam musisz przyznać, że z nami dużych problemów nigdy nie było. Zawsze trzymaliśmy ceny, wiedząc nawet o tym, że inne mniejsze sklepy ceny opuszczają. Ten przykład, przedstawiający problemy, który mi przesłałeś mówi tylko o tym, że współpracujesz z niewłaściwymi odbiorcami”.*

**Dowód:** wiadomość e-mail z dnia 21 listopada 2008 r. (9:10), k. 46.

- (47) Kwestia stosowania przez INTERSPORT ustalonych z Fordex poziomów cen detalicznych na produkty marki Nordica stała się również przedmiotem dyskusji między przedstawicielami przedsiębiorców w kolejnym sezonie. Dokonując ustaleń co do wielkości zamówienia na sezon 2009/2010 przedstawiciel Fordex zwrócił się do INTERSPORT o poszanowanie ustaleń dotyczących stosowania uzgodnionych cen odsprzedaży. Znajduje to potwierdzenie w wiadomości e-mail przesłanej przez [INFORMACJA CHRONIONA] (Fordex) do [INFORMACJA CHRONIONA] (INTERSPORT) w dniu 26 lutego 2009 r. (14:23), w której wskazał on, że: *„(...) Warunki przeszły z bólem, ale podpis mam i możemy potwierdzić to zamówienie. Jest jednak parę spraw, które chciałbym uściślić nieoficjalnie, ale na piśmie. Mianowicie trzymanie cen detalicznych. Jak wiesz były pewne akcje z waszej strony, a że na przyszły sezon nie macie rolek SMU wolę, żeby ceny były trzymane do końca stycznia, chyba że pojawi się na rynku dany but w niższej cenie (np. Decathlon, czy Ski Team) z którymi nie współpracujemy bezpośrednio i zaniża ceny (...)”.*

**Dowód:** wiadomość e-mail z dnia 26 lutego 2009 r. (14:23), k. 574.

- (48) Przez „współpracę bezpośrednią” należy w powyższym kontekście rozumieć nabywanie produktów marki Nordica od Fordex – w ocenie Fordex niektórzy przedsiębiorcy

funkcjonujący na polskim rynku pozyskiwali produkty marki Nordica w innych państwach członkowskich Unii Europejskiej (dalej: „**Państwa Członkowskie**”).

**Dowód:** pismo Fordex z dnia 23 listopada 2015 r., k. 452.

- (49) Propozycja, o której mowa powyżej, spotkała się z jednoznaczną akceptacją ze strony przedstawiciela INTERSPORT, który w wiadomości e-mail przesłanej w dniu 26 lutego 2009 r. (16:38) na adres [INFORMACJA CHRONIONA] (Fordex) poinformował: „(...) **Trzymanie cen detalicznych. Ok. zgadzam się jednak pod warunkiem, że będziemy w styczniu w kontakcie i jeżeli będzie jakiś model, którego odsprzedaż będzie szła źle to wspólnie ustalimy co zrobić i w jakim stopniu (...)**”.

**Dowód:** wiadomość e-mail z dnia 26 lutego 2009 r. (16:38), k. 608.

- (50) Ustalony na sezon 2009/2010 poziom cen modyfikowany był następnie w związku ze zmianą stawki podatku VAT dotyczącego niektórych kategorii produktów, o czym przedstawiciel Fordex poinformował przedstawiciela INTERSPORT wiadomością e-mail z dnia 12 sierpnia 2009 r. (13:12) wskazując, że: „**Jak co roku jest zmiana w związku z 7% vatem na dziecięce buty Nordica, dlatego poniżej ceny, które proszę wprowadz do systemu jako nowe – zarówno detal jak i hurt. Ceny w systemie intersportu to GPT 399,99 GPT2 299,99. W związku z zmianą VATu z 22% na 7% ceny ulegną zmianie: na GPTJ do 359,99 i a na GPT2 do 269,99. W związku z tym zmieniają się też ceny hurtowe brutto -- 208,79 i 156,59. Ceny hurtowe netto to - GPTJ – 195,13, GPT2 -- 146,35 PLN**”.

**Dowód:** wiadomość e-mail z dnia 12 sierpnia 2009 r. (13:12), k. 739.

- (51) Do ponownej komunikacji za pośrednictwem wiadomości e-mail doszło między Fordex i INTERSPORT w sezonie 2011/2012, co wynikało z faktu dokonywania akcji promocyjnych przez konkurentów INTERSPORT. W tym kontekście [INFORMACJA CHRONIONA] (INTERSPORT) poinformował [INFORMACJA CHRONIONA] (Fordex), że: „**Uprzejmie informuje iż w związku z akcjami promocyjnymi, praktykowanymi przez konkurencję w ramach produktów KOLEKCYJNYCH z sezonu jz2011/2012 jesteśmy zmuszeni zareagować zmianą naszej polityki. Zniżki oferowane przez niektóre podmioty dochodzą do 30% na wszystkie produkty kolekcyjne !!!!!!!!! (!!!) W związku z takimi obniżkami cen już od 04 listopada (!!!!!) do 31 grudnia 2011 roku informujemy, iż wprowadzamy naszą nową politykę kształtowania cen produktów**”.

**Dowód:** wiadomość e-mail z dnia 30 listopada 2011 r. (10:55), k. 724.

- (52) W odpowiedzi na powyższą informację [INFORMACJA CHRONIONA] (Fordex) w dniu 30 listopada 2011 r. (10:55) przesłał [INFORMACJA CHRONIONA] (INTERSPORT)

wiadomość e-mail, zgodnie z którą: „**Fordex nie współpracuje z klientami, którzy w ten sposób działają. Zdarzają się przeceny, ale tylko produktów pozakatalogowych lub stoków. Najwięcej narzekan było właśnie na was jak robiliście weekendy bez VAT, ale to już mam nadzieję przeszłość. Ufam, że nadal będziemy współpracować tak udanie jak dotychczas**”.

**Dowód:** wiadomość e-mail z dnia 30 listopada 2011 r. (10:55), k. 724.

- (53) Podsumowując wyniki sprzedaży za sezon 2011/2012, przedstawiciel Fordex kontaktując się z przedstawicielem INTERSPORT w dniu 8 lutego 2012 r. (13:14) nawiązał do faktu przeprowadzenia wskazanej powyżej wiadomości INTERSPORT informując, między innymi, że: „(...) **wasza wcześniejsza przecena tylko nam zaszkodziła. Nie ma nas w Ski-Teamie, a mimo to była przecena już w grudniu i z niewielkim skutkiem u was, a ten manewr podawało wielu jako powód nieodebrania części towaru, niekoniecznie był prawdziwy, bo wiadomo jaka była pogoda. Nordica jest jedną z nielicznych firm, która na katalogowe produkty jest w stanie utrzymać detal**”.

**Dowód:** wiadomość e-mail z dnia 8 lutego 2012 r. (13:14), k. 568.

- (54) Zgodnie z wyjaśnieniami INTERSPORT wspólne ustalanie cen detalicznych na produkty marki Nordica przez Fordex i INTERSPORT miało zakończyć się dnia 28 lutego 2012 r. Powyższe miało mieć związek ze spotkaniem, które odbyło się w siedzibie INTERSPORT między [INFORMACJA CHRONIONA] (Fordex) i [INFORMACJA CHRONIONA] (INTERSPORT) i które dotyczyło oferty zakupu produktów marki Level. W podsumowaniu tego spotkania, w wiadomości e-mail przesłanej w dniu 1 marca 2012 r. [INFORMACJA CHRONIONA] (Fordex) stwierdził, między innymi: „**Ceny detaliczne [na produkty marki Level, tj. innej niż Nordica – dop. Prezes Urzędu] będą trzymane u wszystkich naszych klientów, więc marża jest pewna. Nie nalegamy także na ilości, chce, byś świadomie wzięła pod uwagę fakt, że marka podnosi prestiż sklepów, jest rozpowszechniana przez świat snowboardzistów, nie ma reklamacji, dostawy są na czas, a my jako firma współpracujemy z wami już od początku, zawsze się wspieraliśmy i finalnie z dobrym skutkiem**”<sup>5</sup>.

**Dowód:** a) wiadomość e-mail z dnia 1 marca 2012 r. (14:24), k. 725;

b) pismo INTERSPORT z dnia 10 stycznia 2014 r., s. 2, k. 547;

c) pismo INTERSPORT z dnia 21 maja 2015 r., s. 6, k. 599.

- (55) Należy przy tym podkreślić, że chociaż opisane powyżej ustalenia dotyczące poziomu cen detalicznych nie znajdowały odzwierciedlenia w spisanej formie (np. w szczegółowych

---

<sup>5</sup> Jak wskazano powyżej zacytowana wiadomość dotyczy produktów marki Level; jej zacytowanie w kontekście koordynacji cen detalicznych produktów marki Nordica wynika z faktu, że oferta koordynowania cen detalicznych na produkty marki Level doprowadziła, zgodnie z wyjaśnieniami INTERSPORT, do zaniechania wspólnego ustalania cen produktów (w tym produktów marki Nordica) przez INTERSPORT i Fordex.

warunkach zamówień), były postrzegane przez przedsiębiorców jako ustalenia wiążące. Potwierdza to treść wiadomości e-mail przesłanej w dniu 20 listopada 2008 r. (18:15) przez [INFORMACJA CHRONIONA] (Fordex) do [INFORMACJA CHRONIONA] (INTERSPORT) wraz z kopiami do [INFORMACJA CHRONIONA] (Prezes Zarządu INTERSPORT) oraz [INFORMACJA CHRONIONA] (INTERSPORT), w której nadawca stwierdza, między innymi, że: „(...) *Oboje wiemy jakie uzgodnienia poczyniliśmy przed sezonem dotyczące trzymania cen detalicznych na produkty katalogowe. Nie możemy narzucać cen detalicznych w umowach, jednak uważam, że jeśli cos ustalamy nawet ustnie to powinno być dotrzymane*”.

**Dowód:** wiadomość e-mail z dnia 20 listopada 2008 r. (18:15), k. 572.

- (56) Zgodnie z informacjami pozyskanymi przez Prezesa Urzędu w sezonach od 2003/2004 do 2011/2012 przedsiębiorcy ustalali wspólnie ceny detaliczne w odniesieniu do 55 modeli kolekcyjnych produktów marki Nordica, w przypadku części z nich dotyczyło to okresu więcej niż jednego sezonu<sup>6</sup>. Ustalony poziom cen detalicznych był ponadto faktycznie stosowany przez INTERSPORT w obrocie.

**Dowód:** lista modeli objętych porozumieniem, k. 553-554.

### 2.3. Komunikacja w zakresie poziomu cen a produkty SMU

- (57) Zgodnie z ustaleniami poczynionymi przez Prezesa Urzędu uzgodnienia dokonywane przez przedsiębiorców dotyczyły produktów kolekcyjnych (katalogowych), niewiążące pozostawały natomiast sugerowane ceny detaliczne odnoszące się do produktów SMU<sup>7</sup>. Świadczą o tym wyjaśnienia INTERSPORT oraz treść wiadomości e-mail wymienianych przez przedstawicieli przedsiębiorców.

**Dowód:** a) pismo INTERSPORT z dnia 13 kwietnia 2012 r., k. 477;  
b) wiadomość e-mail z dnia 27 marca 2008 r. (15:30), k. 570;  
c) wiadomość e-mail z dnia 27 lutego 2011 r. (20:27), k. 571.

- (58) Zgodnie z wiadomością przekazaną w dniu 27 marca 2008 r. (15:30) przez [INFORMACJA CHRONIONA] (Fordex) [INFORMACJA CHRONIONA] (INTERSPORT): „*W zał. zamówienie z EANami, cenami zakupu i detałem. Detal miałeś źle wpisany więc poprawiliśmy, ale teraz jak już masz ceny zakupu to możesz na SMU zrobić własne ceny*”.

**Dowód:** wiadomość e-mail z dnia 27 marca 2008 r. (15:30), k. 570.

<sup>6</sup> Z uwagi na zmiany w systemach informatycznych INTERSPORT nie było możliwe odtworzenie jego oferty w sezonach wcześniejszych niż sezon 2003/2004.

<sup>7</sup> Produkty SMU były produkowane wyłącznie dla INTERSPORT.

- (59) Natomiast w wiadomości przesłanej do [INFORMACJA CHRONIONA] (INTERSPORT) przez [INFORMACJA CHRONIONA] (Fordex) w dniu 27 lutego 2011 r. (20:27) nadawca opisując jeden z nowych modeli produktu marki Nordica stwierdza: „*Mam miła niespodziankę ze strony Nordica. specjalnie dla Polski zrobia dodatkowy model, ktorego zawsze go nam brakowało i to w dobrej cenie. Mianowicie 340 netto dla Intersportu. detal moglby być 749, ale to SMU, wiec nie obowiazuje*”.

**Dowód:** wiadomość e-mail z dnia 27 lutego 2011 r. (20:27), k. 571.

### 3. Stanowiska stron postępowania

#### 3.1. Stanowisko Fordex

- (60) Fordex przedstawił swoje stanowisko w sprawie pismem z dnia 9 stycznia 2014 r.

**Dowód:** pismo Fordex z dnia 9 stycznia 2014 r., k. 48.

- (61) Fordex wskazał, że wbrew przekonaniu Prezesa Urzędu treść wiadomości e-mail przywołanych w postanowieniu o wszczęciu postępowania antymonopolowego nie świadczy o istnieniu porozumienia dotyczącego ustalania minimalnych lub sztywnych cen odsprzedaży sprzętu i akcesoriów narciarskich.
- (62) Przedsiębiorca wskazał, że Prezes Urzędu błędnie zinterpretował znaczenie wiadomości e-mail przesłanej w dniu 20 listopada 2008 r. (18:35) przez jednego z dystrybutorów detalicznych produktów marki Nordica do przedstawiciela Fordex.
- (63) Fordex zaznaczył, że w wiadomości tej dystrybutor detaliczny sprzętu i akcesoriów narciarskich marki Nordica żądał próby „uregulowania rynku” warunkując tym terminowe dokonanie płatności. Dystrybutor detaliczny skarżył się ponadto na to, że INTERSPORT „*robi, co chce i obniża dowolnie ceny*”. Fordex wskazał również, że dla interpretacji powyższej wiadomości e-mail istotne jest, że dystrybutor detaliczny zwracał uwagę na fakt, że obniżki nie były sytuacją jednorazową oraz że przecen dokonywała również jedna z innych niż INTERSPORT sieci sklepów obecnych na rynku. Fordex podkreślił, że powyższe oznacza, że „*dowolne działania uczestników rynku są powtarzalne i nieregulowane przez spółkę Fordex*”.
- (64) Fordex wskazał zarazem, że sformułowanie „trzymanie cen”, które pojawia się w korespondencji między przedstawicielami Fordex oraz INTERSPORT, dotyczy przesunięcia w czasie promocji, tj. przyspieszenia zaplanowanej wcześniej na inny termin przedsezonowej wyprzedaży. Fordex zaznaczył, że zgodnie z warunkami współpracy z INTERSPORT, Fordex uczestniczy w promocjach w ten sposób, że udziela dodatkowego rabatu na towary zakupione przez INTERSPORT, które ten ostatni sprzedaje w ramach wyprzedaży. Fordex wskazał, że



każda wyprzedaż dokonana przez INTERSPORT prowadzi do powstania wymiernych kosztów po stronie Fordex i że z tego względu w jego interesie leży uzyskanie informacji na temat prowadzenia wyprzedaży przez INTERSPORT. Zgodnie z wyjaśnieniami Fordex, każde niezaplanowane przesunięcie terminu wyprzedaży prowadzi do powstania nieoczekiwanych kosztów po jego stronie.

- (65) Mając na względzie powyższe, Fordex wskazał, że w przedmiotowej sprawie nie zawarto porozumienia dotyczącego utrzymywania sztywnych lub minimalnych cen detalicznych.
- (66) W ocenie Fordex ma to wynikać, po pierwsze, z braku porozumienia między stronami postępowania. Fordex wskazał, że koniecznym elementem porozumienia jest zgodna wola stron. Przedsiębiorca zaznaczył zarazem, że brak było w przedmiotowej sprawie zgody INTERSPORT na utrzymywanie żądanych cen detalicznych oraz na organizowanie przecen zgodnie z wolą Fordex. Zgodnie ze stanowiskiem Fordex, INTERSPORT samodzielnie realizował swoją politykę cenową. Ponadto, Fordex wskazał, że nie nakładał żadnego rodzaju sankcji na INTERSPORT w związku z działaniami tego przedsiębiorcy.
- (67) Przedsiębiorca wskazał zarazem, że żądanie jednego z dystrybutorów co do podjęcia interwencji przez Fordex w sprawie „dowolnego kształtowania” cen świadczy o tym, że Fordex nie wpływał na działania INTERSPORT. Fordex podkreślił, że INTERSPORT działał „całkowicie autonomicznie”.
- (68) W dalszej części swojego stanowiska, Fordex zaznaczył, że zakaz określony w art. 6 u.o.k.k. dotyczy naruszenia konkurencji. Fordex wskazał, że aby zachwiać konkurencją na rynku należy posiadać odpowiednią siłę rynkową, tj. *„należy móc samodzielnie kształtować popyt lub podaż w istotnym stopniu”*.
- (69) Zgodnie ze stanowiskiem Fordex, szacunki tego przedsiębiorcy wskazują, że wielkość rynku sprzętu narciarskiego w Polsce w 2008 r. kształtowała się na poziomie 115 000 000-135 000 000 zł, a w 2009 r. na poziomie 125 000 000-150 000 000 zł. Przedsiębiorca wskazał zarazem, że cała sprzedaż produktów marki Nordica wynosiła odpowiednio [INFORMACJA CHRONIONA] zł w 2008 r. oraz [INFORMACJA CHRONIONA] zł w 2009 r. Fordex zaznaczył w tym kontekście, że powyższe oznacza, że udział marki Nordica w rynku kształtował się na poziomie [INFORMACJA CHRONIONA]%. Jednocześnie Fordex wskazał, że wartość sprzedaży produktów marki Nordica do INTERSPORT wyniosła [INFORMACJA CHRONIONA] zł w 2008 r. oraz [INFORMACJA CHRONIONA] zł w 2009 r, tj. odpowiednio [INFORMACJA CHRONIONA]% i [INFORMACJA CHRONIONA]% całej sprzedaży produktów marki Nordica.

(70) Mając na względzie powyższe, Fordex wskazał, że zgodnie z opiniami przedstawianymi na gruncie doktryny prawa ochrony konkurencji konieczne jest, aby dane porozumienie mogło mieć wpływ na konkurencję na rynku właściwym.

(71) Z tych względów, w ocenie Fordex w przedmiotowej sprawie działania Fordex i INTERSPORT nie doprowadziły do zawarcia porozumienia, mającego na celu ograniczenie konkurencji.

### **3.2. Stanowisko INTERSPORT**

(72) INTERSPORT złożył wniosek o odstąpienie od nałożenia kary pieniężnej (względnie o obniżenie kary), o którym mowa w art. 109 u.o.k.k. w dniu 13 kwietnia 2012 r. o godzinie 18:08, tj. przed wszczęciem niniejszego postępowania antymonopolowego. INTERSPORT przyznał się do uczestnictwa w wertykalnym porozumieniu ograniczającym konkurencję zawartym z Fordex.

**Dowód:** pismo INTERSPORT z dnia 13 kwietnia 2012 r., k. 656-671.

(73) Wyjaśnienia INTERSPORT zawarte w powyższym wniosku były następnie uzupełniane w kolejnych pismach kierowanych przez INTERSPORT do Prezesa Urzędu, w których przedsiębiorca udzielał dalszych informacji co do faktu istnienia porozumienia i sposobu ustalania cen przez strony niniejszego postępowania antymonopolowego.

**Dowód:** a) pismo INTERSPORT z dnia 10 lipca 2012 r., k. 514-520;  
b) pismo INTERSPORT z dnia 21 stycznia 2013 r., k. 537-540;  
c) pismo INTERSPORT z dnia 10 stycznia 2014 r., k. 546-551;  
d) pismo INTERSPORT z dnia 13 stycznia 2014 r., k. 577-578;  
e) pismo INTERSPORT z dnia 21 maja 2015 r., k. 594-600;  
f) pismo INTERSPORT z dnia 24 sierpnia 2015 r., k. 636-641.

(74) INTERSPORT wyjaśnił, że przedmiotem porozumienia było ustalenie detalicznych cen odsprzedaży sprzętu marki Nordica oraz że porozumienie to zmierzało do wyeliminowania wojen cenowych między dystrybutorami detalicznymi. Zgodnie z wyjaśnieniami INTERSPORT porozumienie to trwało od 2000 r. do 28 lutego 2012 r.

**Dowód:** a) pismo INTERSPORT z dnia 13 kwietnia 2012 r., k. 659;  
b) pismo INTERSPORT z dnia 10 stycznia 2014 r., k. 547.

(75) INTERSPORT wyjaśnił również, że wskazania Fordex co do obowiązującego poziomu cen detalicznych produktów marki Nordica były czynione z wyłącznej inicjatywy Fordex.

