



# PREZES URZĘDU OCHRONY KONKURENCJI I KONSUMENTÓW

Delegatura Urzędu Ochrony  
Konkurencji i Konsumentów w Krakowie

RKR-410-1/10/PP- /10

Kraków, dn. 31 sierpnia 2010 r.

## DECYZJA NR RKR - 13/2010

I. Na podstawie art. 11 ust. 2 w związku z ust. 1 *ustawy z dnia 16 lutego 2007r. o ochronie konkurencji i konsumentów* (Dz. U. Nr 50, poz. 331, ze zm.) oraz stosownie do art. 33 ust. 6 tej *ustawy*, w związku z § 7 *rozporządzenia Prezesa Rady Ministrów z dnia 01 lipca 2009 r. w sprawie właściwości miejscowej i rzeczowej delegatur Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów* (Dz.U. Nr 107, poz. 887), po przeprowadzeniu postępowania antymonopolowego wszczętego z urzędu

- w imieniu Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów -

**uznaje się za praktykę ograniczającą konkurencję** i naruszającą zakaz określony w art. 6 ust. 1 pkt 1 *ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów*, porozumienie zawarte pomiędzy MOLL Polska sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie, a następującymi przedsiębiorcami:

1. YAK sp. z o.o. z siedzibą we Wrocławiu,
2. Danuta Rzeszutek, prowadząca działalność gospodarczą pod nazwą „Motores” w Rzeszowie,
3. Autocraft sp. z o.o. z siedzibą w Myszkowie,
4. Zbigniew Dawidziak, prowadzący działalność gospodarczą pod nazwą „Auto-Baterie” w Szczecinie,
5. Juliusz Wieloch, prowadzący działalność gospodarczą pod nazwą „P.P.H. Akuma-Serwis” w Poznaniu,
6. Leszek Bachorz, prowadzący działalność gospodarczą pod nazwą „yolmar.pl” we Wrześni,

na krajowym rynku obrotu akumulatorami rozruchowymi, polegające na pośrednim ustalaniu cen sprzedaży akumulatorów rozruchowych marki MOLL, poprzez ustalenie maksymalnego rabatu od zalecanego cennika przy ich dalszej sprzedaży, oraz **stwierdza się zaniechanie jej stosowania** z dniem 13 maja 2010 r.

II. Na podstawie art. 106 ust. 1 pkt 1 *ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów* (Dz. U. Nr 50, poz. 331, ze zm.) oraz stosownie do art. 33 ust. 6 tej *ustawy* w związku z § 7 *rozporządzenia Prezesa Rady Ministrów z dnia 01 lipca 2009 r. w sprawie właściwości miejscowej i rzeczowej delegatur Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów* (Dz.U. Nr 107, poz. 887), nakłada się na przedsiębiorców za naruszenie zakazu określonego w art. 6 ust. 1 pkt 1. ww. *ustawy*, w zakresie opisanym w punkcie I sentencji, **kary pieniężne**, w następującej wysokości:

1. MOLL Polska sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie - karę pieniężną w wysokości **4 506,28 zł** (słownie: cztery tysiące pięćset sześć złotych 28/100),

2. YAK sp. z o.o. z siedzibą we Wrocławiu - karę pieniężną w wysokości **5 126,28 zł** (słownie: pięć tysięcy sto dwadzieścia sześć złotych 28/100),
3. Danuta Rzeszutek, prowadząca działalność gospodarczą pod nazwą „Motores” w Rzeszowie - karę pieniężną w wysokości **9 540,11 zł** (słownie: dziewięć tysięcy pięćset czterdzieści złotych 11/100),
4. Autocraft sp. z o.o. z siedzibą w Myszkowie - karę pieniężną w wysokości **1 556,74 zł** (słownie: jeden tysiąc pięćset pięćdziesiąt sześć złotych 74/100),
5. Leszek Bachorz, prowadzący działalność gospodarczą pod nazwą „yolmar.pl” we Wrześni - karę pieniężną w wysokości **5 754,58 zł** (słownie: pięć tysięcy siedemset pięćdziesiąt cztery złote 58/100),

płatne do budżetu Państwa.