- (76) Pismem z dnia 19 listopada 2016 r. INTERSPORT wskazał, że w pełni podtrzymuje wyrażone przez siebie stanowisko w sprawie, w szczególności stanowisko przedstawione we wniosku o odstąpienie od nałożenia kary pieniężnej.

**Dowód:** pismo INTERSPORT z dnia 19 listopada 2016 r., k. 818-819.

**Na podstawie ustaleń poczynionych w oparciu o zgromadzony w sprawie materiał dowodowy, Prezes Urzędu zważył co następuje.**

#### **4. Przepisy mające zastosowanie w niniejszej sprawie**

- (77) Ustawą z dnia 10 czerwca 2014 r. o zmianie ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów oraz ustawy – Kodeks postępowania cywilnego (Dz. U. z 2014 r. poz. 945) (dalej: „**ustawa nowelizująca**”) ustawodawca dokonał nowelizacji ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.
- (78) Zgodnie z art. 3 ustawy nowelizującej, do spraw, w których postępowanie wszczęto przed dniem wejścia w życie ustawy zmieniającej, stosuje się przepisy dotychczasowe, o ile przepisy art. 4, art. 7, art. 10 i art. 11 ustawy nowelizującej nie stanowią inaczej. Powyższe zostało uwzględnione przez Prezesa Urzędu przy wydawaniu niniejszej decyzji.

#### **5. Interes publiczny**

- (79) Podstawą do podjęcia przez Prezesa Urzędu działań w oparciu o przepisy ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów jest potencjalne naruszenie interesu publicznoprawnego. Zgodnie bowiem z treścią art. 1 ust. 1 u.o.k.k., ustawa ta określa warunki rozwoju i ochrony konkurencji oraz zasady podejmowanej w interesie publicznym ochrony interesów przedsiębiorców i konsumentów. Ustawa o ochronie konkurencji i konsumentów należy zatem do sfery prawa publicznego, a instrumenty w niej przewidziane mogą być stosowane tylko wtedy, gdy na skutek działań przedsiębiorców zagrożony bądź naruszony został interes publicznoprawny.
- (80) W orzecznictwie uznaje się, że interes publiczny w postępowaniu administracyjnym nie jest pojęciem jednolitym i stałym. W każdej sprawie powinien on być ustalony i skonkretyzowany. W toku prowadzonego postępowania i przy wydawaniu decyzji Prezes Urzędu jest natomiast rzecznikiem tego interesu, co wynika z jego zadań w strukturze administracji publicznej<sup>8</sup>.
- (81) Działając w interesie publicznym, organ ochrony konkurencji podejmuje interwencję w sytuacjach, gdy konieczna jest ochrona konkurencji jako zjawiska o charakterze instytucjonalnym. Dobrem chronionym przez przepisy ustawy o ochronie konkurencji i

---

<sup>8</sup> Wyrok Sądu Antymonopolowego z dnia 4 lipca 2001 r., sygn. XVII Ama 108/00, niepubl.

konsumentów jest bowiem samo istnienie konkurencji jako atmosfery, w jakiej prowadzona jest działalność gospodarcza. W tym kontekście, realizowana jednocześnie ochrona konsumentów, będących nabywcami dóbr i usług, jest konsekwencją zapewnienia konkurencyjnego funkcjonowania rynku.

- (82) Mając na względzie powyższe należy również podkreślić, że istnienie interesu publicznego powinno być oceniane przez pryzmat szerszego spojrzenia, uwzględniającego całość negatywnych skutków działań przedsiębiorców na określonym rynku<sup>9</sup>.
- (83) Naruszenie interesu publicznego ma miejsce wówczas, gdy działanie przedsiębiorcy wywołało lub mogło wywołać na rynku niekorzystne – z punktu widzenia celów ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów – skutki w postaci wpływu na cenę, ilość, jakość towarów lub zakres wyboru dostępny konsumentom lub innym nabywcom. Należy przy tym zaznaczyć, że z punktu widzenia dopuszczalności zastosowania ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, liczba podmiotów dotkniętych skutkami praktyki ograniczającej konkurencję jest nieistotna, wystarczające jest bowiem, że zachowanie przedsiębiorcy wyczerpuje znamiona antykonkurencyjnej praktyki<sup>10</sup>.
- (84) Odnosząc powyższe uwagi do niniejszej sprawy, należy zauważyć, że zawarcie przez dystrybutora hurtowego z dystrybutorem detalicznym porozumienia, w ramach którego ustalane są detaliczne ceny odsprzedaży godzi w konkurencję rozumianą jako zjawisko instytucjonalne cechujące działalność rynkową. Należy podkreślić, że antykonkurencyjne porozumienia cenowe zawierane zarówno między konkurentami (tj. w relacji horyzontalnej), jak i między kontrahentami na różnych szczeblach obrotu (tj. w relacji wertykalnej) zaliczają się do najcięższych naruszeń reguł konkurencji i wywołują niekorzystne działania na rynku, zniekształcają ten rynek, ograniczają albo eliminują na nim konkurencję. Działania tego rodzaju naruszają interes publiczny niezależnie od wielkości udziałów rynkowych przedsiębiorców uczestniczących w porozumieniu<sup>11</sup>. Co więcej, w świetle zebranych dowodów, należy stwierdzić, że porozumienie, którego dotyczy niniejsze postępowanie, było faktycznie realizowane, a więc miało realny i bezpośredni wpływ na uczestników rynku.
- (85) Wydając niniejszą decyzję Prezes Urzędu stwierdził naruszenie interesu publicznoprawnego, ponieważ uzgodnienia cenowe dokonywane przez Fordex oraz INTERSPORT zaburzały prawidłowe funkcjonowanie konkurencji. Istnienie porozumienia między przedsiębiorcami co do obowiązujących detalicznych cen odsprzedaży, w tym dokonywania wyprzedaży jedynie w późniejszym okresie danego sezonu (w celu opróżnienia magazynów przez dystrybutora

---

<sup>9</sup> Wyrok Sądu Najwyższego z dnia 24 lipca 2003 r., sygn. I CKN 496/01, Dz. Urz. UOKiK 2004/1/283; wyrok Sądu Najwyższego z dnia 5 czerwca 2008 r., sygn. III SK 40/07, niepubl.

<sup>10</sup> Wyrok Sądu Najwyższego z dnia 16 października 2008 r., sygn. III SK 2/08, niepubl.

<sup>11</sup> Por. wyrok Sądu Najwyższego z dnia 24 lipca 2003 r., sygn. I CKN 496/01, Dz. Urz. UOKiK 2004/1/283.

detalicznego), przekładało się, w ocenie Prezesa Urzędu, na ograniczenie presji do obniżenia cen do poziomu, jaki zaistniałby w warunkach skutecznej konkurencji rynkowej<sup>12</sup>.

- (86) Należy także wskazać, że działania przedsiębiorców, których dotyczy niniejsza decyzja, wpisują się w szerszy kontekst praktyk przedsiębiorców, działających na rynku hurtowej sprzedaży sprzętu i akcesoriów narciarskich. Należy bowiem zauważyć, że w okresie zbieżnym z okresem ustalania detalicznych cen odsprzedaży przez strony postępowania, na przedmiotowym rynku właściwym funkcjonowały również inne porozumienia podobnego rodzaju<sup>13</sup>.
- (87) Powyższe fakty sprawiają, że ingerencja Prezesa Urzędu była w niniejszej sprawie uzasadniona.

## **6. Status przedsiębiorcy**

- (88) Postępowanie antymonopolowe w sprawie praktyk ograniczających konkurencję może być wszczęte wobec podmiotów posiadających status przedsiębiorcy.
- (89) Zgodnie z art. 4 pkt 1 u.o.k.k. przez „przedsiębiorcę” należy rozumieć m.in. przedsiębiorcę w rozumieniu przepisów ustawy z dnia 2 lipca 2004 r. o swobodzie działalności gospodarczej (tekst jednolity: Dz. U. z 2015 r., poz. 584 ze zm.), tj. osobę fizyczną, osobę prawną i jednostkę organizacyjną niebędącą osobą prawną, której odrębna ustawa przyznaje zdolność prawną, wykonującą we własnym imieniu działalność gospodarczą.
- (90) Zgodnie z definicją pojęcia „przedsiębiorcy”, zawartą w art. 4 pkt. 1 u.o.k.k. pod pojęciem tym należy rozumieć, między innymi, przedsiębiorcę w rozumieniu przepisów o swobodzie działalności gospodarczej.
- (91) Zgodnie z przepisami ustawy z dnia 2 lipca 2004 r. o swobodzie działalności gospodarczej (tekst jednolity: Dz. U. z 2010 r., Nr 220, poz. 1447 ze zm.), przedsiębiorcą jest natomiast osoba fizyczna, osoba prawna i jednostka organizacyjna niebędąca osobą prawną, której odrębna ustawa przyznaje zdolność prawną – wykonująca we własnym imieniu działalność gospodarczą, tj. zarobkową działalność wytwórczą, budowlaną, handlową, usługową oraz poszukiwanie, rozpoznawanie i wydobywanie kopalin ze złóż, a także działalność zawodową, wykonywaną w sposób zorganizowany i ciągły.

---

<sup>12</sup> Por. akapit 47 niniejszej decyzji i treść zacytowanej tam wiadomości e-mail z dnia 26 lutego 2009 r. (14:23), w której nadawca bezpośrednio nawiązuje do kwestii ograniczenia obniżek cen jedynie do sytuacji niezależnych od stron porozumienia i stwierdza, między innymi: „*wolę, żeby ceny były trzymane do końca stycznia, chyba że pojawi się na rynku dany but w niższej cenie (np. Decathlon, czy Ski Team) z którymi nie współpracujemy bezpośrednio i zaniża ceny (...)*”.

<sup>13</sup> W tym zakresie zobacz: decyzja Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów z dnia 31 grudnia 2013 r., DOK-7/2013 (*Sprzęt narciarski FISCHER*).

- (92) Za przedsiębiorcę w rozumieniu ustawy o swobodzie działalności gospodarczej uznaje się więc podmiot, który spełnia łącznie określone wskazanymi powyżej przepisami kryteria podmiotowe i przedmiotowe, tj. po pierwsze, jest osobą fizyczną, osobą prawną lub jednostką organizacyjną niebędącą osobą prawną, której ustawa przyznaje zdolność prawną; po drugie, wykonuje we własnym imieniu działalność gospodarczą.

#### **6.1. Fordex**

- (93) Fordex jest spółką z ograniczoną odpowiedzialnością wpisaną do rejestru przedsiębiorców Krajowego Rejestru Sądowego. Działalność gospodarcza Fordex polega na hurtowej sprzedaży odzieży, obuwia i artykułów sportowych. Mając na względzie powyższe, należy stwierdzić, że Fordex posiada status przedsiębiorcy w rozumieniu przepisów ustawy o swobodzie działalności gospodarczej, a w konsekwencji również w rozumieniu ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

#### **6.2. INTERSPORT**

- (94) INTERSPORT jest spółką akcyjną wpisaną do rejestru przedsiębiorców Krajowego Rejestru Sądowego. Podstawowym przedmiotem działalności tej spółki jest sprzedaż detaliczna odzieży, obuwia i sprzętu sportowego prowadzona w wyspecjalizowanych sklepach. Mając na względzie powyższe, należy stwierdzić, że INTERSPORT posiada status przedsiębiorcy w rozumieniu przepisów ustawy o swobodzie działalności gospodarczej, a w konsekwencji również w rozumieniu ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

### **7. Rynek właściwy**

- (95) Działania przedsiębiorców, stanowiące praktykę ograniczającą konkurencję, ujawniają się na określonym rynku – rynku właściwym. Rynek właściwy określa płaszczyznę współzawodnictwa konkurentów w prowadzonej przez nich działalności gospodarczej<sup>14</sup>.
- (96) Ustawodawca zdefiniował pojęcie „ryнку właściwego” w art. 4 pkt 9 u.o.k.k. wskazując, że jest to 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 rodzaj i właściwości, istnienie barier dostępu do rynku, preferencje konsumentów, znaczące różnice cen i koszty transportu, panują zbliżone warunki konkurencji.

---

<sup>14</sup> Wyrok Sądu Okręgowego w Warszawie – Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów z dnia 18 grudnia 2002 r., sygn. XVII Ama 19/01, Dz. Urz. UOKiK 2003/2/260.

- (97) Zgodnie z art. 4 pkt 7 u.o.k.k. pod pojęciem „towaru” należy natomiast rozumieć zarówno rzeczy, jak i energię, papiery wartościowe i inne prawa majątkowe, usługi oraz roboty budowlane.
- (98) Zawarta w ustawie o ochronie konkurencji i konsumentów definicja rynku właściwego wyznacza dwa jego aspekty: wymiar towarowy (rynek właściwy produktowo) i wymiar terytorialny (rynek właściwy geograficznie).
- (99) Pojęcie rynku właściwego produktowo odnosi się do wszystkich towarów jednego rodzaju, które ze względu na swoje szczególne właściwości odróżniają się od innych towarów w taki sposób, że nie istnieje możliwość dowolnej ich zamiany. Tym samym, rynek właściwy produktowo obejmuje wszystkie towary, które służą zaspokajaniu tych samych potrzeb nabywców, mają zbliżone właściwości, podobne ceny i reprezentują podobny poziom jakości. Należy przy tym wskazać, że substytucyjność produktów może wynikać zarówno z substytucyjności popytowej (reakcje odbiorców określonego towaru na zmiany cen), jak i podażowej (reakcji dostawców na zmiany cen danego towaru).
- (100) Wyznaczenie geograficznego aspektu rynku właściwego wymaga z kolei zidentyfikowania obszaru, na którym warunki konkurencji dotyczące danego towaru i jego substytutów są zbliżone dla wszystkich konkurentów (tj. warunki konkurencji są dostatecznie jednorodne) oraz który można odróżnić od obszarów sąsiadujących.
- (101) Mając na względzie powyższe, należy stwierdzić, że praktyka, którą stosowały strony postępowania, miała miejsce na krajowym rynku hurtowej sprzedaży sprzętu i akcesoriów narciarskich. Praktyka ta dotyczyła bowiem działań dystrybutora hurtowego sprzętu narciarskiego i akcesoriów narciarskich marki Nordica oraz działań dystrybutora detalicznego tych produktów i miała związek ze sprzedażą hurtową produktów w celu ich dalszej odsprzedaży. Ograniczenie konkurencji wystąpiło natomiast na niższym szczeblu obrotu, tj. na krajowym rynku detalicznej sprzedaży sprzętu i akcesoriów narciarskich. W uzasadnieniu powyższych twierdzeń należy wskazać, co następuje.

### **7.1. Rynek właściwy w ujęciu produktowym**

- (102) W niniejszej sprawie do zawarcia porozumienia doszło na szczeblu hurtowej sprzedaży sprzętu i akcesoriów narciarskich, a porozumienie ograniczało konkurencję na niższym szczeblu obrotu, tj. na szczeblu sprzedaży detalicznej wskazanych produktów. Biorąc pod uwagę powyższe, należy stwierdzić, że w rozpatrywanej sprawie rynkiem właściwym w ujęciu produktowym zarówno na szczeblu zawarcia porozumienia, jak i na szczeblu, na którym porozumienie ograniczało konkurencję jest rynek sprzedaży (odpowiednio detalicznej lub hurtowej) sprzętu i akcesoriów narciarskich.

- (103) Definiując w przedmiotowej sprawie rynek właściwy sprzedaży hurtowej pod względem produktowym, Prezes Urzędu uwzględnił fakt, że sprzedaż hurtowa sprzętu i akcesoriów narciarskich obejmuje zazwyczaj różnego rodzaju produkty tego typu. Chociaż dla odbiorców końcowych poszczególne kategorie tych produktów nie zawsze będą uznawane za substytucyjne, uwzględnienie strony podażowej rynku, którego dotyczy zarzucana praktyka, wymaga przyjęcia rynku produktowego szerszego, niż gdyby rynek rozpatrywany był wyłącznie z perspektywy odbiorcy końcowego. W tym kontekście należy również wskazać, że uwzględnianie strony podażowej rynku ma miejsce zarówno w orzecznictwie Komisji Europejskiej, jak i Prezesa Urzędu. Przykładowo Komisja Europejska za produktowy rynek właściwy uznawała dystrybucję towarów niesubstytucyjnych z punktu widzenia nabywców końcowych takich jak traktory, kombajny oraz kosiarki, a Prezes Urzędu dystrybucję fortepianów cyfrowych, automatów perkusyjnych, organów oraz akordeonów, a w innej sprawie płyt wiórowych surowych, płyt wiórowych laminowanych oraz blatów roboczych<sup>15</sup>.
- (104) Należy także wziąć pod uwagę fakt, że Fordex posiada jednolity system sprzedaży sprzętu i akcesoriów narciarskich, nie różnicujący tych produktów według poszczególnych kategorii. Takie cechy systemu dystrybucji produktów objętych porozumieniem powodują, że nieuzasadnione byłoby zawężenie zakresu produktowego rynku w przedmiotowym postępowaniu.
- (105) Przedstawione powyżej okoliczności przemawiają, w ocenie Prezesa Urzędu, za szerokim ujęciem rynku właściwego. Należy również zaznaczyć, że węższe określenie rynków właściwych mogłoby skutkować sztucznym podzieleniem zarzutu odnoszącego się do jednej praktyki obejmującej swoim zakresem kilka kategorii produktów, których wspólnym mianownikiem pozostaje przynależność do grupy sprzętu i akcesoriów narciarskich<sup>16</sup>.
- (106) Wyodrębnienie wąsko zakreślonych rynków nie jest również uzasadnione w odniesieniu do sprzedaży detalicznej sprzętu i akcesoriów narciarskich. Powyższe wynika z fazy obrotu, na której doszło do zawarcia antykonkurencyjnego porozumienia. Zarzucane ustalanie detalicznych cen odsprzedaży sprzętu i akcesoriów narciarskich miało bowiem miejsce między dystrybutorem hurtowym tych produktów a dystrybutorem detalicznym, tj. nabywającymi towary hurtowo w celu detalicznej odsprzedaży dalszym odbiorcom, a zatem na poziomie obrotu hurtowego.
- (107) Mając na względzie powyższe uwagi należy stwierdzić, że rynkiem produktowym, na którym zawarto porozumienie jest rynek hurtowej sprzedaży sprzętu i akcesoriów narciarskich, a

---

<sup>15</sup> Decyzja Komisji Europejskiej z dnia 8 lutego 1991 r. w sprawie IV/M.009, *Fiat Geotech/Ford New Holland*; decyzja Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów z dnia 27 grudnia 2012 r., DOK-8/2012 (*Płyty wiórowe*); decyzja Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów z dnia 29 grudnia 2011 r., DOK-13/2011 (*Sprzęt muzyczny*).

<sup>16</sup> Por. decyzja Komisji Europejskiej z dnia 5 października 2005 r., w sprawie COMP/F-2/36.623/36.820/37.275, *SEP/Peugeot*, pkt. 11, 14 i 15.



rynkiem, na którym porozumienie ograniczało konkurencję, rynek niższego szczebla obrotu, tj. sprzedaży detalicznej sprzętu i akcesoriów narciarskich.

## **7.2. Rynek właściwy w ujęciu geograficznym**

- (108) Zarówno rynek, na którym zawarto porozumienie, jak i rynek, na którym porozumienie ograniczało konkurencję, mają wymiar krajowy. Wynika to z następujących względów.
- (109) W pierwszej kolejności należy stwierdzić, że na krajowy wymiar rynku hurtowej sprzedaży sprzętu i akcesoriów narciarskich wskazuje przyjęty przez producenta system dystrybucji. System ten obejmuje swoim zasięgiem obszar całego kraju. Systemy dystrybucji hurtowej sprzętu i akcesoriów narciarskich poszczególnych producentów, co do zasady, zorganizowane są natomiast oddzielnie dla poszczególnych, różniących się między sobą rynków krajowych, co przemawia za brakiem wskazań do uznania przedmiotowego rynku za szerszy niż krajowy.
- (110) Należy również stwierdzić, że Fordex jest dystrybutorem wyłącznym produktów marki Nordica na obszarze Polski<sup>17</sup>. W zakresie sprzedaży hurtowej przedsiębiorca ten współpracuje z dystrybutorami detalicznymi prowadzącymi działalność gospodarczą w Polsce. Na podobny model współpracy można również wskazać w przypadku innych dystrybutorów hurtowych sprzętu i akcesoriów narciarskich<sup>18</sup>. Oceniając zakres geograficzny rynku właściwego, Prezes Urzędu wziął również pod uwagę, że dystrybutorzy detaliczni działają na obszarze całej Polski, w poszczególnych częściach kraju nie występują różnice warunków konkurencji, a właściwości produktu nie ograniczają możliwości transportu. Fakt, że dystrybutor hurtowy wyznaczany jest przez producenta sprzętu danej marki w odniesieniu do obszaru danego Państwa Członkowskiego przemawia zarazem przeciwko przyjęciu, że w wymiarze geograficznym rynek sprzedaży hurtowej obejmuje obszar większy niż obszar Polski.
- (111) Wymiar krajowy ma również rynek detalicznej sprzedaży sprzętu i akcesoriów narciarskich. Chociaż sprzedaż tych produktów ma często charakter lokalny (sklepy w poszczególnych miastach co do zasady obsługują klientów zamieszkujących obszary w ich pobliżu), produkty te charakteryzują się relatywnie wysokimi cenami jednostkowymi. Ceny te mogą skłaniać konsumentów do poszukiwań tańszych dostawców, nawet w istotnej odległości od własnego miejsca zamieszkania, jak również dokonywania zakupów za pośrednictwem Internetu. Powoduje to, że nawet odlegli geograficznie detaliczni sprzedawcy sprzętu i akcesoriów narciarskich mogą wywierać na siebie wzajemnie presję konkurencyjną. Jakkolwiek możliwa jest detaliczna sprzedaż sprzętu narciarskiego za granicę (a co za tym idzie również zakup sprzętu w innym Państwie Członkowskim niż państwo, w którym przebywa konsument),

---

<sup>17</sup> Por. akapit 11 niniejszej decyzji.