III. Na podstawie art. 77 ust. 1 w związku z art. 80 *ustawy o ochronie konkurencji konsumentów* oraz art. 264 § 1 *ustawy z dnia 14 czerwca 1960r. - Kodeks postępowania administracyjnego (tekst jedn. Dz. U. z 2000r., Nr 98, poz. 1071 z późn. zm.)* w związku z art. 83 *ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów*, **obciąża się kosztami niniejszego postępowania przedsiębiorców:**

1. MOLL Polska sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie - w wysokości **68,00 zł** (słownie: sześćdziesiąt osiem złotych 00/100),
2. YAK sp. z o.o. z siedzibą we Wrocławiu - w wysokości **23,00 zł** (słownie: dwadzieścia trzy złote 00/100),
3. Danuta Rzeszutek, prowadząca działalność gospodarczą pod nazwą „Motores”- w Rzeszowie - w wysokości **19,00 zł** (słownie: dziewiętnaście złotych 00/100),
4. Autocraft sp. z o.o. z siedzibą w Myszkowie - w wysokości **19,00 zł** (słownie: dziewiętnaście złotych 00/100),
5. Zbigniew Dawidziak, prowadzący działalność gospodarczą pod nazwą „Auto-Baterie” w Szczecinie - w wysokości **19,00 zł** (słownie: dziewiętnaście złotych 00/100),
6. Juliusz Wieloch, prowadzący działalność gospodarczą pod nazwą „P.P.H. Akuma Serwis” w Poznaniu - w wysokości **23,00 zł** (słownie: dwadzieścia trzy złote 00/100),
7. Leszek Bachorz, prowadzący działalność gospodarczą pod nazwą „yolmar.pl” we Wrześni - w wysokości **19,00 zł** (słownie: dziewiętnaście złotych 00/100),

oraz zobowiązuje się ich do zwrotu tych kosztów Prezesowi Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów.

## UZASADNIENIE

W okresie od dn. 3 marca 2010 r. do dn. 30 kwietnia 2010 r. Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów - Delegatura w Krakowie (dalej: „Prezes Urzędu” lub „organ antymonopolowy”) przeprowadził postępowanie wyjaśniające mające na celu ustalenie zasad i warunków, stosowanych przez MOLL Polska sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie (dalej: „MOLL Polska”), dystrybucji akumulatorów rozruchowych. Powodem wszczęcia postępowania wyjaśniającego były ustalenia przeprowadzonego wcześniej badania krajowego rynku wprowadzania do obrotu akumulatorów rozruchowych, które wskazywały, że w umowach o współpracy handlowej, zawieranych z dystrybutorami akumulatorów przez MOLL Polska sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie, przedsiębiorcę posiadającego wyłączność na wprowadzanie do obrotu na terenie Polski akumulatorów rozruchowych, produkowanych przez Akkumulatorenfabrik MOLL GmbH+Co.KG z siedzibą w Bad Staffelstein (Niemcy), producenta akumulatorów marki MOLL, znajdują się postanowienia ograniczające swobodę ustalania cen dalszej odsprzedaży akumulatorów, nabytych od MOLL Polska.

W toku postępowania wyjaśniającego organ antymonopolowy ustalił, że MOLL Polska jest stroną sześciu umów, zatytułowanych jako „umowa o współpracy handlowej”, zawartych z sześcioma przedsiębiorcami, określanymi w nich jako „Partner”. W świetle zasad współpracy handlowej określonych tymi umowami „Partnerzy” są zobowiązani do przestrzegania ograniczenia górnej wysokości rabatów cenowych dla poszczególnych odbiorców, udzielanych od obowiązującego cennika, określanego przez MOLL Polska.