<sup>18</sup> Por. decyzja Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów z dnia 31 grudnia 2013 r., DOK 7/2013 (*Sprzęt narciarski FISCHER*).

należy stwierdzić, że przeważająca część obrotu ma na obecnym stadium rozwoju rynku wewnętrznego wymiar krajowy.

- (112) W ocenie Prezesa Urzędu o tym, że geograficzny rynek właściwy w niniejszej sprawie nie jest szerszy niż krajowy świadczy również jego organizacja. Nawet międzynarodowe sieci sklepów sportowych organizują swoją sprzedaż w oparciu o terytoria poszczególnych krajów. Sprzedaż w danym kraju prowadzi zazwyczaj odrębna spółka ograniczająca swoją działalność do tego właśnie kraju i co do zasady nieprowadząca sprzedaży poza nim. Z kolei zaopatrzenie sklepów na danym rynku krajowym odbywa się poprzez nawiązywanie relacji handlowych z dystrybutorami hurtowymi funkcjonującymi na obszarze danego kraju.
- (113) Mając na względzie powyższe, należy stwierdzić, że w ujęciu geograficznym zarówno rynek, na którym zostało zawarte porozumienie dotyczące ustalania detalicznych cen odsprzedaży sprzętu i akcesoriów narciarskich marki Nordica, jak i rynek, na którym porozumienie ogranicza konkurencję, mają wymiar krajowy i obejmują **obszar całej Polski**. Należy przy tym wskazać, że podobne stanowisko przy wyznaczeniu rynku właściwego w ujęciu geograficznym zajął Prezes Urzędu w innych decyzjach dotyczących produktów sportowych<sup>19</sup>.

### **7.3. Rynek właściwy a najpoważniejsze zarzuty naruszenia art. 6 u.o.k.k.**

- (114) Niezależnie od uwag przedstawionych powyżej należy również stwierdzić, że zgodnie ze stanowiskiem wyrażanym wielokrotnie w orzecznictwie z zakresu prawa ochrony konkurencji, w sprawach dotyczących najpoważniejszych porozumień ograniczających konkurencję ewentualne uchybienia w zakresie określenia rynku i błędnego ustalenia udziałów rynkowych co do zasady nie wpływają w istotny sposób na treść rozstrzygnięcia<sup>20</sup>. Definiowanie rynku właściwego w sprawach dotyczących porozumień ograniczających konkurencję polegających na ustalaniu cen oraz podziale rynku zbytu i zakupu nie wymaga stopnia precyzji, który konieczny jest przy rozpatrywaniu spraw dotyczących nadużywania pozycji dominującej lub koncentracji przedsiębiorców, w przypadku których udziały rynkowe stron mają istotne znaczenie. Dokładne wyznaczenie rynku właściwego w sprawach dotyczących antykonkurencyjnych porozumień pozostaje niezbędne, gdy należy poddać analizie skutki takiego porozumienia<sup>21</sup>. W sytuacji natomiast, gdy dane porozumienie ma na

---

<sup>19</sup> Por. decyzja Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów z dnia 21 grudnia 2012 r., RKT-48/2012 (*Części i akcesoria rowerowe*); decyzja Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów z dnia 21 grudnia 2012 r., RPZ-42/2012 (*Sprzęt sportowy*); decyzja Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów z dnia 31 grudnia 2013 r., DOK-7/2013 (*Sprzęt narciarski FISCHER*).

<sup>20</sup> Wyrok Sądu Okręgowego w Warszawie – Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów z dnia 14 lutego 2007 r., sygn. XVII Ama 98/06, Dz. Urz. UOKiK 2007/2/22, wyrok Sądu Okręgowego w Warszawie – Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów z dnia 29 maja 2008 r., sygn. XVII Ama 53/07, Dz. Urz. UOKiK 2008/4/37.

<sup>21</sup> R. Whish, *Competition Law*, Oxford University Press, 2009, s. 27.

celu ograniczenie konkurencji, nie istnieje potrzeba brania pod uwagę konkretnych skutków, jakie to porozumienie wywołuje na danym rynku<sup>22</sup>. Jak zostanie wskazane dalej, porozumienie objęte zakresem niniejszej decyzji było porozumieniem ograniczającym konkurencję ze względu na cel.

## **8. Naruszenie art. 6 u.o.k.k.**

- (115) Zgodnie z art. 6 ust. 1 u.o.k.k. zakazane są porozumienia, których celem lub skutkiem jest wyeliminowanie, ograniczenie lub naruszenie w inny sposób konkurencji na rynku właściwym. Jednocześnie, zgodnie z art. 6 ust. 1 pkt 1 u.o.k.k. zakazane są w szczególności porozumienia polegające na ustalaniu, bezpośrednio lub pośrednio, cen i innych warunków zakupu i sprzedaży towarów.
- (116) W celu ustalenia, czy przedsiębiorca dopuścił się naruszenia zakazu zawierania antykonkurencyjnych porozumień, konieczne jest ustalenie przez Prezesa Urzędu spełnienia następujących przesłanek:
- a) zawarcie porozumienia między przedsiębiorcami;
  - b) celem lub skutkiem porozumienia jest wyeliminowanie, ograniczenie lub naruszenie w inny sposób konkurencji na rynku właściwym;
  - c) porozumienie nie spełnia warunków, o których mowa w art. 7 u.o.k.k., nie spełnia warunków określonych w rozporządzeniach wydanych na podstawie art. 8 ust. 3 u.o.k.k., ani nie spełnia indywidualnie warunków, o których mowa w art. 8 ust. 1 u.o.k.k.

### **8.1. Zawarcie porozumienia między przedsiębiorcami**

#### **8.1.1. Istnienie porozumienia**

- (117) Ustawodawca zdefiniował pojęcie „porozumienia” w art. 4 pkt 5 u.o.k.k. Definicja ta ma szeroki charakter. W jej zakres wchodzi następujące formy ustaleń, jakie może przybrać zakazane na gruncie prawa ochrony konkurencji porozumienie:
- a) umowy zawierane między przedsiębiorcami, między związkami przedsiębiorców oraz między przedsiębiorcami i ich związkami; w tym, poszczególne postanowienia tych umów;
  - b) uzgodnienia dokonane w jakiegokolwiek formie przez dwóch lub więcej przedsiębiorców lub ich związki;

---

<sup>22</sup> Decyzja Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów z dnia 8 grudnia 2009 r., DOK-7/2009 (*Cement szary*).

c) uchwały lub inne akty związków przedsiębiorców lub ich organów statutowych.

- (118) Mając na względzie powyższe, należy zatem w pierwszej kolejności wskazać, że „porozumienie” w rozumieniu ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów jest pojęciem szerszym niż umowa. Przejawem porozumienia są bowiem oprócz umowy, także inne uzgodnienia dokonywane w jakiegokolwiek formie, a także uchwały i inne akty. Tym samym w orzecznictwie wskazuje się, że: *„definicja porozumienia przyjęta przez ustawodawcę odbiega od cywilistycznego rozumienia pojęcia „porozumienie” w tym sensie, że została zakreślona szeroko, pozwalając przyjąć za porozumienia uzgodnienia, a zatem wszelkie formy skoordynowanych działań, które zmierzają do naruszenia konkurencji”*<sup>23</sup>.
- (119) Ustawodawca nie zawarł w ustawie o ochronie konkurencji i konsumentów definicji pojęcia „umowa”. Na gruncie doktryny prawa wskazuje się jednak, że przez „umowę” w rozumieniu prawa ochrony konkurencji należy rozumieć każde zgodne wyrażenie intencji (woli) skoordynowanego działania przynajmniej dwóch przedsiębiorców, mające na celu lub wywierające skutek w postaci wyeliminowania, ograniczenia lub naruszenia konkurencji w inny sposób<sup>24</sup>.
- (120) Tym samym, porozumieniami w rozumieniu prawa ochrony konkurencji mogą być wszelkie umowy występujące w obrocie, o ile zawierane są między przedsiębiorcami. Bez znaczenia pozostaje także sposób zawarcia umowy oraz jej forma. Umową taką może być tym samym nie tylko umowa pisemna, ale także umowa posiadająca formę ustną (*gentleman's agreement*) oraz umowa zawarta w sposób dorozumiany (konkludentny).
- (121) Dla zawarcia porozumienia istotne pozostaje zatem, aby podmioty uczestniczące w porozumieniu wyraziły zgodne oświadczenia woli lub dokonały w innej formie uzgodnień w zakresie sprzecznego z prawem ograniczenia konkurencji<sup>25</sup>.
- (122) W orzecznictwie wskazuje się, że w relacjach między przedsiębiorcą i współpracującymi z nim dystrybutorami, w przypadku pozostawania przez nich w stałych stosunkach gospodarczych o porozumieniu można mówić również, gdy producent (a także importer) przedstawia dystrybutorom określoną ofertę cenową, która jest przez nich milcząco akceptowana (stosowana w praktyce). Wskutek działań faktycznych (w tym milczącej akceptacji dystrybutorów) dochodzi do koordynacji zachowań, przesądzającej o istnieniu porozumienia w postaci uzgodnienia, jeżeli producent (importer) wyraźnie wytycza kontrahentom pożądaną politykę cenową, eliminując niepewność między kontrahentami w

---

<sup>23</sup> Wyrok Sądu Okręgowego w Warszawie – Sądu Ochrony i Konkurencji z dnia 27 kwietnia 2011 r., sygn. XVII AmA 44/09, niepubl.

<sup>24</sup> E. Stawicki, *Komentarz do art. 4 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów* (w:) A. Stawicki, E. Stawicki (red.), *Ustawa o ochronie konkurencji i konsumentów. Komentarz*, LEX, 2011.

<sup>25</sup> Wyrok Sądu Okręgowego w Warszawie – Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów z dnia 8 maja 1996 r., sygn. XVII Amr 15/96, niepubl.

zakresie stosowanych przez nich cen, a tym samym warunków konkurencyjności na rynku. Po stronie dystrybutorów skoordynowane zachowania rynkowe stanowiące porozumienie w rozumieniu art. 4 pkt 5 u.o.k.k. mogą wynikać już z samej świadomości tego, poniżej jakich minimalnych cen nie będą przy sprzedaży towarów schodzić konkurenci i z wzajemnej wiedzy o podobnych praktykach konkurentów<sup>26</sup>.

- (123) Fakt zawarcia porozumienia przez Fordex i INTERSPORT w przedmiotowej sprawie wynika z dokonywania przez przedstawicieli tych podmiotów nieformalnych ustaleń, co do których należy uznać, że strony posiadały zgodną wolę skoordynowanego działania rynkowego.
- (124) Ustalenia te przebiegały przynajmniej trzy formy: (i) ustaleń ustnych, dokonywanych na targach sprzętu sportowego w Monachium (Niemcy) oraz w Kielcach; (ii) ustaleń dokonywanych drogą elektroniczną za pośrednictwem wiadomości e-mail; (iii) działań faktycznych przejawiających się w przesyłaniu przez Fordex dystrybutorowi detalicznemu cenników zawierających ceny sugerowane i faktycznym stosowaniu tych cen przez INTERSPORT. Pozyskany materiał dowodowy uzasadnia również przekonanie, że ustalenia między przedsiębiorcami dokonywane były także drogą telefoniczną<sup>27</sup>.
- (125) Należy ponadto stwierdzić, że ustalenia te miały dla stron charakter wiążący.
- (126) **W pierwszej kolejności**, należy zwrócić uwagę na treść wiadomości e-mail wymienianych przez przedsiębiorców, która wskazuje na istnienie po ich stronie przekonania o tym, że choć czynione przez nich ustalenia nie mają charakteru pisemnego, to powinny być dotrzymanywane<sup>28</sup>. Wiadomości te w sposób jednoznaczny wskazują na istnienie po stronie przedsiębiorców zgodności woli co do stosowania ustalonych cen detalicznych („trzymanie cen”)<sup>29</sup>.
- (127) **Po drugie**, należy wskazać, że zgromadzony materiał dowodowy potwierdza, że dokonywane przez Fordex i INTERSPORT ustalenia znajdowały następnie odzwierciedlenie w faktycznie stosowanym przez INTERSPORT poziomie cen detalicznych, tj. INTERSPORT dostosowywał swoją politykę cenową do kształtu poczynionych z Fordex ustaleń<sup>30</sup>.
- (128) W tym kontekście należy podkreślić, że fakt dwukrotnego dokonania przez INTERSPORT nieustalonych z Fordex wyprzedaży (odstępowanie od „trzymanie cen”) nie przemawia za

---

<sup>26</sup> Wyrok Sądu Okręgowego w Warszawie – Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów z dnia 18 marca 2013 r., sygn. XVII AmA 40/10 i XVII AmA 41/10, niepubl.

<sup>27</sup> Zob. akapit 45 i zacytowana tam wiadomość e-mail, w której przedstawiciel Fordex odwołuje się do rozmowy, do jakiej doszło między nim oraz przedstawicielem INTERSPORT w odniesieniu do problemu tzw. „trzymanie cen”.

<sup>28</sup> Zob. akapit 45.

<sup>29</sup> Por. wiadomości wymienione przez przedstawicieli przedsiębiorców w dniu 26 lutego 2009 r. (akapit 47 oraz 49 powyżej), w których przedstawiciel Fordex przypomina o ustaleniach dotyczących ustalonego poziomu cen, a przedstawiciel INTERSPORT potwierdza, że ceny w zbliżającym się sezonie będą „trzymane”.

<sup>30</sup> Zob. akapit 56.

przyjęciem, że przedsiębiorcy nie zawarli porozumienia lub też, że nie było ono przez nich realizowane.

- (129) Należy bowiem wskazać, że odstępstwa i próby „oszukania” drugiej ze stron porozumienia antykonkurencyjnego stanowią naturalny element interakcji między zawiązującymi się podmiotami. W tym kontekście okazjonalne odstępstwa jednej ze stron porozumienia od poczynionych ustaleń nie mogą być interpretowane jako generalny brak woli uczestniczenia w takim porozumieniu. W przypadku porozumienia zawartego przez Fordex i INTERSPORT powyższy fakt znajduje również odzwierciedlenie w powrocie INTERSPORT (w kolejnym sezonie) do ustalonego sposobu prowadzenia polityki cenowej po zdyscyplinowaniu przez drugą ze stron porozumienia<sup>31</sup>.
- (130) Ponadto, należy wskazać, że chociaż dwukrotne odstępstwo INTERSPORT od poczynionych ustaleń nie spotkało się z dyscyplinowaniem w postaci stosowania sankcji o charakterze gospodarczym, to spowodowało ono reakcję ze strony Fordex w postaci upomnień.
- (131) Należy przy tym podkreślić, że niezależnie od faktu stosowania przez Fordex wskazanych powyżej środków dyscyplinujących w postaci upomnień, w świetle orzecznictwa: *„porozumienie ma miejsce, gdy organizator aktywnie zapewnia funkcjonowanie porozumienia cenowego w praktyce, nawet jeżeli rezygnuje z dyscyplinowania dystrybutorów niestosujących się do poczynionych ustaleń w zakresie ustalonych cen odsprzedaży”*<sup>32</sup>.
- (132) Należy również wskazać, że na gruncie orzecznictwa przyjmuje się, że *„porozumienie cenowe nie traci zakazanego charakteru przez to, że niedotrzymanie zobowiązania o cenach nie wiąże się z żadnymi negatywnymi konsekwencjami dla przedsiębiorcy, ani nawet przez to, że uzgodnione ceny nie są stosowane w praktyce. Istota ochrony konkurencji przed niedozwolonymi porozumieniami polega bowiem na tym, że zakazane są porozumienia o samym antykonkurencyjnym celu, niezależnie od osiągniętego przez nie skutku. Obie formy oddziaływania na konkurencję stanowią przejaw praktyk ją ograniczających i na równi są przedmiotem zakazu”*<sup>33</sup>. Jak zostanie wskazane dalej, objęte zakresem niniejszej decyzji porozumienie było porozumieniem ograniczającym konkurencję ze względu na cel.
- (133) Niezależnie od powyższych uwag należy także zauważyć, że odstępstwa INTERSPORT od stosowania ustalonego poziomu cen miały charakter wyjątkowy oraz odnosiły się jedynie do wycinka danego sezonu. Jednocześnie w odniesieniu do pozostałych okresów sezonów, w

---

<sup>31</sup> Por. akapit 44-49, w którym zacytowano wiadomości obrazujące proces okazjonalnego odstępstwa od stosowania ustalonego poziomu cen, przypomnienie przez drugą ze stron porozumienia o poczynionych ustaleniach, a w końcu powrót do stosowania ustalonych cen odsprzedaży w kolejnym sezonie.

<sup>32</sup> Wyrok Sądu Najwyższego z dnia 23 listopada 2011 r., sygn. akt III SK 21/11, niepubl., pkt 23.

<sup>33</sup> Wyrok Sądu Okręgowego w Warszawie – Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów z dnia 29 maja 2012 r., sygn. XVII AmA 179/11, niepubl.

których INTERSPORT zdecydował się na dokonanie nieustalonych obniżek cen, a także w odniesieniu do wszystkich pozostałych sezonów, poczynione przez strony postępowania ustalenia były respektowane<sup>34</sup>. W tym kontekście należy również podkreślić, że nieustalona obniżka cen, której dokonał INTERSPORT w sezonie 2011/2012, została de facto „wymuszona” przez niespodziewaną presję konkurencyjną ze strony innych podmiotów rynkowych.

- (134) **Po trzecie**, o fakcie istnienia porozumienia między Fordex i INTERSPORT świadczą wyjaśnienia złożone przez INTERSPORT, zgodnie z którymi stosowana przez niego polityka cenowa była wynikiem istnienia zgodnej woli tych przedsiębiorców w omawianym zakresie<sup>35</sup>.
- (135) W powyższym kontekście należy stwierdzić, że zebrany materiał dowodowy jednoznacznie wskazuje na to, że między Fordex i INTERSPORT istniała zgodna wola co do skoordynowanego działania, polegającego na stosowaniu ustalonych przez tych przedsiębiorców detalicznych cen odsprzedaży. Tym samym, podmioty te zawarły porozumienie.

#### **8.1.2. Zakres podmiotowy porozumienia**

- (136) Porozumienie ograniczające konkurencję może zostać zawarte jedynie między co najmniej dwoma niezależnymi od siebie przedsiębiorcami.
- (137) W przedmiotowej sprawie Prezes Urzędu ustalił, że rozpatrywane porozumienie dotyczące sprzętu i akcesoriów narciarskich marki Nordica wynika z ustaleń dokonywanych między Fordex i INTERSPORT. Należy zarazem wskazać, że obie strony tego porozumienia to spółki kapitałowe, które posiadają status przedsiębiorcy.
- (138) Tym samym przedmiotowe porozumienie spełnia przesłanki konieczne do istnienia możliwości jego oceny z punktu widzenia potencjalnego naruszenia art. 6 u.o.k.k.
- (139) W ramach postępowania Prezes Urzędu dokonał również analizy dowodów mogących świadczyć o uczestnictwie w przedmiotowym porozumieniu innych niż Fordex i INTERSPORT przedsiębiorców.
- (140) Analiza ta objęła treść wiadomości e-mail z dnia 20 listopada 2008 r. (17:34) przesłanej [INFORMACJA CHRONIONA] (Fordex) przez jednego z dystrybutorów detalicznych innych niż INTERSPORT oraz badanie cen stosowanych przez grupę dystrybutorów detalicznych produktów marki Nordica innych niż INTERSPORT.

**Dowód:** a) wiadomość e-mail z dnia 20 listopada 2008 r., k. 44;

---

<sup>34</sup> Por. akapit 46 i zacytowaną tam wiadomość e-mail z dnia 21 listopada 2008 r.

<sup>35</sup> Zob. akapit 42 niniejszej decyzji.

- b) pismo [INFORMACJA CHRONIONA] prowadzącej działalność gospodarczą pod firmą [INFORMACJA CHRONIONA] z dnia 21 lipca 2014 r., k. 88-90;
- c) pismo [INFORMACJA CHRONIONA] prowadzącego działalność gospodarczą pod firmą [INFORMACJA CHRONIONA] z dnia 28 lipca 2014 r., k. 92-93;
- d) pismo [INFORMACJA CHRONIONA] prowadzącego działalność gospodarczą w ramach spółki cywilnej [INFORMACJA CHRONIONA] z dnia 14 lipca 2014 r., k. 100;
- e) pismo [INFORMACJA CHRONIONA] z dnia 31 lipca 2014 r., k. 102;
- f) pismo [INFORMACJA CHRONIONA] prowadzącej działalność gospodarczą pod firmą [INFORMACJA CHRONIONA] z dnia 5 sierpnia 2014 r., k. 104;
- g) pismo [INFORMACJA CHRONIONA] prowadzącego działalność gospodarczą [INFORMACJA CHRONIONA] z dnia 30 lipca 2014 r., k. 125-126;
- h) pismo [INFORMACJA CHRONIONA] z dnia 5 sierpnia 2014 r., k. 144-145;
- i) pismo [INFORMACJA CHRONIONA] z dnia 14 sierpnia 2014 r., k. 151-225;
- j) pismo [INFORMACJA CHRONIONA] prowadzącej działalność gospodarczą pod firmą [INFORMACJA CHRONIONA] z dnia 17 sierpnia 2014 r., k. 252;
- k) pismo [INFORMACJA CHRONIONA] prowadzącego działalność gospodarczą [INFORMACJA CHRONIONA] z dnia 2 września 2014 r., k. 254;
- l) pismo [INFORMACJA CHRONIONA] prowadzących działalność gospodarczą [INFORMACJA CHRONIONA] z dnia 15 października 2014 r., k. 320-321;
- m) pismo [INFORMACJA CHRONIONA] prowadzącej działalność gospodarczą pod firmą [INFORMACJA CHRONIONA] z dnia 23 października 2014 r., k. 323.

(141) Analiza ta nie doprowadziła do pozyskania dowodów, które umożliwiałyby jednoznaczne stwierdzenie, że któryś ze wskazanych powyżej dystrybutorów był stroną zawartego przez Fordex i INTERSPORT porozumienia. Przeprowadzona przez Prezesa Urzędu analiza nie uzasadniała zarazem twierdzenia, że w porozumieniu mogli uczestniczyć dystrybutorzy detaliczni inni niż dystrybutorzy, których ceny poddawane były analizie.

(142) Jednocześnie omówiony wcześniej materiał dowodowy jednoznacznie wskazuje, że stronami porozumienia były Fordex i INTERSPORT. Mając na względzie powyższe, zakresem niniejszej decyzji objęte zostały praktyki Fordex i INTERSPORT.

### **8.1.3. Charakter porozumienia**

(143) Porozumienia ograniczające konkurencję mogą mieć charakter horyzontalny lub wertykalny. Porozumienia horyzontalne zawierane są między przedsiębiorcami działającymi na tym samym szczeblu obrotu gospodarczego, natomiast porozumienia wertykalne zawierane są między przedsiębiorcami działającymi na różnych szczeblach obrotu. Należy wskazać, że podział porozumień na horyzontalne i wertykalne ma charakter pozaustawowy, jednakże prawidłowe zakwalifikowanie danego porozumienia przekłada się na jego ewentualną ocenę



z punktu widzenia art. 7 u.o.k.k. oraz rozporządzeń wydanych na podstawie art. 8 ust. 3 u.o.k.k. Charakter porozumienia może także wpływać na wysokość nakładanych na uczestników porozumienia kar pieniężnych, o których mowa w art. 106 ust. 1 pkt 1 u.o.k.k.

- (144) W niniejszej sprawie Prezes Urzędu stwierdził, że Fordex i INTERSPORT są stronami porozumienia o charakterze wertykalnym, tj. porozumienia między podmiotami działającymi na różnych szczeblach obrotu. W rozpatrywanej sprawie dystrybutor hurtowy sprzętu i akcesoriów narciarskich marki Nordica (tj. Fordex) zawarł bowiem porozumienie z dystrybutorem (tj. INTERSPORT), zajmującym się dalszą odsprzedażą tych produktów, tj. z podmiotem działającym na niższym, detalicznym szczeblu obrotu. Wobec takiego ukształtowania relacji między uczestnikami przedmiotowego porozumienia, należy stwierdzić, że miało ono charakter wertykalny.
- (145) W ocenie Prezesa Urzędu porozumienie to dotyczyło ustalania minimalnych cen odsprzedaży. W uzasadnieniu powyższego należy wskazać, że Fordex podejmował interwencje w odniesieniu do cen INTERSPORT w sytuacjach, gdy INTERSPORT dokonywał nieuzgodnionych z Fordex wyprzedaży. Istotą przedmiotowej praktyki było zagwarantowanie minimalnego, ustalonego przez strony, poziomu cen detalicznych poprzez ograniczenie możliwości przeceniania produktów marki Nordica. Należy tym samym stwierdzić, że czynione przez strony ustalenia („trzymanie cen”) zmierzały do zachowania na rynku cen minimalnych, nie sztywnych.

#### **8.1.4. Status inicjatora lub lidera porozumienia**

- (146) Zebrany w sprawie materiał dowodowy nie pozwala na jednoznaczne wskazanie, który z przedsiębiorców zaangażowanych w porozumienie objęte niniejszą decyzją był jego inicjatorem. Powyższe wynika przede wszystkim z faktu, że porozumienie to zaczęło funkcjonować w 2000 r., tj. w okresie, w odniesieniu do którego niemożliwe było pozyskanie przez Prezesa Urzędu dowodów pisemnych lub dowodów w postaci wiadomości elektronicznych wymienionych przez przedsiębiorców.
- (147) Zgodnie z wyjaśnieniami INTERSPORT inicjatorem porozumienia był Fordex.
- Dowód:** pismo INTERSPORT z dnia 10 stycznia 2014 r., k. 548.
- (148) Przedsiębiorca nie przedstawił jednak żadnych jednoznacznych dowodów na poparcie powyższego twierdzenia.
- (149) Należy jednak wskazać, że zebrany materiał dowodowy wskazuje, że Fordex był liderem porozumienia objętego niniejszą decyzją. W ocenie Prezesa Urzędu świadczy o tym przede wszystkim fakt, że pozyskane dowodowy wskazują, że to przedstawiciele Fordex nakłaniali

przedstawiciele INTERSPORT do stosowania minimalnych cen odsprzedaży na kolejne sezony, tj. inicjowali dyskusje w odniesieniu do stosowania wspólnie ustalanych cen odsprzedaży.

- Dowód:** a) wiadomość e-mail z dnia 26 lutego 2009 r. (14:23), k. 574;  
b) oświadczenie [INFORMACJA CHRONIONA], k. 564-565.

- (150) Fordex dyscyplinował także INTERSPORT w zakresie przestrzegania poczynionych ustaleń. Należy również wskazać, że sami przedstawiciele Fordex przypisywali sobie w kontekście zawartego z INTERSPORT porozumienia rolę „organizatora rynku”, którego zadaniem jest jego „uporządkowanie”.

**Dowód:** wiadomość e-mail z dnia 20 listopada 2008 r. (18:15), k. 45.

- (151) Mając na względzie powyższe, należy stwierdzić, że w zawartym porozumieniu Fordex odgrywał rolę jego lidera. Zgromadzony materiał dowodowy nie pozwala natomiast na przypisanie którejkolwiek ze stron postępowania statusu inicjatora porozumienia.

#### **8.1.5. Czas trwania porozumienia**

- (152) Zgodnie z wyjaśnieniami przedstawionymi przez INTERSPORT stwierdzone niniejszą decyzją porozumienie trwało od 2000 r., tj. od momentu rozpoczęcia współpracy przez Fordex i INTERSPORT.
- (153) Mając na względzie odległy okres, w którym – zgodnie z wyjaśnieniami INTERSPORT – porozumienie objęte zakresem niniejszej decyzji miało zacząć funkcjonować, zgromadzony w niniejszej sprawie materiał dowodowy nie pozwala na przywołanie innych niż oświadczenia INTERSPORT dowodów, które mogłyby dodatkowo potwierdzić zgodność tych wyjaśnień ze stanem faktycznym.
- (154) W tym kontekście należy stwierdzić, że porozumienie zawarte między Fordex i INTERSPORT trwało najpóźniej od 2007 r. do dnia 28 lutego 2012 r. Należy bowiem wskazać, że sezon 2007/2008 jest pierwszym sezonem, w odniesieniu do którego INTERSPORT przedstawił dowód co do ustalonych z Fordex i stosowanych w praktyce detalicznych cen odsprzedaży sprzętu i akcesoriów narciarskich marki Nordica<sup>36</sup>. Mając na uwadze fakt, że zamówienia na sezon 2007/2008 składane były w 2007 r., należy przyjąć, że cały ten rok stanowił okres, w którym porozumienie było stosowane. Należy jednocześnie wskazać, że począwszy od sezonu 2008/2009 fakt ustalania detalicznych cen odsprzedaży

---

<sup>36</sup> Zob. akapit 56 niniejszej decyzji.

przez Fordex i INTERSPORT znajduje odzwierciedlenie również w korespondencji wymienianej przez przedstawicieli przedsiębiorców<sup>37</sup>.

**Dowód:** pismo INTERSPORT z dnia 10 stycznia 2014 r., k. 553-554.

- (155) Opierając się na informacjach udzielonych przez INTERSPORT, Prezes Urzędu stwierdził, że objęte zakresem niniejszej decyzji porozumienie ograniczające konkurencję zostało zaniechane przed wydaniem decyzji, a zarazem przed wszczęciem postępowania antymonopolowego. W ocenie Prezesa Urzędu oświadczenia INTERSPORT w powyższym zakresie nie budzą podejrzeń, co do ewentualnego kontynuowania uczestnictwa tego przedsiębiorcy w porozumieniu z Fordex po dniu 28 lutego 2012 r.
- (156) Należy również zauważyć, że zgodnie z art. 11 ust. 1 u.o.k.k. Prezes Urzędu nie wydaje decyzji, o której mowa w art. 10 u.o.k.k., tj. o uznaniu praktyki za ograniczającą konkurencję i nakazującej zaniechanie jej stosowania, jeżeli zachowania rynkowe przedsiębiorców przestały naruszać zakaz określony w art. 6 u.o.k.k. W takim przypadku, zgodnie z art. 11 ust. 2 u.o.k.k. Prezes Urzędu wydaje decyzję o uznaniu praktyki za ograniczającą konkurencję i stwierdzającą zaniechanie jej stosowania. Zgodnie z art. 11 ust. 3 u.o.k.k. ciężar udowodnienia okoliczności, o których mowa w art. 11 ust. 1 u.o.k.k., spoczywa na przedsiębiorcy. Oznacza to, że Prezes Urzędu nie jest zobowiązany do poszukiwania dowodów mogących świadczyć o powyższym fakcie, jeżeli strona z własnej inicjatywy ich nie dostarczy i nie znajdują się one już w materiale dowodowym sprawy<sup>38</sup>.
- (157) W ocenie Prezesa Urzędu, zgromadzony w sprawie materiał dowodowy prowadzi do wniosku, że przedmiotowe porozumienie nie było kontynuowane po dniu 28 lutego 2012 r.

## **8.2. Antykonkurencyjny cel lub skutek porozumienia**

- (158) Zgodnie z art. 6 ust. 1 u.o.k.k. zakazane są porozumienia, których celem lub skutkiem jest ograniczenie konkurencji na rynku właściwym. Należy tym samym wskazać, że przesłanki „antykonkurencyjnego celu” oraz „antykonkurencyjnego skutku” mają charakter alternatywny. Do uznania porozumienia za naruszające zakaz określony w art. 6 ust. 1 u.o.k.k. wystarczające jest zatem spełnienie tylko jednego ze wskazanych elementów, tj. antykonkurencyjnego celu porozumienia lub antykonkurencyjnego skutku tego porozumienia. Oznacza to, że jeżeli zostanie wykazane, że celem porozumienia jest ograniczenie konkurencji, to nie ma znaczenia, czy cel ten został osiągnięty. Takie stanowisko znajduje potwierdzenie również w orzecznictwie z zakresu prawa ochrony konkurencji<sup>39</sup>.

<sup>37</sup> Por. akapity 45-53 niniejszej decyzji.

<sup>38</sup> K. Kohutek, *Komentarz do art. 11 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów*, Lex, 2008.

<sup>39</sup> Wyrok Sądu Okręgowego w Warszawie – Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów z dnia 7 lipca 2004 r., sygn. XVII Ama 65/03, niepubl.

- (159) Należy zatem stwierdzić, że w pierwszej kolejności zasadne jest określenie, czy porozumienie nie ograniczało konkurencji ze względu na cel. Dopiero w przypadku stwierdzenia, że porozumienie nie było porozumieniem ograniczającym konkurencję ze względu na cel, zasadne i niezbędne staje się przeanalizowanie jego skutków.
- (160) Brak konieczności badania skutków porozumienia, gdy wykazano jego antykonkurencyjny cel potwierdza zarówno orzecznictwo sądów krajowych jak i unijnych.
- (161) Wskazał na to, między innymi, Sąd Okręgowy w Warszawie – Sąd Ochrony Konkurencji i Konsumentów w wyroku z dnia 9 listopada 2006 r. stwierdzając, że „(...) jeżeli z zawartego porozumienia, w konkretnym wypadku z aktów podjętych przez odwołującą się Izbę wynika ich antykonkurencyjny cel (w rozpoznawanej sprawie celem tym było splaszczanie konkurencji w zakresie cen), to nie ma potrzeby badania skutków porozumienia”<sup>40</sup>.
- (162) Podobny wniosek wynika z orzecznictwa Trybunału Sprawiedliwości Unii Europejskiej, w którym wskazano, między innymi, że: „(...) w wypadku gdy udowodnione zostanie, że celem porozumienia jest ograniczenie konkurencji, nie zachodzi potrzeba określania rzeczywistych jego skutków”<sup>41</sup>. Powyższe stanowisko zostało potwierdzone w innej sprawie, w której stwierdzono, że „(...) by dokonać oceny, czy porozumienie jest zakazane na mocy obecnego art. 101 ust. 1 Traktatu o funkcjonowaniu Unii Europejskiej, uwzględnienie jego konkretnych skutków jest zbędne, jeśli okazuje się, że ma ono na celu zapobieżenie, ograniczenie lub zakłócenie konkurencji wewnątrz wspólnego rynku”<sup>42</sup>. Jak bowiem wskazał Trybunał Sprawiedliwości: „(...) pewne formy zmowy między przedsiębiorstwami można uznać, z uwagi na sam ich charakter, za szkodliwe dla prawidłowego funkcjonowania normalnej konkurencji”.
- (163) Należy podkreślić, że przy ocenie, czy celem porozumienia było ograniczenie konkurencji nie ma znaczenia subiektywne wyobrażenie jego stron o zamiarach czy motywach działania, lecz jego obiektywny charakter<sup>43</sup>.
- (164) Jednocześnie należy zwrócić uwagę na to, że brak konieczności badania skutków porozumienia, dotyczy w szczególności porozumień ograniczających konkurencję cenową, tj. takich, jak porozumienie podlegające analizie w niniejszej sprawie. Porozumienia tego typu stanowią najpoważniejsze ograniczenia konkurencji i z tego względu uznaje się je za

---

<sup>40</sup> Wyrok Sądu Okręgowego w Warszawie – Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów z dnia 9 listopada 2006 r., sygn. XVII Ama 68/05, Dz. Urz. UOKiK 2007/2/20.

<sup>41</sup> Wyrok Trybunału Sprawiedliwości z dnia 13 lipca 1966 r. w połączonych sprawach 56 i 58/64, *Consten oraz Grundig przeciwko Komisji*, EU:C:1966:41. Podobnie w wyroku Trybunału Sprawiedliwości z dnia 30 czerwca 1966 r. w sprawie 56/65, *Société Technique Minière przeciwko Maschinenbau Ulm*, EU:C:1966:38 oraz w wyroku Trybunału Sprawiedliwości z dnia 27 stycznia 1987 r. w sprawie 45/85, *Verband der Sachversicherer przeciwko Komisji*, EU:C:1987:34.

<sup>42</sup> Wyrok Trybunału Sprawiedliwości z dnia 20 listopada 2008 r. w sprawie C-209/07, *Beef Industry Development and Barry Brothers*, EU:C:2008:643.

<sup>43</sup> Wyrok Sądu Okręgowego w Warszawie – Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów z dnia 11 czerwca 2012 r., sygn. XVII AmA 197/10, niepubl.

ograniczające konkurencję ze względu na cel. Należy bowiem stwierdzić, że uzgodnienia powyższego rodzaju mają istotny potencjał wywoływania negatywnych skutków na rynku.

- (165) Restrykcyjne podejście do porozumień cenowych wynika z faktu, że istotą tych porozumień jest uderzenie w podstawowy aspekt konkurowania na rynku. Cena stanowi bowiem zasadniczy parametr przy wyborze oferty przez konsumenta, jak i w relacjach między przedsiębiorcami w warunkach skutecznej konkurencji. W tym kontekście należy zauważyć, że ustalanie sztywnych i minimalnych detalicznych cen odsprzedaży powoduje ograniczenie wewnątrzmarkowej konkurencji cenowej ze względu na cel porozumienia. Ponadto, należy również podkreślić, że ustalenie cen eliminuje niepewność dystrybutorów co do ich wzajemnego zachowania cenowego na rynku, skutkując ograniczeniem rywalizacji cenowej między nimi. Uzgodnione ceny powodują bowiem ograniczenie zakresu swobody dystrybutora w kształtowaniu z nabywcą cen sprzedawanych przez siebie produktów. Tym samym producent (dystrybutor hurtowy), pozbawiając samodzielności cenowej dystrybutorów detalicznych, sprawia, że ceny utrzymują się na ustalonym poziomie. Poziom ten jest wyższy niż w warunkach skutecznej konkurencji. Co więcej, wprowadzenie cen na ustalonym poziomie może skutkować zmniejszeniem innowacyjności i zahamowaniem rozwoju dystrybutorów poprzez ochronę mniej efektywnych z nich.
- (166) Wagę wskazanej powyżej kategorii naruszeń podkreśla również fakt, że ustawodawca nie zdecydował się na ich objęcie zakresem regulacji, o której mowa w art. 7 u.o.k.k. (reguła *de minimis*). Porozumienia dotyczące minimalnych oraz sztywnych cen odsprzedaży stanowią również tzw. klauzule czarne, przewidziane w rozporządzeniu dotyczącym porozumień wertykalnych, wydanym na podstawie art. 8 ust. 3 u.o.k.k., co powoduje, że nie korzystają one z wyłączenia, o którym mowa w tym rozporządzeniu.
- (167) Ocena wertykalnych porozumień cenowych jako ograniczających konkurencję ze względu na cel jest aktualna zarówno na gruncie polskiego, jak i unijnego prawa konkurencji<sup>44</sup>. Za taką ich kwalifikacją przemawia utrwalone orzecznictwo unijne<sup>45</sup>.
- (168) Również na gruncie doktryny prawa ochrony konkurencji ustalanie (sztywnych i minimalnych) cen odsprzedaży umieszczane jest wśród porozumień ograniczających konkurencję ze względu na cel<sup>46</sup>. Wskazuje się przy tym, że: „w kontekście traktowania konkurencji wewnątrzmarkowej na równi z konkurencją międzymarkową oraz wyraźnego stanowiska instytucji UE wobec wagi konkurencji cenowej, zmiana kwalifikacji RPM [Resale Price Maintenance – przyp. Prezes Urzędu] z praktyki ograniczającej konkurencję ze względu

<sup>44</sup> Wyrok Sądu Najwyższego z dnia 23 listopada 2011 r., sygn. III SK 21/11, niepubl.

<sup>45</sup> Wyrok Trybunału Sprawiedliwości z dnia 28 stycznia 1986 r. w sprawie 161/84, *Pronuptia*, EU:C:1986:41.

<sup>46</sup> R. Whish, D. Bailey, *Competition Law*, Oxford University Press, Oxford, 2012, s. 124.

*na cel (przedmiot) na praktykę ograniczającą konkurencji ze względu na skutek nie wydaje się możliwa, ani też właściwa*<sup>47</sup>.