W świetle postanowień umów o współpracy handlowej, dystrybutor (Partner) nie może sprzedawać akumulatorów marki MOLL po cenie niższej, niż cena wynikająca z cennika określanego przez MOLL Polska, pomniejszona o upust uzgodniony w każdej z tych umów. Obliczona w ten sposób cena stanowi minimalną cenę, poniżej której dystrybutorzy zobowiązali się nie dokonywać sprzedaży.

Zgodnie z art. 6. ust 1. pkt 1 powołanej na wstępie *ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów* „zakazane są porozumienia, których celem lub skutkiem jest wyeliminowanie, ograniczenie lub naruszenie w inny sposób konkurencji na rynku właściwym, polegające w szczególności na ustalaniu, bezpośrednio lub pośrednio, cen i innych warunków zakupu lub sprzedaży towarów”.

Wobec powyższego, mając uzasadnione podejrzenie, że w przedmiotowej sprawie doszło do naruszenia przepisów *ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów* organ antymonopolowy postanowieniem nr RKR-76/2010 wszczął w dniu 4 maja 2010 r. postępowanie antymonopolowe przeciwko przedsiębiorcom:

- MOLL Polska sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie,
- YAK sp. z o.o. z siedzibą we Wrocławiu,
- Danuta Rzeszutek, prowadząca działalność gospodarczą pod nazwą „Motores” w Rzeszowie,
- Autocraft sp. z o.o. z siedzibą w Myszkowie,
- Zbigniew Dawidziak, prowadzący działalność gospodarczą pod nazwą „Auto-Baterie” w Szczecinie,
- Juliusz Wieloch, prowadzący działalność gospodarczą pod nazwą „P.P.H. Akuma Serwis” w Poznaniu,
- Leszek Bachorz, prowadzący działalność gospodarczą pod nazwą „jolmar.pl” we Wrześni, pod zarzutem zawarcia porozumienia ograniczającego konkurencję na krajowym rynku obrotu akumulatorami rozruchowymi, polegającego na pośrednim ustalaniu cen sprzedaży akumulatorów rozruchowych marki MOLL, poprzez ustalenie maksymalnego rabatu od zalecanego cennika przy ich dalszej sprzedaży.

Postanowieniem nr RKR-77/2010 z dnia 4 maja 2010 r. zostały natomiast zaliczone na poczet materiału dowodowego ww. postępowania dokumenty i wyjaśnienia uzyskane przez Prezesa Urzędu w toku postępowania wyjaśniającego o sygnaturze RKR-400-5/10/PP, przeprowadzonego w okresie od dn. 3 marca 2010 r. do dn. 30 kwietnia 2010 r. w sprawie w sprawie ustalenia zasad i warunków, stosowanych przez MOLL Polska sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie, dystrybucji akumulatorów rozruchowych.

## **I. W toku postępowania organ antymonopolowy ustalił, co następuje.**

### ***1. strony postępowania oraz ich stanowiska***

MOLL Polska sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie (dalej „MOLL Polska”) jest przedsiębiorcą zarejestrowanym w Krajowym Rejestrze Sądowym w dniu 22 stycznia 2003 r. pod numerem 146632. Przedmiotem działalności MOLL Polska jest m.in. sprzedaż hurtowa i

detaliczna części i akcesoriów do pojazdów samochodowych. Udziałowcami MOLL Polska są: małżonkowie: Elżbieta Sznajder (99 udziałów) i Lech Sznajder (99 udziałów), Zbigniew Kuczyński (198 udziałów) i Akkumulatorenfabrik MOLL GmbH & Co. KG (4 udziały).

W umowie spółki jej wspólnik, Akkumulatorenfabrik MOLL GmbH & Co. KG z siedzibą w Bad Staffelstein (Niemcy), udzielił MOLL Polska wyłączności na sprzedaż produkowanych przez tego przedsiębiorcę akumulatorów ze znakami towarowymi MOLL na terytorium Rzeczypospolitej Polskiej, przy czym również prawo spółki do handlu akumulatorami MOLL zostało ograniczone do tego terytorium [dowód: k. 360-362].