- (169) Odnosząc powyższe uwagi do przedmiotowej sprawy należy wskazać, że Fordex ustalał z INTERSPORT detaliczne ceny odsprzedaży sprzętu i akcesoriów narciarskich marki Nordica.
- (170) Ustalenia te miały nie miały formy pisemnej lub przyjmowały formę ustaleń za pośrednictwem wiadomości e-mail, jednak były przez strony uznawane za wiążące, a uzgodnione poziomy detalicznych cen odsprzedaży były faktycznie stosowane przez dystrybutora detalicznego.
- (171) Wskazane powyżej ustalenia dokonywane były przez przedstawicieli przedsiębiorców na aranżowanych przez Fordex spotkaniach, które organizowano w związku z uczestnictwem przedstawicieli obu przedsiębiorców w targach sprzętu i akcesoriów sportowych. Uzgodnienia były ponadto dokonywane za pośrednictwem wiadomości e-mail i kontaktów telefonicznych<sup>48</sup>.
- (172) Ustaleniom tym towarzyszyło przekazywanie INTERSPORT cenników zawierających zarówno ceny hurtowe, jak i detaliczne. Stanowiły one podstawę do ustalania cen odsprzedaży sprzętu i akcesoriów narciarskich marki Nordica, znajdujących się w ofercie Fordex na dany sezon. Cenniki były przekazywane co roku przed rozpoczęciem każdego nowego sezonu.
- (173) Należy stwierdzić, że porozumienie powyższego rodzaju prowadzi do ograniczenia konkurencji cenowej, uniemożliwiając dystrybutorowi detalicznemu oferowanie cen poniżej ustalonego poziomu. Celem porozumienia było więc uzyskanie pewności co do wysokości cen stosowanych na dalszym etapie dystrybucji. Należy przyjąć, że porozumienie takie ze względu na swój cel ograniczało skłonność dystrybutora detalicznego do reagowania na impulsy rynkowe i do niezależnego dostosowywania swoich cen do sytuacji panującej na rynku, o ile ceny oferowane przez konkurentów dystrybutora detalicznego nie stawały się na tyle niskie, żeby dystrybutor detaliczny był skłonny podjąć ryzyko obniżenia również swoich cen i tym samym narażenia na pogorszenie swoich stosunków z dystrybutorem hurtowym. Uzgodnienie tego rodzaju może tym samym prowadzić do wzrostu cen w stosunku do tych, które byłyby stosowane w odniesieniu do odbiorców w sytuacji braku zawarcia porozumienia, tj. w warunkach skutecznej konkurencji rynkowej<sup>49</sup>. Na opisane powyżej konsekwencje

---

<sup>47</sup> A. Zawłocka-Turno, B. Turno, *Ustalanie sztywnych lub minimalnych cen odsprzedaży jako porozumienie ograniczające konkurencję ze względu na cel (przedmiot) w prawie unijnym*, RPEiS nr 4/2011, s. 80.

<sup>48</sup> W odniesieniu do wymiany wiadomości e-mail zob. akapity 45-53 niniejszej decyzji, w odniesieniu do kontaktów telefonicznych zob. akapit 45.

<sup>49</sup> Zob. akapit 47 niniejszej decyzji i treść zacytowanej tam wiadomości e-mail z dnia 26 lutego 2009 r. (14:23), w której nadawca wskazuje na usztywnienie cen z zastrzeżeniem sytuacji niespodziewanych obniżek przez przedsiębiorców, którzy nie uczestniczyli w porozumieniu.

funkcjonowania wertykalnych porozumień cenowych wskazuje także aktualne orzecznictwo sądowe w sprawach ochrony konkurencji<sup>50</sup>.

- (174) Mając na względzie wskazane powyżej okoliczności należy stwierdzić, że porozumienie między Fordex i INTERSPORT jest porozumieniem ograniczającym konkurencję ze względu na cel. Przedmiotem tego porozumienia było bowiem uzgodnienie przez jego strony minimalnych cen odsprzedaży sprzętu i akcesoriów narciarskich marki Nordica. Tym samym, ukierunkowane było ono na usztywnienie cen detalicznych sprzętu i akcesoriów narciarskich marki Nordica i jako takie ze względu na swój cel zmierzało do zaburzenia konkurencji wewnątrzmarkowej. Mając na względzie powyższe, należy stwierdzić, że analiza skutków zawartego między przedsiębiorcami porozumienia nie jest w przedmiotowej sprawie zasadna.

### **8.3. Niepodleganie zakazowi porozumień ograniczających konkurencję**

- (175) Jak wskazano powyżej, w niniejszej sprawie doszło do zawarcia porozumienia, którego celem było ograniczenie konkurencji na rynku poprzez ustalenie detalicznych cen odsprzedaży sprzętu i akcesoriów narciarskich marki Nordica stosowanych przez dystrybutora detalicznego. Dla stwierdzenia naruszenia zakazu określonego w art. 6 ust. 1 pkt 1 u.o.k.k. konieczne jest w dalszej kolejności wykazanie, że porozumienie to nie wchodzi w zakres wyjątków w zakresie zastosowania art. 6 u.o.k.k. ani nie podlega wyłączeniu spod zakazu porozumień ograniczających konkurencję, w oparciu o rozporządzenie Rady Ministrów z dnia 30 marca 2011 r. w sprawie wyłączenia niektórych rodzajów porozumień wertykalnych spod zakazu porozumień ograniczających konkurencję (tekst jednolity: Dz. U. z 2014 r., poz. 1012).

- (176) Powyższe dotyczy trzech rodzajów sytuacji:

- a) zastosowania reguły de minimis, która określona została w art. 7 u.o.k.k.;
- b) spełniania warunków wyłączenia grupowego, które wydane zostało na podstawie art. 8 ust. 3 u.o.k.k.;
- c) indywidualnego spełniania przez porozumienie przesłanek, o których mowa w art. 8 ust. 1 u.o.k.k.

#### **8.3.1. Reguła de minimis**

- (177) Ingerencja Prezesa Urzędu w stosunki gospodarcze przedsiębiorców może mieć miejsce jedynie w sytuacjach, gdy zawierane przez przedsiębiorców porozumienia mogą ze względu na swój cel lub skutek w odczuwalny sposób wpływać na konkurencję. W związku z

---

<sup>50</sup> Por., między innymi, wyrok Sądu Okręgowego w Warszawie – Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów z dnia 29 maja 2012 r., sygn. XVII AmA 179/11, niepubl.; wyrok Sądu Najwyższego z dnia 23 listopada 2011 r., sygn. III SK 21/11, niepubl., pkt. 12.

powyższym, zgodnie z dyspozycją art. 7 u.o.k.k. zakaz zawierania porozumień ograniczających konkurencję nie znajduje zastosowania w przypadku niewielkiego udziału przedsiębiorców w rynku.

- (178) W odniesieniu do porozumień zawieranych między przedsiębiorcami, którzy nie są konkurentami, powyższe ma miejsce, zgodnie z art. 7 ust. 1 pkt 2 u.o.k.k., jeżeli udział w rynku posiadany przez któregokolwiek z nich w roku kalendarzowym poprzedzającym zawarcie porozumienia nie przekracza 10%.
- (179) Od powyższej reguły ustawa o ochronie konkurencji i konsumentów przewiduje określone odstępstwa. Zgodnie z art. 7 ust. 2 u.o.k.k. wskazane powyżej wyjątki nie mają zastosowania w przypadku porozumień, o których mowa, między innymi, w art. 6 ust. 1 pkt 1 u.o.k.k., tj. porozumień cenowych.
- (180) Mając na uwadze fakt, że analizowane w niniejszej sprawie porozumienie stanowiło porozumienie cenowe, nie spełnia ono warunków, o których mowa w art. 7 u.o.k.k.

### **8.3.2. Wyłączenia grupowe**

- (181) Porozumienie zawarte przez strony niniejszego postępowania miało charakter wertykalny, tj. zostało zawarte przez przedsiębiorców działających na różnych szczeblach obrotu. Tym samym, istotne z punktu widzenia oceny tego porozumienia pozostaje wyłączenie grupowe spod zakazu określonego w art. 6 u.o.k.k. stosowane względem tego typu porozumień.
- (182) W świetle aktualnie obowiązującego Rozporządzenia Rady Ministrów z dnia 30 marca 2011 r. w sprawie wyłączenia niektórych rodzajów porozumień wertykalnych spod zakazu porozumień ograniczających konkurencję z wyłączenia nie korzystają porozumienia wertykalne, 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 cen sprzedaży towarów objętych porozumieniem (§11 wskazanego powyżej rozporządzenia).
- (183) Kwestia ta pozostawała uregulowana w sposób analogiczny także w rozporządzeniach wyłączeniowych dla porozumień wertykalnych poprzedzających wskazane powyżej rozporządzenie. Powyższe wynika z treści §7 pkt 1 rozporządzenia z dnia 19 listopada 2007 r. w sprawie wyłączenia niektórych rodzajów porozumień wertykalnych spod zakazu porozumień ograniczających konkurencję (Dz. U. Nr 230, poz. 1691) oraz treści §10 pkt 1 rozporządzenia z dnia 13 sierpnia 2002 r. w sprawie wyłączenia określonych porozumień wertykalnych spod zakazu porozumień ograniczających konkurencję (Dz. U. Nr 142, poz. 1189).



(184) Mając na względzie fakt, że porozumienie między Fordex oraz INTERSPORT dotyczyło ustalenia minimalnych cen odsprzedaży towarów, należy stwierdzić, że nie mogło ono skorzystać z wyłączenia, o którym mowa w Rozporządzeniu Rady Ministrów z dnia 30 marca 2011 r. w sprawie wyłączenia niektórych rodzajów porozumień wertykalnych spod zakazu porozumień ograniczających konkurencję, ani w rozporządzeniach je poprzedzających.

### **8.3.3. Spełnienie warunków, o których mowa w art. 8 ust. 1 u.o.k.k.**

(185) Odnosząc się do możliwości indywidualnego spełniania przez przedmiotowe porozumienie warunków, o których mowa w art. 8 ust. 1 u.o.k.k., należy stwierdzić, że zgodnie z art. 8 ust. 2 u.o.k.k. ciężar dowodowy w powyższym zakresie spoczywa na przedsiębiorcy. W niniejszej sprawie żadna ze stron nie wskazywała na możliwość indywidualnego spełniania przez przedmiotowe porozumienie przesłanek, o których mowa we wskazanym powyżej przepisie. Mając na względzie powyższe, należy stwierdzić, że porozumienie zawarte między Fordex oraz INTERSPORT tych warunków nie spełniało.

### **8.4. Jednolitość i ciągłość naruszenia**

(186) W ocenie Prezesa Urzędu przedmiotowe naruszeniem jest naruszeniem jednolitym i ciągłym, trwającym (co należało stwierdzić na podstawie zebranego materiału dowodowego) od 2007 r. do 28 lutego 2012 r. Nie ma przy tym znaczenia, że w poszczególnych sezonach strony dokonywały odrębnych ustaleń co do poziomu cen detalicznych, który miał być stosowany przez INTERSPORT w danym sezonie. Okolicznością istotną dla ustalenia, czy naruszenie jest jednolite i ciągłe, czy też istnieje kilka odrębnych naruszeń, jest wspólność celu, tj. wpływu na konkurencję na danym rynku właściwym<sup>51</sup>. W tym kontekście należy wskazać, że cel ustaleń czynionych o odniesieniu do każdego z sezonów, w którym INTERSPORT stosował uzgodnione z Fordex poziomy detalicznych cen odsprzedaży, pozostawał ten sam – celem tym było usztywnienie cen detalicznych sprzętu i akcesoriów narciarskich marki Nordica.

## **9. Ustosunkowanie się do stanowisk stron**

(187) W kontekście przedstawionych powyżej wniosków co do zawarcia przez Fordex i INTERSPORT porozumienia antykonkurencyjnego zasadne jest również odniesienie się do stanowisk przedstawionych w ramach postępowania antymonopolowego przez jego strony.

---

<sup>51</sup> Wyrok Trybunału Sprawiedliwości z dnia 8 lipca 1999 r. w sprawie C-49/92 P, *Komisja przeciwko Anic Participazioni*, EU:C:1999:356; wyrok Sądu Pierwszej Instancji z dnia 20 marca 2002 r. w sprawie T-9/99, *HFB i inni przeciwko Komisji*, EU:T:2002:70.

## 9.1. Ustosunkowanie się do stanowiska Fordex

(188) Fordex przedstawił swoje stanowisko pismem z dnia 9 stycznia 2014 r. wskazując, że między Fordex i INTERSPORT nie doszło do zawarcia porozumienia mającego na celu ograniczenie konkurencji.

**Dowód:** pismo Fordex z dnia 9 stycznia 2014 r., k. 47-51.

(189) Fordex wskazał, że:

- (i) pojawiające się w korespondencji między przedstawicielami Fordex i INTERSPORT sformułowanie „trzymanie cen” dotyczy przesunięcia w czasie promocji, tj. kwestii przyspieszenia zaplanowanej wcześniej na inny termin przedsezonowej wyprzedaży;
- (ii) każda wyprzedaż dokonana przez INTERSPORT prowadzi do wymiernych kosztów po stronie Fordex, co wynika z charakteru łączących te podmioty warunków zamówień;
- (iii) po stronie INTERSPORT brak było zgody na stosowanie „*żądanych cen detalicznych oraz organizowanie przecen zgodnie z wolą spółki Fordex*”, a co za tym idzie w sprawie nie doszło do zawarcia porozumienia;
- (iv) Fordex nie miał wpływu na politykę cenową INTERSPORT i nie nakładał żadnego rodzaju sankcji na tego przedsiębiorcę;
- (v) dane zachowanie rynkowe należy ująć w ramach rzeczywistości gospodarczej, w jakiej miało ono miejsce – w tym zakresie Fordex zaznaczył, że udział sprzętu i akcesoriów narciarskich marki Nordica w całkowitej wartości sprzedaży na rynku był niski, co wyklucza możliwość doprowadzenia do trwałego, czy choćby czasowego wzrostu cen, zmniejszenia produkcji, czy wprowadzenia dodatkowych barier wejścia na rynek.

(190) W ocenie Prezesa Urzędu, w kontekście zgromadzonego w niniejszej sprawie materiału dowodowego, powyższe twierdzenia należy uznać za pozbawione podstaw.

(191) W pierwszej kolejności, należy wskazać, że nieuzasadnione jest łączenie przez Fordex kwestii udzielania INTERSPORT rabatów wspomagających wyprzedaże z kwestią zawarcia porozumienia o stosowaniu minimalnych cen odsprzedaży.

(192) Sprzedaż detaliczna sprzętu i akcesoriów narciarskich marki Nordica miała co do zasady miejsce w dwóch okresach: sprzedaży sezonowej i wyprzedaży posezonowych. W okresie wyprzedaży posezonowych INTERSPORT dokonywał sprzedaży produktów marki Nordica po obniżonych cenach, w celu opróżnienia magazynów. W okresie tym INTERSPORT

uprawniony był również do otrzymania pomocy ze strony Fordex (rabaty wspomagające). Moment, w którym INTERSPORT dokonywał podliczenia stanów magazynowych i w którym zwracał się do Fordex o udzielenie pomocy wyprzedażowej określony był szczegółowymi warunkami zamówień.

- (193) Należy zatem zauważyć, że zgodnie ze szczegółowymi warunkami zamówień ustalonymi przez strony dokonywanie przez INTERSPORT nieustalonych z Fordex wyprzedaży w okresie sprzedaży sezonowej nie prowadziło do wzrostu wysokości rabatów udzielanych INTERSPORT. Jak wskazano wcześniej, zgodnie z szczegółowymi warunkami zamówień stosowanymi przez Fordex i INTERSPORT rabaty te związane były z dokonywaniem wyprzedaży na sprzęt i akcesoria pozostałe w magazynach dystrybutora detalicznego w okresie po zakończeniu zasadniczej części sezonu. Celem tych rabatów było ułatwienie INTERSPORT wyprzedaży wciąż pozostałych w jego magazynach towarów, tak, aby w nowym sezonie mógł on nabyć od Fordex nowe linie produktów.
- (194) Sprzedawanie przez INTERSPORT sprzętu i akcesoriów narciarskich marki Nordica w cenach niższych niż ustalone przez przedsiębiorców ceny odsprzedaży nie przekładało się zatem bezpośrednio na skalę rabatów udzielanych przez Fordex. Rabaty udzielane przez Fordex odnosiły się bowiem dopiero do sprzedaży produktów dokonywanej po ustalonej przez strony dacie w każdym sezonie. Rabaty te mogły być ponadto zastępowane innym formami pomocy, której wielkość była ustalana przez strony w sposób doraźny<sup>52</sup>.
- (195) W nawiązaniu do stanowiska Fordex należy jednak zauważyć, że zgodnie z wyjaśnieniami INTERSPORT dokonywanie przez niego wcześniejszych wyprzedaży mogło wiązać się z występowaniem do Fordex o udzielenie dodatkowych rabatów.

**Dowód:** pismo INTERSPORT z dnia 21 maja 2015 r., k. 596.

- (196) W powyższym kontekście należy jednak wskazać, że Fordex nie był zobowiązany do udzielenia dodatkowych rabatów wspomagających (tj. dodatkowych rabatów w okresie sprzedaży sezonowej) w związku z przeprowadzaniem przez INTERSPORT dodatkowych akcji wyprzedażowych.
- (197) Należy również zauważyć, że na obliczenie wartości rabatów wspomagających oferowanych przez Fordex nie miała wpływu cena detaliczna oferowana przez INTERSPORT na rynku, ale cena wskazana w katalogu sprzętu. Co za tym idzie, brak było podstaw do określania przez Fordex i INTERSPORT wspólnie poziomu cen detalicznych, które miały być oferowane

---

<sup>52</sup> Zob. akapit 32 i wskazane tam szczegółowe warunki zamówień, zgodnie z którymi formy pomocy udzielanej przez Fordex miały charakter alternatywny.

konsumentom lub „trzymane” w danych okresach – dotyczy to zarówno sprzedaży w sezonie, jak i w ramach wyprzedaży posezonalnych.

- (198) Za nieuzasadniony – zarówno wobec wyjaśnień INTERSPORT, jak i pozostałego zgromadzonego materiału dowodowego – należy również uznać wniosek Fordex, że w przedmiotowej sprawie nie doszło do zawarcia porozumienia. W tym kontekście należy również podkreślić, że w odniesieniu do samego Fordex przedsiębiorca ten de facto sam przyznaje, że utrzymywanie przez INTERSPORT wskazanego poziomu detalicznych cen odsprzedaży było objęte zakresem woli Fordex (jak wskazuje Fordex: *„Zgodnie z przytoczonymi wiadomościami nie ma mowy o zgodzie spółki Intersport SA na utrzymywanie żądanych cen detalicznych oraz organizowanie przecen zgodnie z wolą spółki Fordex”*).

**Dowód:** pismo Fordex z dnia 9 stycznia 2014 r., k. 49.

- (199) Po stronie INTERSPORT wola dostosowywania swoich cen do poziomu ustalonego z Fordex znajdowała natomiast wyraz zarówno w oświadczeniach przedstawicieli INTERSPORT, które znajdują potwierdzenie w zgromadzonym materiale dowodowym (*„Trzymanie cen detalicznych. Ok.”*, *„Współpracujemy już trochę lat i sam musisz przyznać, że z nami dużych problemów nigdy nie było. Zawsze trzymaliśmy cenę (...)”*), jak i w faktycznym stosowaniu uzgodnionych detalicznych cen odsprzedaży.

**Dowód:** a) wiadomość e-mail z dnia 26 lutego 2009 r. (16:38), k. 608;  
b) wiadomość e-mail z dnia 21 listopada 2008 r. (9:10), k. 46;  
c) lista modeli objętych porozumieniem, k. 553-554.

- (200) Fakt dokonania przez INTERSPORT dwóch niezgodnionych z drugą stroną porozumienia obniżek cen nie może być w tym kontekście interpretowany jako brak woli INTERSPORT co do utrzymania porozumienia jako całości. Po pierwsze, na przestrzeni całego okresu trwania porozumienia zdarzenia te miały charakter wyjątkowy<sup>53</sup>. Po drugie, odstępstwa zmawiających się stron od czynionych ustaleń należy uznać za naturalny element towarzyszący porozumieniom antykonkurencyjnym<sup>54</sup>. Po trzecie, w przypadku obniżek dokonanych przez INTERSPORT w sezonie 2011/2012, działanie INTERSPORT wynikało nie z braku zgody na funkcjonowanie porozumienia antykonkurencyjnego, ale z konieczności doraźnej reakcji na obniżki dokonywane przez podmioty konkurujące<sup>55</sup>. Po czwarte, interwencje Fordex

---

<sup>53</sup> Por. akapit 46 niniejszej decyzji, w którym zacytowany został fragment wiadomości e-mail wysłanej przez przedstawiciela INTERSPORT, w której ten w reakcji na upomnienie ze strony Fordex wyraża skruchę z powodu dokonanych obniżek cen, zwraca uwagę, że sytuacja ta miała charakter wyjątkowy i związany z jubileuszem działalności gospodarczej, a dla podkreślenia wyjątkowości tej sytuacji zwraca ponadto uwagę na to, że w przeszłości INTERSPORT zawsze stosował uzgodnione ceny detaliczne.

<sup>54</sup> Por. akapit 132 niniejszej decyzji.

<sup>55</sup> Zob. akapit 51 niniejszej decyzji i zacytowaną tam wiadomość e-mail, w której nadawca wskazuje, że obniżka ma związek z obniżką cen dokonaną przez konkurentów.

polegające na upominaniu INTERSPORT co do poczynionych ustaleń skutkowały powrotem do stosowania uzgodnionych cen detalicznych.

- (201) Należy również zwrócić uwagę, że poza powyższymi faktami twierdzeniom Fordex o braku woli INTERSPORT co do zawarcia porozumienia przeczą wyjaśnienia samego INTERSPORT, który wskazuje, że taka wola po jego stronie istniała, tj. że w sprawie doszło do zawarcia antykonkurencyjnego porozumienia z Fordex.

**Dowód:** a) pismo INTERSPORT z dnia 13 kwietnia 2012 r., k. 656-671;  
b) pismo INTERSPORT z dnia 10 stycznia 2014 r., k. 546-551.

- (202) Nie znajduje również odzwierciedlenia w materiale dowodowym twierdzenie Fordex, że nie miał on wpływu na politykę cenową INTERSPORT. Prawdziwości tego twierdzenia zaprzecza przede wszystkim fakt kierowania do INTERSPORT próśb o wprowadzenie określonych cen detalicznych do systemów informatycznych tego przedsiębiorcy, przesyłanie upomnień co do przestrzegania przez poczynionych ustaleń, a jednocześnie faktyczne stosowanie przez INTERSPORT uzgodnionych z Fordex detalicznych cen odsprzedaży<sup>56</sup>. Należy również wskazać, że fakt niestosowania istotnych sankcji za niedotrzymywanie warunków porozumienia nie świadczy o braku zawarcia porozumienia, którego celem jest ograniczenie konkurencji<sup>57</sup>.

- (203) Odnosząc się do twierdzeń Fordex co do braku zawarcia porozumienia antykonkurencyjnego z uwagi na konieczność oceny działań rynkowych przedsiębiorców z uwzględnieniem kontekstu gospodarczego, w którym są one podejmowane, należy z kolei wskazać, że przedstawiona przez stronę argumentacja nie ma w niniejszej sprawie wpływu na ocenę faktu zawarcia antykonkurencyjnego porozumienia naruszającego art. 6 u.o.k.k. Jak wskazano wcześniej, antykonkurencyjne porozumienia cenowe polegające na ustalaniu minimalnych cen odsprzedaży stanowią porozumienia, które naruszają reguły konkurencji ze względu na swój cel. Ponadto, porozumienia tego rodzaju nie tracą swojego antykonkurencyjnego charakteru w przypadku niskiego udziału produktów w całkowitej sprzedaży towarów na danym rynku właściwym (tj. nie znajduje do nich zastosowania reguła *de minimis*)<sup>58</sup>.

- (204) Niezależnie od powyższego należy jednak zauważyć, że w okresie stosowania przez Fordex i INTERSPORT omawianej na gruncie niniejszej decyzji praktyki na rynku funkcjonowały inne porozumienia ograniczające konkurencję w odniesieniu do sprzętu i akcesoriów narciarskich<sup>59</sup>. W ocenie Prezesa Urzędu fakt istnienia tego rodzaju innych porozumień ograniczających konkurencję nie wpływa co do zasady na ocenę legalności działań Fordex i

---

<sup>56</sup> Zob. akapit 45, 47, 50, 56 niniejszej decyzji.

<sup>57</sup> Por. uwagi w akapicie 131-132 oraz przedstawione tam poglądy orzecznictwa.

<sup>58</sup> Por. rozważania w akapitach 177-180 niniejszej decyzji.

<sup>59</sup> Zob. akapit 264 niniejszej decyzji.

INTERSPORT, ponieważ działania te pozostają niezgodne z regułami konkurencji niezależnie od działań innych przedsiębiorców. Niemniej, uwzględniając kontekst gospodarczy działań Fordex i INTERSPORT należy podkreślić, że występowanie na rynku również innych porozumień ograniczających konkurencję w odniesieniu do sprzętu i akcesoriów narciarskich mogło zwiększać antykonkurencyjny potencjał praktyki stwierdzanej niniejszą decyzją – możliwość zastępowania przez konsumentów produktów marki Nordica mogła być bowiem ograniczana przez fakt, że również ceny produktów innych marek nie były kształtowane w warunkach skutecznej konkurencji.

## **9.2. Ustosunkowanie się do stanowiska INTERSPORT**

(205) Pismami z dnia 13 kwietnia 2012 r. oraz 10 stycznia 2014 r. INTERSPORT przyznał się do uczestnictwa, w okresie od 2000 r. do dnia 28 lutego 2012 r., w porozumieniu ograniczającym konkurencję, zawartym przez Fordex i INTERSPORT. Celem tego porozumienia było ustalenie detalicznych cen odsprzedaży sprzętu i akcesoriów narciarskich marki Nordica stosowanych przez INTERSPORT.

- Dowód:** a) pismo INTERSPORT z dnia 13 kwietnia 2012 r., k. 656-671;  
b) pismo INTERSPORT z dnia 10 stycznia 2014 r., k. 546-551.

(206) INTERSPORT wskazał, że nie był inicjatorem zawarcia porozumienia oraz że nie nakłaniał innych przedsiębiorców do udziału w tym porozumieniu.

(207) Zgodnie z wyjaśnieniami INTERSPORT, inicjatorem ustalania cen detalicznych sprzętu i akcesoriów narciarskich marki Nordica był Fordex. INTERSPORT wyjaśnił ponadto, że z uwagi na upływ czasu i kilkukrotną zmianę systemów informatycznych nie jest w stanie wskazać konkretnej daty, od której trwała współpraca z Fordex i związane z nią ustalanie minimalnych cen odsprzedaży.

(208) W ocenie Prezesa Urzędu wyjaśnienia INTERSPORT w zakresie faktu zawarcia z Fordex porozumienia dotyczącego ustalania detalicznych cen odsprzedaży znajdują potwierdzenie w całokształcie zgromadzonego materiału dowodowego, w tym w szczególności w treści wiadomości e-mail wymienianych przez przedstawicieli przedsiębiorców, będących stronami niniejszego postępowania.

(209) Należy jednocześnie wskazać, że twierdzenia INTERSPORT co do zainicjowania porozumienia przez Fordex nie mogą zostać potwierdzone przez wskazanie innych dowodów zgromadzonych w ramach przeprowadzonego postępowania antymonopolowego. Należy jednak podkreślić, że zebrany materiał dowodowy nie wskazuje również na to, że inicjatorem porozumienia objętego zakresem niniejszej decyzji był INTERSPORT. W oparciu o zebrane dowody należy natomiast stwierdzić, że Fordex odgrywał w przedmiotowym porozumieniu

rolę lidera, w tym przede wszystkim nakłaniał przedstawicieli INTERSPORT do poszanowania poczynionych ustaleń w odniesieniu do kolejnych sezonów oraz dyscyplinował ich w przypadku odstępstw od uzgodnionego poziomu cen przez INTERSPORT.

- (210) Z uwagi na powyższe, w ocenie Prezesa Urzędu należało uznać za wiarygodne i spójne z pozostałym materiałem dowodowym zebrany w sprawie wyjaśnienia udzielone przez INTERSPORT, odnoszące się do roli jaką odegrał ten przedsiębiorca oraz Fordex w porozumieniu będącym przedmiotem niniejszej decyzji.
- (211) Biorąc powyższe pod uwagę, orzeka się jak w punkcie I sentencji decyzji.

## **10. Kary pieniężne**

- (212) Zgodnie z art. 106 ust. 1 pkt 1 u.o.k.k. 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 w art. 6 u.o.k.k., w zakresie niewyłączonym na podstawie art. 7 i 8 u.o.k.k.

### **10.1. Przesłanka „choćby nieumyślnego” naruszenia przepisów**

- (213) Rozstrzygnięcie w przedmiocie nałożenia przez Prezesa Urzędu, na podstawie art. 106 ust. 1 pkt 1 u.o.k.k., kary pieniężnej za naruszenie zakazu określonego w art. 6 u.o.k.k. ma charakter fakultatywny, przy czym możliwość nałożenia na przedsiębiorcę tej kary wymaga stwierdzenia, że naruszenie zakazu określonego w art. 6 u.o.k.k. było „choćby nieumyślnie”.
- (214) Okoliczności stwierdzonego niniejszą decyzją naruszenia, w tym przede wszystkim fakt, że jest ono naruszeniem poważnym i dotyczącym ustalania detalicznych cen odsprzedaży, uzasadniają skorzystanie przez Prezesa Urzędu z uprawnienia do nakładania na przedsiębiorców kar pieniężnych za naruszenie art. 6 u.o.k.k. Należy przy tym stwierdzić, że w odniesieniu do obu stron postępowania spełniona została przesłanka „choćby nieumyślnego” naruszenia przepisów ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.
- (215) Dokonując oceny zaistnienia w niniejszej sprawie przesłanki „choćby nieumyślnego” naruszenia przepisów ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów przez Fordex i INTERSPORT, Prezes Urzędu wziął pod uwagę, że zgodnie z orzecznictwem Sądu Najwyższego, element subiektywny w postaci umyślności lub nieumyślności naruszenia przepisów ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów wyraża się w tym, że przedsiębiorca działa mając świadomość, że swoim zachowaniem narusza zakaz praktyk ograniczających

konkurencję, lub gdy jako profesjonalny uczestnik obrotu mógł (powinien był) taką świadomość posiadać<sup>60</sup>.

- (216) Zgodnie z orzecznictwem Sądu Najwyższego należy również uznać, że przedsiębiorcy będący profesjonalnymi uczestnikami obrotu rynkowego mają możliwość prawidłowego określenia ryzyka prawnego przy podejmowaniu określonych decyzji biznesowych<sup>61</sup>. Istotne znaczenie ma także stanowisko Sądu Okręgowego w Warszawie – Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów, który przyjął, że nie jest możliwe, aby przedsiębiorca o znacznej renomie i długim okresie funkcjonowania na rynku nie zdawał sobie sprawy ze swoich czynności<sup>62</sup>.
- (217) Biorąc pod uwagę powyższe okoliczności, a także okoliczności wskazane poniżej, Prezes Urzędu stwierdził, że objęte zakresem niniejszej decyzji naruszenie zakazu określonego w art. 6 ust. 1 pkt 1 u.o.k.k. przez Fordex oraz INTERSPORT miało **charakter umyślny**, a co za tym idzie spełniało przesłankę „choćby nieumyślnego” naruszenia reguł konkurencji.
- (218) Dokonując powyższej oceny, Prezes Urzędu wziął pod uwagę, że strony postępowania są profesjonalnymi uczestnikami obrotu rynkowego od wielu lat<sup>63</sup>. Podmioty te posiadały zatem (powinny były posiadać) wiedzę prawną i ekonomiczną, umożliwiającą im rozpoznanie swoich działań jako naruszających reguły konkurencji.
- (219) Prezes Urzędu wziął również pod uwagę, że treść wymienionych przez przedstawicieli przedsiębiorców wiadomości e-mail wskazuje, że strony postępowania miały świadomość, że ich działania zmierzają do usztywnienia detalicznych cen odsprzedaży i ograniczenia konkurencji na rynku. Świadczy o tym, między innymi, wiadomość z dnia 20 listopada 2008 r. (18:15), w której [INFORMACJA CHRONIONA] (Fordex) stwierdza: „*Jesli inni dystrybutorzy to [dokonywanie nieuzgodnionych obniżek cen – dop. Prezes Urzędu] lubia to ich sprawa, mi zależy na porządku na rynku, a w szczególności na dobrych relacjach ze stałymi klientami*”<sup>64</sup>. Natomiast w wiadomości e-mail z dnia 26 lutego 2009 r. (14:23) [INFORMACJA CHRONIONA] (Fordex) wskazuje: „*wolę, żeby ceny były trzymane do końca stycznia, chyba że pojawi się na rynku dany but w niższej cenie (np. Decathlon, czy Ski Team) z którymi nie współpracujemy bezpośrednio i zaniża ceny*”.

- Dowód:** a) wiadomość e-mail z dnia 20 listopada 2008 r. (18:15), k. 45;  
b) wiadomość e-mail z dnia 26 lutego 2009 r. (14:23), k. 574.

<sup>60</sup> Wyrok Sądu Najwyższego z dnia 21 kwietnia 2011 r., sygn. akt III SK 45/10, niepubl.

<sup>61</sup> Wyrok Sądu Najwyższego z dnia 21 kwietnia 2011 r., sygn. akt III SK 45/10, niepubl.

<sup>62</sup> Wyrok Sądu Okręgowego w Warszawie – Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów z dnia 11 kwietnia 2011 r., sygn. XVII AmA 62/08, niepubl.

<sup>63</sup> Zob. akapit 31 niniejszej decyzji.

<sup>64</sup> Por. akapit 45 niniejszej decyzji.



(220) Niezależnie od faktu otrzymania powyższej wiadomości e-mail przez przedstawiciela INTERSPORT, o tym, że również INTERSPORT musiał mieć świadomość, że zawarte porozumienie prowadzi do ograniczenia konkurencji świadczy udzielona przez jego przedstawiciela ([INFORMACJA CHRONIONA]) odpowiedź, w której stwierdza, że: *„Zawsze trzymaliśmy ceny, wiedząc nawet o tym, że inne mniejsze sklepy ceny opuszczają”*<sup>65</sup>.

**Dowód:** wiadomość e-mail z dnia 21 listopada 2008 r. (9:10), k. 46.

(221) Strony w sposób jednoznaczny zmierzały również do utrzymania porozumienia w zakresie przedmiotowej praktyki – przedsiębiorcy wprost deklarowali zakres uzgodnień i wolę ich obowiązywania. Przykładowo, w wiadomości e-mail z dnia 26 lutego 2009 r. (14:23) przedstawiciel Fordex zwrócił się do przedstawiciela INTERSPORT, informując, że: *„wolę, żeby ceny były trzymane do końca stycznia”*. Wiadomość ta spotkała się z jednoznacznym potwierdzeniem odbiorcy powyższej wiadomości, który z kolei stwierdził: *„Trzymanie cen detalicznych. Ok.”*.

**Dowód:** a) wiadomość e-mail z dnia 26 lutego 2009 r. (14:23), k. 574;

b) wiadomość e-mail z dnia 26 lutego 2009 r. (16:38), k. 608.

(222) Całokształt zgromadzonego materiału dowodowego wskazuje również na to, że poza świadomością ograniczającego konkurencję charakteru porozumienia jego strony miały również świadomość bezprawności swoich działań. W ocenie Prezesa Urzędu o świadomości stron, że podejmowane przez nie działania są niezgodne z prawem świadczy treść wiadomości e-mail z dnia 20 listopada 2008 r. (18:15) przesłanej [INFORMACJA CHRONIONA] (INTERSPORT), [INFORMACJA CHRONIONA] (Prezes Zarządu INTERSPORT) oraz [INFORMACJA CHRONIONA] (INTERSPORT), w której [INFORMACJA CHRONIONA] (Fordex) wskazał, między innymi, że: *„Oboje wiemy [[INFORMACJA CHRONIONA] – dop. Prezes Urzędu] jakie uzgodnienia poczyniliśmy przed sezonem dotyczące trzymania cen detalicznych na produkty katalogowe. Nie możemy narzucać cen detalicznych w umowach, jednak uważam, że jeśli coś ustalimy nawet ustnie to powinno być dotrzymanywane”*.

**Dowód:** wiadomość e-mail z dnia 20 listopada 2008 r. (18:15), k. 45.

(223) W ocenie Prezesa Urzędu powyższe zastrzeżenie przez przedstawiciela Fordex, że minimalne ceny odprzedaży nie mogą zostać ustalone w pisemnej umowie łączącej strony należy w ogólnym kontekście niniejszej sprawy rozumieć jako świadomość, że ich działania naruszają prawo i z tych względów konieczne jest zachowanie tajności tych działań.

---

<sup>65</sup> Por. akapit 46 niniejszej decyzji.

- (224) Powyższe wnioski należy uznać za tym bardziej uzasadnione, że stwierdzone niniejszą decyzją naruszenie należy do kategorii naruszeń o najbardziej typowym, a zarazem ciężkim charakterze (porozumienie cenowe, wymienione wprost w art. 6 ust. 1 pkt 1 u.o.k.k.). W ocenie Prezesa Urzędu tym bardziej przemawia to za przyjęciem, że strony postępowania działały mając świadomość, że swoim zachowaniem zarówno ograniczają konkurencję, jak i naruszają reguły konkurencji określone w ustawie o ochronie konkurencji i konsumentów.
- (225) W powyższym kontekście należy stwierdzić, że strony postępowania miały świadomość charakteru zawartego przez siebie porozumienia, celu, jakiemu ono służyło, jego potencjalnego wpływu na warunki konkurencji na rynku oraz hipotetycznej oceny tego porozumienia z punktu widzenia przepisów ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów. Tym samym, należy stwierdzić, że naruszenie w niniejszej sprawie miało charakter umyślny. Dotyczy to zarówno Fordex, jak i INTERSPORT. Mając na względzie powyższe, należy stwierdzić, że naruszenie stwierdzone niniejszą decyzją miało charakter „choćby nieumyślny”, a co za tym idzie Prezes Urzędu pozostaje uprawniony do nałożenia kar pieniężnych na strony postępowania.

## 10.2. Wysokość kar pieniężnych

- (226) Ustalając wysokość kar pieniężnych Prezes Urzędu działał w oparciu o art. 106 ust. 1 pkt 1 u.o.k.k., zgodnie z którym wysokość nakładanej przez organ ochrony konkurencji na przedsiębiorcę kary pieniężnej nie może przekraczać 10% przychodu tego przedsiębiorcy osiągniętego w roku rozliczeniowym poprzedzającym rok nałożenia kary. Zarazem Prezes Urzędu wziął pod uwagę przepis art. 111 u.o.k.k., nakazujący by przy ustalaniu wysokości kar pieniężnych uwzględniać w szczególności okres, stopień oraz okoliczności naruszenia przepisów ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, a także uprzednie naruszenie przepisów tej ustawy. Przy ustalaniu maksymalnych wysokości nakładanych kar pieniężnych, Prezes Urzędu wziął pod uwagę wysokość przychodów osiągniętych przez adresatów decyzji w 2015 r. Wysokość tych przychodów potwierdzają informacje zawarte w zeznaniach podatkowych stron postępowania.

**Dowód:** a) załącznik do pisma Fordex z dnia 4 maja 2016 r., k. 743;  
b) załącznik do pisma INTERSPORT z dnia 9 maja 2016 r., k. 764-788.

- (227) Mając na względzie fakt, że ustawa o ochronie konkurencji i konsumentów, w brzmieniu które znajduje zastosowanie w odniesieniu do niniejszego postępowania, nie zawierała zamkniętego katalogu przesłanek, od których uzależniana jest wysokość nakładanych na przedsiębiorców kar, Prezes Urzędu wziął również pod uwagę – zgodnie z utrwalonym orzecznictwem – element subiektywny w postaci umyślności lub nieumyślności naruszenia przepisów

wspomnianej ustawy i orzecznictwo, zgodnie z którym wysokość nakładanej kary musi odzwierciedlać stopień zawinienia, z jakim związane jest naruszenie zakazu<sup>66</sup>.

- (228) Prezes Urzędu uwzględnił również, że – zgodnie z orzecznictwem – w przypadku kar za stosowanie praktyk ograniczających konkurencję przesłankami, które należy brać pod uwagę są stopień naruszenia interesu publicznego, a także potencjał ekonomiczny przedsiębiorcy, skutki praktyki dla konkurencji lub kontrahentów, dopuszczalny poziom kary wynikający z przepisów ustawy oraz cele, jakie kara ma osiągnąć<sup>67</sup>. Nałożona przez Prezesa Urzędu kara pieniężna powinna pełnić funkcję represyjną (tj. stanowić dolegliwość za naruszenie przepisów ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów), ale także prewencyjną (tj. odstraszać przed dokonaniem podobnych naruszeń w przyszłości).
- (229) Ustalając wysokość nakładanych kar pieniężnych, Prezes Urzędu kierował się interpretacją przesłanek branych pod uwagę przy wymiarze kary pieniężnej zawartą w *Wyjaśnieniach w sprawie ustalania wysokości kar pieniężnych za stosowanie praktyk ograniczających konkurencję*<sup>68</sup>.

#### 10.2.1. Stopień naruszenia przepisów

- (230) Mając na względzie wskazane powyżej okoliczności, Prezes Urzędu ustalił wymiar kary pieniężnej w niniejszej sprawie, biorąc pod uwagę w pierwszej kolejności stopień naruszenia przepisów ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów. Dokonując oceny stopnia naruszenia Prezes Urzędu wziął pod uwagę dwie grupy okoliczności: (i) naturę naruszenia; oraz (ii) czynniki związane ze specyfiką rynku oraz działalnością przedsiębiorcy.
- (231) Należy wskazać, że na potrzeby oceny natury naruszenia Prezes Urzędu wyróżnia:
- (i) **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;
  - (ii) **naruszenia poważne**, do których należy zaliczyć przede wszystkim porozumienia horyzontalne niezaliczane do najpoważniejszych naruszeń, porozumienia wertykalne wpływające na cenę lub warunki oferowania produktu, przypadki nadużywania pozycji dominującej mające na celu lub prowadzące do

---

<sup>66</sup> Wyrok Sądu Okręgowego w Warszawie – Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów z dnia 24 maja 2006 r., sygn. XVII Ama 17/05, Dz. Urz. UOKiK 2006/3/48.

<sup>67</sup> Wyrok Sądu Najwyższego z dnia 27 czerwca 2000 r., sygn. I CKN 793/98, niepubl.; wyrok Sądu Okręgowego w Warszawie – Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów z dnia 24 maja 2006 r., sygn. XVII Ama 17/05, Dz. Urz. UOKiK 2006/3/48.

<sup>68</sup> Wyjaśnienia w sprawie ustalania wysokości kar pieniężnych za stosowanie praktyk ograniczających konkurencję, Dz. Urz. UOKiK 2008/4/33.

istotnego ograniczenia konkurencji lub dotkliwej eksploatacji kontrahentów lub konsumentów;

- (iii) **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.

- (232) W ocenie Prezesa Urzędu fakt zawarcia przez Fordex i INTERSPORT porozumienia polegającego na ustalaniu detalicznych cen odsprzedaży należy uznać **za poważne naruszenie reguł konkurencji**.
- (233) Oceniając naturę porozumienia Prezes Urzędu wziął pod uwagę, że wskazane powyżej porozumienie miało charakter wertykalny i dotyczyło ustalania cen. Zarówno w ustawodawstwie, jak i w orzecznictwie z zakresu prawa ochrony konkurencji, tego rodzaju porozumienia traktowane są w sposób surowy z uwagi na ich przedmiot, cel oraz wynikające z ich charakteru chociażby potencjalne skutki dla rynku. Ze względu na powyższe Prezes Urzędu uznał, że uzasadnione jest sklasyfikowanie porozumienia stwierdzonego niniejszą decyzją jako naruszenia poważnego i określenie wyjściowej kwoty kar w odniesieniu do obu stron postępowania w przedziale od 0,2% do 1% przychodu.
- (234) Zarazem Prezes Urzędu uznał, że na wysokość kwoty wyjściowej ustalonej w ramach wskazanego powyżej przedziału wpływać powinien sposób funkcjonowania przedmiotowego porozumienia w praktyce oraz fakt, że zebrany materiał dowodowy nie pozwala na stwierdzenie, że w porozumieniu tym uczestniczyły inne, poza Fordex i INTERSPORT, podmioty. Powyższe przemawia za uznaniem, że praktyka miała umiarkowany potencjał antykonkurencyjny, co z kolei przemawia za ograniczeniem wysokości kar.
- (235) Omówiony wyżej charakter porozumienia przemawiał tym samym za ustaleniem kwoty wyjściowej kar w odniesieniu do obu stron postępowania w granicach poniżej średniej wartości wskazanego wcześniej przedziału. Skutkowało to określeniem kwot pieniężnych, które będą podlegały dostosowaniom na dalszych etapach obliczania wymiaru kary, na poziomach przedstawionych w tabeli poniżej:

Podmiot	Wymiar kary	
	Natura naruszenia	Kwota
Fordex	poważna	66 985,80 zł
INTERSPORT	poważna	868 865,78 zł

**Tabela 1:** Pierwszy etap obliczenia wysokości kar – natura naruszenia

- (236) Oceniając stopień naruszenia przepisów ustawy, Prezes Urzędu przyjął, że wymiar kary nie może abstrahować od specyfiki rynku właściwego oraz działalności przedsiębiorców na tym rynku, a zatem kwota wyjściowa powinna podlegać dalszej modyfikacji. Stosując ustawową przesłankę stopnia naruszenia, Prezes Urzędu przyjmuje jednocześnie w *Wyjaśnieniach w sprawie ustalania wysokości kar pieniężnych za stosowanie praktyk ograniczających konkurencję*, że dla zachowania spójności w polityce karania naruszeń reguł konkurencji okoliczności związane ze stopniem naruszenia inne niż natura naruszenia mogą skutkować zwiększeniem albo zmniejszeniem kwoty ustalonej w pierwszym etapie obliczania wysokości kary o maksymalnie 80%.
- (237) Za podwyższeniem wymiaru kar pieniężnych w stosunku do poziomu ustalonego na wcześniejszym etapie przemawia fakt, że porozumienie to zostało **faktycznie wprowadzone w życie**.
- (238) Z drugiej strony, jako okoliczność przemawiająca za zmniejszeniem wysokości kar, Prezes Urzędu wziął pod uwagę potencjał ekonomiczny (rynkowy) przedsiębiorców dopuszczających się naruszenia, uznając, że im mniejszy jest udział produktów objętych porozumieniem w rynku, tym mniejsze są potencjalne szkodliwe skutki określonego zachowania ograniczającego konkurencję. W tym kontekście należy wskazać, że Nordica nie jest jedyną marką sprzętu i akcesoriów narciarskich na rynku, a jej udziały w rynku sprzedaży hurtowej tych produktów są ograniczone.
- (239) W ocenie Prezesa Urzędu z uwagi na fakt, że podczas gdy jedna ze wskazanych powyżej okoliczności przemawia za podwyższeniem kwot wyjściowych w odniesieniu do obu stron postępowania, a druga za ich obniżeniem, zasadne jest stwierdzenie, że efekty te znoszą się.
- (240) W celu zapewnienia proporcjonalności między poziomem kar pieniężnych nakładanych na Fordex i INTERSPORT a wagą naruszenia reguł konkurencji, Prezes Urzędu wziął również pod uwagę, jaki odsetek całkowitego przychodu Fordex i INTERSPORT uzyskany został przez tych przedsiębiorców w związku ze sprzedażą przez nich produktów objętych porozumieniem ograniczającym konkurencję.
- (241) Zgodnie z wyjaśnieniami Fordex jego przychód ze sprzedaży produktów marki Nordica w 2011 r., tj. w ostatnim pełnym roku naruszenia, był znacząco niższy niż całkowity przychód Fordex w 2011 r. W 2015 r. przychód Fordex ze sprzedaży produktów marki Nordica osiągnął natomiast poziom znikomy.

**Dowód:** pismo Fordex z dnia 4 maja 2016 r., k. 741.

- (242) Mając na względzie powyższe, w celu zapewnienia proporcjonalności nakładanej kary, przy jej obliczaniu Prezes Urzędu wziął pod uwagę udział przychodu z produktów marki Nordica

w całkowitym przychodzie Fordex w 2011 r. W ocenie Prezesa Urzędu uwzględnienie udziału tego przychodu poprzez odniesienie do ostatniego pełnego roku naruszenia gwarantuje zarówno istnienie odpowiedniego związku między nałożoną karą i dokonany naruszeniem, jak i zapobiega sytuacji, w której przedsiębiorca naruszający reguły konkurencji unika nałożenia kary odzwierciedlającej wagę naruszenia z uwagi na zaniechanie w czasie trwania postępowania antymonopolowego sprzedaży produktów, których dotyczy decyzja Prezesa Urzędu. Wskazany powyżej sposób określenia relacji między przychodem Fordex ze sprzedaży produktów marki Nordica i całkowitego przychodu tego przedsiębiorcy uwzględnia zarówno konieczność poszanowania zasady skuteczności (zapewnienie efektu odstraszającego), jak i zasady proporcjonalności (nałożenie kary, która nie będzie wykraczała poza stworzenie niezbędnego efektu odstraszającego). Wzięcie pod uwagę powyższych okoliczności skutkowało obniżeniem kary nałożonej na Fordex o wartość wskazaną w tabeli poniżej.

- (243) Zgodnie z wyjaśnieniami INTERSPORT jego przychód ze sprzedaży produktów marki Nordica był marginalny zarówno w 2011, jak i 2015 r.

**Dowód:** pismo INTERSPORT z dnia 9 maja 2016 r., k. 750-751.

- (244) Mając na względzie powyższe, Prezes Urzędu uznał, że zasadne jest zmniejszenie wymiaru kary również w odniesieniu do INTERSPORT. Przy zmniejszeniu wymiaru kary pieniężnej nakładanej na INTERSPORT Prezes Urzędu kierował się tymi samymi względami, które omówione zostały powyżej w kontekście obniżenia wymiaru kary nakładanej na Fordex. Mając jednak na względzie udział przychodu ze sprzedaży produktów marki Nordica w całkowitym przychodzie INTERSPORT w 2011 r. zasadne było obniżenie kwoty wyjściowej kary w odniesieniu do INTERSPORT o maksymalną wartość przewidywaną przez Prezesa Urzędu na etapie kalkulacji kary mającym na celu uwzględnienie przesłanki stopnia naruszenia. Powyższe skutkowało zmniejszeniem kwot wyjściowych kar o wartości wskazane w tabeli poniżej.

Podmiot	Wymiar kary		
	Natura naruszenia	Specyfika rynku oraz działalności przedsiębiorcy	Po modyfikacji
Fordex	66 985,80 zł	↓ 40%	40 191,48 zł
INTERSPORT	868 865,78 zł	↓ 80%	173 773,16 zł

**Tabela 2:** Drugi etap obliczania wysokości kary

### 10.2.2. Okres naruszenia

- (245) Dokonując oceny wpływu okresu naruszenia na wymiar kary, Prezes Urzędu przyjmuje, że kwota bazowa kar może ulec zwiększeniu ze względu na **długotrwałe** stosowanie praktyki ograniczającej konkurencję. Jako długotrwałe traktowane są **naruszenia trwające dłużej niż rok**. Biorąc powyższe pod uwagę, w celu odzwierciedlenia wpływu długotrwałości naruszenia na wysokość kar pieniężnych, Prezes Urzędu przyjmuje, że w przypadku porozumień ograniczających konkurencję kwota bazowa może ulec zwiększeniu o maksymalnie 200%. Biorąc pod uwagę okres naruszenia Prezes Urzędu ma na względzie, że im dłuższy okres trwania naruszenia, tym większe korzyści mogą osiągać uczestniczący w nim przedsiębiorcy.
- (246) Porozumienie, będące przedmiotem niniejszej decyzji, jest porozumieniem o charakterze długotrwałym i ciągłym. Istotne znaczenie w niniejszej sprawie miały regularne i powtarzalne, tj. następujące wraz z nadejściem każdego nowego sezonu, działania Fordex, polegające na przesyłaniu cenników zawierających detaliczne ceny odsprzedaży. Rozpoczęcie każdego sezonu poprzedzone było także spotkaniami na targach sprzętu między przedstawicielami przedsiębiorców. Przedstawiciele przedsiębiorców wymieniali również, zarówno przed jak i po otwarciu sezonu, wiadomości e-mail, w których dokonywali ustaleń co do stosowania minimalnych cen odsprzedaży.
- (247) Prezes Urzędu ustalił, że kwestionowane porozumienie funkcjonowało od 2007 r. do dnia 28 lutego 2012 r., tj. ponad rok. W związku z powyższym należy zaliczyć tę praktykę do **praktyk długotrwałych**.
- (248) Mając na względzie pięcioletni okres stosowania przedmiotowej praktyki, zasadne jest podwyższenie kwoty bazowej o 50%.

Podmiot	Wymiar kary		
	Kwota z drugiego etapu naliczania wysokości kary	Długotrwałość naruszenia	Po modyfikacji
Fordex	40 191,48 zł	↑ 50%	60 287,22 zł
INTERSPORT	173 773,16 zł	↑ 50%	260 659,73 zł

Tabela 3: Trzeci etap obliczania wysokości kary

### 10.2.3. Okoliczności naruszenia oraz naruszenia uprzednie

- (249) Oceniając okoliczności naruszenia przepisów ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów oraz kwestię uprzedniego naruszenia przepisów tej ustawy, Prezes Urzędu dokonuje podziału tych okoliczności na mające wpływ na zwiększenie (okoliczności obciążające) i zmniejszenie (okoliczności łagodzące) wymiaru kary. Uprzednie naruszenie przepisów ustawy o ochronie

konkurencji i konsumentów Prezes Urzędu uznaje za jeden z rodzajów okoliczności obciążających.

- (250) Okoliczności obciążające i łagodzące są oceniane łącznie, indywidualnie dla każdej sprawy oraz dla każdego przedsiębiorcy. Poszczególne okoliczności obciążające lub łagodzące mogą mieć różną wagę. Prezes Urzędu przyjmuje, że z uwagi na te okoliczności kwoty ustalone na wcześniejszym etapie obliczania wysokości kar mogą ulec zwiększeniu bądź zmniejszeniu maksymalnie o 50%.
- (251) Co do zasady za potencjalną okoliczność łagodzącą w odniesieniu do INTERSPORT można na gruncie niniejszego postępowania uznać fakt, że praktyka ograniczająca konkurencję została zaniechana przez tę stronę jeszcze przed wszczęciem przez Prezesa Urzędu niniejszego postępowania antymonopolowego. Uzasadnione jest jednak przyjęcie, że zaniechanie powyższej praktyki przez INTERSPORT miało związek z kontrolą z przeszukaniem przeprowadzoną w INTERSPORT przez Prezesa Urzędu oraz ze złożeniem przez tę stronę wniosku, o którym mowa w art. 109 u.o.k.k.<sup>69</sup>. Powyższe uzasadnia przekonanie, że zaniechanie stosowania praktyki przez INTERSPORT miało ścisły związek z działaniami podjętymi przez Prezesa Urzędu, a jakiegokolwiek zmniejszenia wymiaru kary w powyższym zakresie powinno znajdować ewentualne odzwierciedlenie w związku z możliwością zastosowania art. 109 u.o.k.k.
- (252) Należy jednocześnie stwierdzić, że brak jest podstaw do uwzględnienia powyższej okoliczności łagodzącej w odniesieniu do Fordex. W tym kontekście należy wskazać, że zaniechanie praktyki Fordex nie wynikało z jego autonomicznych działań, ale z faktu zaniechania praktyki przez INTERSPORT, który był drugą stroną porozumienia.
- (253) W ocenie Prezesa Urzędu w rozpatrywanej sprawie nie występują inne okoliczności łagodzące, które mogłyby mieć zastosowanie do stron postępowania.
- (254) W szczególności należy wskazać, że brak jest podstaw do uznania, że którakolwiek ze stron porozumienia przyjmowała w nim rolę bierną. W tym kontekście należy stwierdzić, że rola Fordex w porozumieniu miała charakter jednoznacznie aktywny<sup>70</sup>. Brak jest jednocześnie podstaw do przypisania biernej roli INTERSPORT. Jakkolwiek działania INTERSPORT cechowały się mniejszą intensywnością niż w przypadku Fordex, w ocenie Prezesa Urzędu postawa INTERSPORT nie przyjmowała charakteru biernego uczestnictwa w porozumieniu. W tym kontekście należy zwrócić uwagę na fakt, że przedstawiciele INTERSPORT czynili starania zmierzające do zachowania porozumienia z Fordex. Powyższe przejawiało się przede

---

<sup>69</sup> Zob. akapity 2-3 niniejszej decyzji.

<sup>70</sup> Zob. w szczególności akapity 45, 47, 50 niniejszej decyzji.



wszystkim w podejmowaniu działań względem Fordex, mających na celu wzbudzenie u Fordex przekonania, że porozumienie będzie stosowane<sup>71</sup>.

- (255) Brak jest również podstaw do uznania, że którakolwiek ze stron działała w warunkach przymusu. W ocenie Prezesa Urzędu przesłanka ta nie znajduje zastosowania względem Fordex z uwagi na rolę, jaką przedsiębiorca ten przyjmował w porozumieniu<sup>72</sup>. W przypadku INTERSPORT należy natomiast stwierdzić, że Fordex nie wywierał na INTERSPORT presji, która miałaby formę przymusu. W powyższym kontekście należy również zwrócić uwagę na istotną dysproporcję między potencjałem ekonomicznym obu przedsiębiorców (silną pozycję INTERSPORT), która w ocenie Prezesa Urzędu wykluczała stosowanie względem INTERSPORT przymusu przez Fordex<sup>73</sup>.
- (256) W ocenie Prezesa Urzędu w odniesieniu do żadnej ze stron za okoliczność łagodzącą nie można również uznać współpracy z organem ochrony konkurencji w toku postępowania antymonopolowego. W uzasadnieniu powyższego należy stwierdzić, że aktywność Fordex w postępowaniu ograniczała się do udzielania odpowiedzi na pytania Prezesa Urzędu kierowane do Fordex na podstawie art. 50 u.o.k.k. – udzielanie tego rodzaju odpowiedzi stanowi obowiązek przedsiębiorcy, a jego wypełnienie nie może zostać uznane za rodzaj współpracy z organem ochrony konkurencji, który uzasadniałby zmniejszenie wymiaru kary pieniężnej. W przypadku INTERSPORT należy natomiast stwierdzić, że w związku z wnioskiem złożonym przez tego przedsiębiorcę na podstawie art. 109 u.o.k.k. jakiegokolwiek obniżenia wysokości kary mogące wynikać ze współpracy z organem ochrony konkurencji powinny wynikać z ewentualnego zastosowania art. 109 u.o.k.k. – współpraca INTERSPORT z Prezesem Urzędu wynikała bowiem w tym przypadku z obowiązków ciążących na wnioskodawcy programu łagodzenia kar.
- (257) Należy jednocześnie stwierdzić, że w odniesieniu do obu stron postępowania występują okoliczności obciążające.
- (258) Za okoliczność obciążającą w odniesieniu do Fordex, należy uznać fakt, że przedsiębiorca ten działał jako **lider porozumienia**. Całość zebranego materiału dowodowego, w tym w szczególności korespondencja kierowana przez Fordex do INTERSPORT jednoznacznie wykazują, że Fordex przyjmował w porozumieniu rolę jego organizatora, który zarazem nakłaniał INTERSPORT do ustalenia detalicznych cen odsprzedaży sprzętu i akcesoriów narciarskich marki Nordica. Przejawiało się to przede wszystkim w kierowaniu do przedstawicieli INTERSPORT propozycji kontynuowania polityki wspólnego ustalania detalicznych cen odsprzedaży w kolejnych sezonach oraz w upominaniu przedstawicieli

---

<sup>71</sup> Por akapity 46 oraz 49 niniejszej decyzji.

<sup>72</sup> Zob. uwagi w zakresie okoliczności obciążających poniżej.

<sup>73</sup> Zob. akapit 226 niniejszej decyzji i wskazane tam odesłania do wysokości przychodów obu przedsiębiorców.

INTERSPORT w przypadku odstępstw od poczynionych ustaleń. Działania Fordex, w tym zwracanie uwagi na „szkodliwość” przeprowadzanych przez INTERSPORT obniżek cen, przyczyniały się do tego, że INTERSPORT stosował ustalone detaliczne ceny odsprzedaży. Oznacza to, że zasadne było przypisanie Fordex roli lidera porozumienia, co z kolei wymaga podwyższenia kary pieniężnej wobec tego przedsiębiorcy z uwagi na jego rolę w dokonaniu naruszenia reguł konkurencji.

- (259) Jako okoliczność obciążającą w stosunku do obu stron postępowania Prezes Urzędu wziął pod uwagę **umyślność naruszenia** przepisów ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów. Dokonując oceny umyślności naruszenia przez Fordex i INTERSPORT, Prezes Urzędu wziął pod uwagę, że strony działały z zamiarem ustalania cen i świadomością celu zawartego porozumienia – szersze uzasadnienie w powyższym zakresie w odniesieniu do każdej ze stron porozumienia przedstawione zostało powyżej<sup>74</sup>.
- (260) W powyższym kontekście należy jednak podkreślić, że działania Fordex należy uznać za umyślne przede wszystkim z uwagi na ich jednoznaczne ukierunkowanie na „uporządkowanie rynku” (tj. ograniczenie nieustalonych z dystrybutorem hurtowym obniżek cen), bezpośredni zamiar utrzymania cen na danym poziomie (zwracanie się do INTERSPORT o „trzymanie cen”) oraz dyscyplinowanie dystrybutora detalicznego w przypadku zaobserwowania odstępstw od poczynionych ustaleń. W odniesieniu do INTERSPORT należy natomiast stwierdzić, że akceptował on warunki współpracy z Fordex i faktycznie stosował ustalone poziomy cen, mając świadomość, że działanie takie ogranicza konkurencję.
- (261) Zgodnie z art. 111 u.o.k.k. przy ustalaniu wysokości kar pieniężnych, o których mowa w art. 106-108 u.o.k.k. Prezes Urzędu powinien uwzględnić również okoliczność **uprzedniego naruszenia** przepisów ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.
- (262) Uprzednie naruszenie – w przypadku jego wystąpienia – brane jest przez Prezesa Urzędu pod uwagę jako okoliczność obciążająca. Przez wcześniejsze naruszenie rozumie się naruszenie stwierdzone prawomocną decyzją Prezesa Urzędu.
- (263) W ocenie Prezesa Urzędu jako okoliczność obciążającą w niniejszej sprawie mogłoby być uznane tylko uprzednie naruszenie tego samego dobra chronionego przepisami ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, nie zaś jakiegokolwiek naruszenie jej przepisów.
- (264) Biorąc powyższe pod uwagę, należy wskazać na prawomocną wobec INTERSPORT decyzję Prezesa Urzędu z dnia 17 grudnia 2010 r., RKT-42/2010, którą na tego przedsiębiorcę nałożona została kara za stosowanie **praktyki ograniczającej konkurencję**, naruszającej zakaz, o którym mowa w art. 6 ust. 1 pkt 1 u.o.k.k., poprzez zawarcie niedozwolonego

---

<sup>74</sup> Por. akapity 213-225 niniejszej decyzji.

porozumienia ograniczającego konkurencję na rynku krajowym sprzedaży hurtowej sprzętu oraz odzieży turystycznej i wspinaczkowej, polegającego na bezpośrednim ustalaniu cen sprzedaży tych towarów. Prawomocna względem INTERSPORT jest również decyzja Prezesa Urzędu z dnia 31 grudnia 2012 r., DOK-7/2013, która dotyczyła zarzutu naruszenia art. 6 ust. 1 pkt 1 u.o.k.k. poprzez zawarcie na krajowym rynku hurtowej sprzedaży sprzętu i akcesoriów narciarskich porozumienia ograniczającego konkurencję, polegającego na ustalaniu detalicznych cen odsprzedaży tych towarów.

- (265) Powyższe przemawia za podwyższeniem kary pieniężnej nakładanej na INTERSPORT ze względu na kryterium uprzedniego naruszenia przepisów ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.
- (266) Z uwagi na całokształt omówionych powyżej okoliczności zasadne jest **podwyższenie** wcześniej wyliczonych kwot kar pieniężnych w stopniu wskazanym w tabeli poniżej:

Podmiot	Wymiar kary		
	Kwota z trzeciego etapu naliczania wysokości kary	Okoliczności obciążające i łagodzące	Po modyfikacji
Fordex	60 287,22 zł	↑ 20%	72 344,67 zł
INTERSPORT	260 659,73 zł	↑ 20%	312 791,68 zł

**Tabela 4:** Czwarty etap obliczania wysokości kary

#### 10.2.4. Zastosowanie progu maksymalnego wymiaru kar

- (267) W przypadku zarówno Fordex, jak i INTERSPORT wskazane powyżej ostateczne kwoty kar stanowią nie więcej niż 10% ich całkowitego przychodu osiągniętego w roku poprzedzającym rok nałożenia kary. Co za tym idzie wysokość tych kwot mieści się w granicach określonych w art. 106 u.o.k.k.

#### 10.2.5. Wysokość kar pieniężnych

- (268) Mając na uwadze wszystkie powyższe okoliczności, Prezes Urzędu uznał, że waga stwierdzonego niniejszą decyzją naruszenia ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów przemawia za ustaleniem wysokości kar pieniężnych dla adresatów decyzji w następujących wymiarach:

Podmiot	Wysokość kary pieniężnej
Fordex	72 344,67 zł
INTERSPORT	312 791,68 zł

**Tabela 5:** Wysokość kar pieniężnych

- (269) W ocenie Prezesa Urzędu wskazane powyżej wysokości kar odzwierciedlają stopień, okres i okoliczności naruszenia przepisów ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, a także fakt uprzednich naruszeń tej ustawy.
- (270) W odniesieniu do przesłanki stopnia naruszenia należy przede wszystkim podkreślić, że – jak wskazano wyżej – Prezes Urzędu wziął pod uwagę naturę tego naruszenia (naruszenie poważne polegające na zawarciu wertykalnego porozumienia cenowego, niemniej stwierdzone w odniesieniu do dwóch przedsiębiorców), fakt wprowadzenia tego porozumienia w życie, udział produktów objętych porozumieniem w rynku właściwym, a także ograniczony udział produktów objętych porozumieniem w całkowitych przychodach poszczególnych stron postępowania. Prezes Urzędu uwzględnił także, że porozumienie miało charakter długotrwały, co wiązało się z koniecznością podwyższenia kar ze względu na ustawową przesłankę okresu naruszenia. Uwzględniając okoliczności naruszenia i ewentualne uprzednie naruszenia Prezes Urzędu wziął natomiast pod uwagę, że naruszenie miało charakter umyślny, co w ocenie Prezesa Urzędu uzasadniało zaostrenie kary. Za okoliczności wymagające podwyższenia kar Prezes Urzędu uznał również fakt, że jedna ze stron porozumienia działała jako jego wyraźny lider (Fordex), a druga naruszała w przeszłości reguły konkurencji (INTERSPORT). W ocenie Prezesa Urzędu w przedmiotowej sprawie nie występowały okoliczności naruszenia, które przemawiałyby za zmniejszeniem wymiaru kar.
- (271) Mając na względzie powyższe, a także przedstawione wcześniej uwagi szczegółowe, nałożone kary pozostają w ocenie Prezesa Urzędu zgodne z ustawowymi przesłankami wymiaru kar oraz konstytucyjną zasadą proporcjonalności. Kary te gwarantują zarazem istnienie efektu odstraszającego, a co za tym idzie pozostają w zgodzie z zasadą skuteczności.
- (272) Biorąc powyższe pod uwagę, orzeka się jak w punkcie II sentencji decyzji.

### **10.3. Zastosowanie programu łagodzenia kar**

- (273) Zgodnie z art. 109 u.o.k.k. możliwe jest złożenie przez przedsiębiorcę wniosku o odstąpienie od wymierzenia lub o obniżenie kary pieniężnej. Powyższa regulacja przewiduje, że przedsiębiorca, który współpracuje z Prezesem Urzędu w ujawnieniu i wykazaniu zawarcia niedozwolonego porozumienia ograniczającego konkurencję, jest traktowany łagodniej. To łagodniejsze traktowanie przejawia się w możliwości odstąpienia od wymierzenia kary albo obniżenia wymiaru nałożonej kary za udział w antykonkurencyjnym porozumieniu.

#### **10.3.1. Warunki zastosowania programu łagodzenia kar**

- (274) Przedsiębiorca wnioskujący o odstąpienie od wymierzenia kary musi jako pierwszy z uczestników niedozwolonego porozumienia dostarczyć Prezesowi Urzędu informację o

istnieniu zakazanego porozumienia, wystarczającą do wszczęcia postępowania antymonopolowego lub przedstawić Prezesowi Urzędu z własnej inicjatywy, dowód umożliwiający wydanie decyzji o uznaniu porozumienia za ograniczające konkurencję i naruszające zakaz przewidziany w art. 6 u.o.k.k.

(275) Dodatkowo muszą zostać spełnione następujące warunki:

- a) w momencie dostarczenia informacji lub przedstawienia dowodów przez przedsiębiorcę, w związku ze zgłoszeniem wniosku o odstąpienie od nałożenia kary, Prezes Urzędu nie może posiadać informacji i dowodów wystarczających do wszczęcia postępowania antymonopolowego w danej sprawie lub do wydania decyzji o uznaniu porozumienia za ograniczające konkurencję;
- b) przedsiębiorca współpracuje z Prezesem Urzędu w toku postępowania w pełnym zakresie, dostarczając niezwłocznie wszelkie dowody, którymi dysponuje, albo którymi może dysponować i udzielając niezwłocznie wszelkich informacji związanych ze sprawą, z własnej inicjatywy lub na żądanie organu ochrony konkurencji;
- c) przedsiębiorca zaprzestał uczestnictwa w porozumieniu nie później niż w dniu poinformowania Prezesa Urzędu o istnieniu porozumienia lub przedstawienia dowodu umożliwiającego wydanie decyzji o uznaniu porozumienia za ograniczające konkurencję;
- d) przedsiębiorca nie był inicjatorem zawarcia porozumienia i nie nakłaniał innych przedsiębiorców do uczestnictwa w porozumieniu.

(276) Obniżenie wymiaru kary jest natomiast możliwe wobec przedsiębiorcy, który choć nie spełnia wskazanych wyżej warunków, przedstawia Prezesowi Urzędu z własnej inicjatywy dowód, który w sposób istotny przyczynia się do wydania decyzji o uznaniu porozumienia za ograniczające konkurencję i zaprzestanie uczestnictwa w porozumieniu nie później, niż w momencie przedstawienia tego dowodu, a także współpracuje z Prezesem Urzędu w toku postępowania w pełnym zakresie, dostarczając niezwłocznie wszelkie dowody, którymi dysponuje albo którymi może dysponować i udzielając niezwłocznie wszelkich informacji związanych ze sprawą, z własnej inicjatywy lub na żądanie organu antymonopolowego.

(277) Obniżenie wysokości kary jest również możliwe, gdy przedsiębiorca przedstawia Prezesowi Urzędu z własnej inicjatywy dowód umożliwiający wydanie decyzji o uznaniu porozumienia za ograniczające konkurencję, w sytuacji, gdy Prezes Urzędu nie posiadał takiego dowodu oraz gdy przedsiębiorca spełnia warunki wskazane powyżej, tj. współpracuje z Prezesem Urzędu, zaprzestał uczestnictwa w porozumieniu oraz nie był jego inicjatorem, lecz inny

przedsiębiorca biorący udział w porozumieniu dostarczył wcześniej informację o istnieniu zakazanego porozumienia, wystarczającą do wszczęcia postępowania antymonopolowego.

### **10.3.2. Złożenie wniosku przez INTERSPORT**

- (278) INTERSPORT złożył wniosek o odstąpienie od wymierzenia kary pieniężnej w trybie art. 109 ust. 1 u.o.k.k., względnie o obniżenie kary pieniężnej w trybie art. 109 ust. 2 u.o.k.k., w dniu 13 kwietnia 2012 r.
- (279) INTERSPORT przyznał, że uczestniczył w porozumieniu ograniczającym konkurencję, polegającym na ustalaniu detalicznych cen odsprzedaży sprzętu i akcesoriów narciarskich marki Nordica. Oświadczył także, że najpóźniej w dniu 28 lutego 2012 r. zaprzestał udziału w przedmiotowym porozumieniu oraz że nie był inicjatorem porozumienia.
- (280) Uznawszy, że wstępna analiza wniosku oraz materiału dowodowego dostarczonego przez INTERSPORT wskazywała, że przedsiębiorca ten może spełniać warunki z art. 109 u.o.k.k., Prezes Urzędu zawiadomił o tym wnioskodawcę. Jednocześnie Prezes Urzędu poinformował tego przedsiębiorcę, że uznanie spełnienia warunków przewidzianych w art. 109 ust. 1 lub 2 u.o.k.k. będzie podlegać weryfikacji w toku prowadzonego postępowania antymonopolowego.

### **10.3.3. Przedstawienie dowodu**

- (281) Przedstawione przez INTERSPORT informacje oraz dowody spełniają wymóg zawarty w art. 109 ust. 1 pkt 1 lit. b) u.o.k.k., ponieważ umożliwiły wydanie niniejszej decyzji.
- (282) Ustalając znaczenie dowodów przedłożonych przez przedsiębiorcę, organ ochrony konkurencji uwzględnia ich wartość i moc dowodową, w porównaniu do dowodów, które znajdowały się przed rozpoczęciem współpracy w posiadaniu organu, a także jakość współpracy z wnioskodawcą. Należy przyjąć, że „dowód umożliwiający wydanie decyzji”, to dowód, który umożliwia Prezesowi Urzędu dowiedzenie w toku postępowania antymonopolowego istnienia lub nieistnienia domniemanego porozumienia. Przy ocenie dowodów, co do zasady, większą wartość mają dowody pisemne pochodzące z okresu, którego dotyczą. Również dowody bezpośrednio odnoszące się do danego stanu faktycznego zasadniczo zostaną uznane za posiadające większą wartość niż dowody odnoszące się do niego pośrednio. Podobnie, na wartość przedstawionych dowodów wpływ ma również zakres, w jakim dane okoliczności znajdują potwierdzenie w dowodach pochodzących z innych źródeł.
- (283) Prezes Urzędu pozytywnie ocenił i uznał za posiadające istotną wartość dodaną wyjaśnienia i dowody przedstawione przez INTERSPORT odnośnie do okoliczności funkcjonowania porozumienia. W złożonym przez INTERSPORT wniosku przedsiębiorca przedstawił korespondencję elektroniczną z Fordex, za pośrednictwem której strony dokonywały

antykonkurencyjnych ustaleń. Zawarty we wniosku INTERSPORT opis porozumienia, wraz z dołączoną do wniosku korespondencją, pozwolił tym samym na ustalenie istotnych okoliczności związanych z funkcjonowaniem porozumienia.

#### **10.3.4. Współpraca z Prezesem Urzędu**

- (284) INTERSPORT współpracował z Prezesem Urzędu, dostarczając na wezwania Prezesa Urzędu dowody, którymi dysponował, a także udzielając informacji związanych ze sprawą.
- (285) Biorąc pod uwagę współpracę INTERSPORT z Prezesem Urzędu w toku postępowania należy stwierdzić, że spełnia ona warunki, o których mowa w art. 109 ust. 1 pkt 2 u.o.k.k.

#### **10.3.5. Zaprzestanie udziału w porozumieniu**

- (286) Kolejną przesłanką warunkującą możliwość odstąpienia od nałożenia kary pieniężnej jest zaprzestanie przez wnioskodawcę udziału w porozumieniu nie później niż w chwili poinformowania Prezesa Urzędu o porozumieniu lub przedstawianiu dowodu, który w istotny sposób przyczyni się do wydania decyzji, o której mowa w art. 10 lub 11 u.o.k.k. W niniejszej sprawie nie budzi wątpliwości fakt, że INTERSPORT zaprzestał uczestnictwa w porozumieniu najpóźniej w dniu 28 lutego 2012 r., tj. przed wystąpieniem do Prezesa Urzędu z wnioskiem o odstąpienie lub obniżenie kary pieniężnej. Powyższa przesłanka została zatem spełniona.

#### **10.3.6. Brak statusu inicjatora zawarcia porozumienia**

- (287) Zgromadzony materiał dowodowy nie pozwala na ustalenie, który z przedsiębiorców będących stroną porozumienia był inicjatorem porozumienia. Zgodnie z wyjaśnieniami złożonymi przez INTERSPORT porozumienie objęte niniejszą decyzją zaczęło funkcjonować na początku okresu współpracy między Fordex i INTERSPORT, tj. w 2000 r. Zgodnie z informacjami przedstawionymi przez INTERSPORT inicjatorem tego porozumienia był Fordex.
- (288) W ocenie Prezesa Urzędu zebrany materiał dowodowy nie pozwala jednak na jednoznaczne stwierdzenie, który z przedsiębiorców, będących stronami niniejszego postępowania, był faktycznym inicjatorem zawartego przez tych przedsiębiorców porozumienia. Mając na względzie fakt, że zebrany materiał dowodowy nie pozwala na określenie inicjatora porozumienia, tj. brak jest dowodów na to, że inicjatorem tym był INTERSPORT, należy stwierdzić, że brak jest podstaw do przypisywania takiej roli temu przedsiębiorcy. Brak jest również dowodów, które wskazywałyby na nakłanianie przez INTERSPORT innych przedsiębiorców do uczestnictwa w porozumieniu zawartym przez strony niniejszego

postępowania. Należy tym samym stwierdzić, że INTERSPORT spełnił określony w art. 109 ust. 1 pkt 4 u.o.k.k. warunek braku posiadania statusu inicjatora zawarcia porozumienia i nienakłaniania innych przedsiębiorców do uczestnictwa w porozumieniu.

### **10.3.7. Odstąpienie od nałożenia kary**

- (289) Mając na względzie powyższe, należy stwierdzić, że INTERSPORT spełnił przesłanki odstąpienia od nałożenia kary pieniężnej, o której mowa w art. 106 u.o.k.k., która została na niego nałożona w przypadku braku współpracy z Prezesem Urzędu w ramach programu łagodzenia kar.
- (290) Wobec wszystkich powyższych okoliczności Prezes Urzędu **odstąpił od nałożenia kary na INTERSPORT**. Biorąc powyższe pod uwagę, orzeka się jak w punkcie III sentencji decyzji.

## **11. Koszty postępowania**

- (291) Zgodnie z art. 77 ust. 1 u.o.k.k., jeżeli w wyniku postępowania Prezes Urzędu stwierdził naruszenie przepisów ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, przedsiębiorca, który dopuścił się tego naruszenia, jest obowiązany ponieść koszty postępowania. Natomiast w świetle art. 80 u.o.k.k., Prezes Urzędu rozstrzyga o kosztach w drodze postanowienia, które może być zamieszczone w decyzji kończącej postępowanie.
- (292) Z ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów nie wynika, co składa się na koszty postępowania, o których mowa w art. 77 u.o.k.k. Wobec wyrażonego w art. 83 u.o.k.k. generalnego odesłania w sprawach nieuregulowanych do przepisów ustawy z dnia 14 czerwca 1960 r. kodeks postępowania administracyjnego (tekst jednolity: Dz. U. z 2013 r., poz. 267 ze zm.) należy przyjąć, że zakres tych kosztów wyznacza art. 263 §1 kodeksu postępowania administracyjnego. Tym samym, do kosztów postępowania należy zaliczyć: (i) koszty podróży i inne należności świadków i biegłych oraz stron; (ii) koszty doręczania stronom pism procesowych; (iii) inne koszty bezpośrednio związane z rozstrzygnięciem sprawy.
- (293) W punkcie I sentencji decyzji stwierdzono stosowanie przez strony praktyki ograniczającej konkurencję zakazanej na podstawie art. 6 ust. 1 pkt 1 u.o.k.k. Na koszty Prezesa Urzędu w niniejszym postępowaniu składają się wydatki w kwocie 375,16 zł (słownie: trzysta siedemdziesiąt pięć złotych i szesnaście groszy), które związane były z dostarczaniem przedsiębiorcom w ramach niniejszego postępowania przesyłek pocztowych.
- (294) W związku z tym postanowiono obciążyć:
- a) Fordex kosztami w wysokości 193,48 zł (słownie: sto dziewięćdziesiąt trzy złote i czterdzieści osiem groszy), na które składają się koszty doręczenia stronie 6 listów w cenie 5,7 zł, 2 listów w cenie 6,47 zł, 10 listów w cenie 6,1 zł, 8 listów w cenie



6,2 zł, 1 listu w cenie 7,5 zł oraz połowa kosztów doręczenia 3 listów w cenie 5,7 zł, 4 listów w cenie 6,47 zł, 1 listu w cenie 6,1 zł oraz 1 listu w cenie 7,4 zł;

- b) INTERSPORT kosztami w wysokości 181,68 zł (słownie: sto osiemdziesiąt jeden złotych i sześćdziesiąt osiem groszy), na które składają się koszty doręczenia stronie 5 listów w cenie 5,7 zł, 2 listów w cenie 6,47 zł, 9 listów w cenie 6,1 zł, 8 listów w cenie 6,2 zł, 1 listu w cenie 7,5 zł oraz połowa kosztów doręczenia 3 listów w cenie 5,7 zł, 4 listów w cenie 6,47 zł, 1 listu w cenie 6,1 zł oraz 1 listu w cenie 7,4 zł;

(295) Biorąc powyższe pod uwagę, orzeka się jak w punkcie IV sentencji.

(296) **Koszty postępowania** należy uiścić **w terminie 14 dni od daty uprawomocnienia się niniejszej decyzji** na konto Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów:

**NBP O/O Warszawa 51 1010 1010 0078 7822 3100 0000**

(297) Zgodnie z art. 112 ust. 3 u.o.k.k. **karę pieniężną** należy uiścić **w terminie 14 dni od dnia uprawomocnienia się niniejszej decyzji**. Karę pieniężną należy uiścić na konto Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów:

**NBP O/O Warszawa 51 1010 1010 0078 7822 3100 0000**

(298) Przy dokonywaniu wpłaty należy dopisać numer decyzji Prezesa Urzędu stanowiącej podstawę jej dokonania.

(299) Zgodnie z art. 81 ust. 1 u.o.k.k. w związku z art. 479<sup>28</sup> §2 ustawy z dnia 17 listopada 1964 r. Kodeks postępowania cywilnego (Dz. U. Nr 43, poz. 296 ze zm.) oraz art. 11 ustawy z dnia 10 czerwca 2014 r. o zmianie ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów oraz ustawy – Kodeks postępowania cywilnego (Dz. U. z 2014 r., poz. 945), od niniejszej decyzji przysługuje odwołanie do Sądu Okręgowego w Warszawie – Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów, za pośrednictwem Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów, **w terminie miesiąca** od dnia doręczenia niniejszej decyzji.

(300) W przypadku kwestionowania wyłącznie postanowienia o kosztach postępowania zawartego w pkt IV sentencji niniejszej decyzji, na podstawie art. 264 § 2 kodeksu postępowania administracyjnego, w związku z art. 83 u.o.k.k., jak również stosownie do art. 81 ust. 5 u.o.k.k., w związku z art. 479<sup>32</sup> §1 oraz 2 kodeksu postępowania cywilnego, stronie przysługuje zażalenie do Sądu Okręgowego w Warszawie – Sądu Ochrony Konkurencji i

Konsumentów, za pośrednictwem Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów,  
w terminie tygodnia od dnia doręczenia niniejszej decyzji.

*Z upoważnienia  
Prezesa Urzędu Ochrony  
Konkurencji i Konsumentów*

Otrzymują:

**1. Przedsiębiorstwo Produkcyjno-Handlowe**

**Fordex Sp. z o.o.**

z siedzibą w Poznaniu

reprezentowana przez:

[INFORMACJA CHRONIONA]

**2. INTERSPORT Polska S.A.**

z siedzibą w Cholerzynie

reprezentowana przez:

[INFORMACJA CHRONIONA]