W skład zarządu MOLL Polska wchodzi osoby fizyczne, będące jednocześnie udziałowcami spółki: małżonkowie Elżbieta i Lech Sznajder oraz Zbigniew Kuczyński, przy czym do reprezentacji przedsiębiorcy uprawniony jest samodzielnie każdy członek zarządu. Wspólnicy i członkowie zarządu spółki prowadzą ponadto działalność gospodarczą:

- Elżbieta Sznajder, pod nazwą FHU „Sznajder” w Piastowie,
- Zbigniew Kuczyński, pod nazwą „Akumulatory Serwis” w Warszawie.

Firmy te prowadzą działalność w zakresie sprzedaży hurtowej części akcesoriów do pojazdów mechanicznych, w ramach której dokonywały również zakupów akumulatorów rozruchowych od MOLL Polska. Zgodnie z oświadczeniem MOLL Polska pomiędzy MOLL Polska a tymi firmami nie zostały zawarte umowy o współpracy handlowej [dowód: k. 74-76].

W odpowiedzi na zawiadomienie o wszczęciu postępowania antymonopolowego MOLL Polska wyjaśnił, że:

- *dopiero treść postanowienia o wszczęciu postępowania antymonopolowego uświadomiła mu, że niektóre punkty umowy zawieranej z kontrahentami mogą być potraktowane jako naruszające zasady konkurencji. Działanie przedsiębiorcy nie było spowodowane nieświadomością prawną lub brakiem poszanowania dla obowiązującego porządku prawnego. Kierując się zwykłymi zasadami uczciwości i handlowej przyzwoitości przedsiębiorca nie przypuszczał, że może naruszać zakazy przewidziane ustawą o ochronie konkurencji i konsumentów;*
- *zamiarem przedsiębiorcy nigdy nie było zawieranie zmywy cenowej w celu pokrzywdzenia potencjalnych klientów. Chciał natomiast, aby jego kontrahenci postępowali uczciwie, wypracowując własnymi siłami pozycję na rynku;*
- *postanowienia umowy (będące przedmiotem sformułowanego zarzutu) nie miały dla przedsiębiorcy żadnego praktycznego znaczenia i nigdy nie były przestrzegane, można powiedzieć, że były to zapisy martwe. Przedsiębiorca nigdy nie kontrolował przestrzegania postanowień tych umów, nie wyciągał w stosunku do żadnego z partnerów negatywnych konsekwencji, partnerzy nie musieli składać (i nie składali) sprawozdań ani innych dokumentów dotyczących wysokości stosowanych przez nich cen, ani. Dystrybutorzy nie musieli uzgadniać z MOLL Polska stosowania cen przekraczających ograniczenia określone w umowie, wszyscy mieli pełną swobodę w ustalaniu cen;*
- *MOLL Polska nie narzucała żadnemu z partnerów handlowych obowiązku podpisania umowy o współpracy handlowej. Przedsiębiorcy, którzy umowy nie podpisali, nie byli wykluczani z dostaw i mogli kupować akumulatory bez ograniczeń i tacy kontrahenci stanowią zdecydowaną większość odbiorców;*
- *MOLL Polska nigdy nie organizowała żadnych spotkań swoich kontrahentów, nie informowała ich kto należy do grona jej partnerów jak też kto należy do grupy handlującej akumulatorami marki MOLL. Kontrahenci przedsiębiorcy nie kontaktowali się ze sobą i nie mieli możliwości uzgadniania cen;*

- wszyscy handlujący akumulatorami zakupionymi od MOLL Polska korzystali z pełnej swobody w kształtowaniu wszystkich elementów cenotwórczych i prowadzili niezależną politykę cenową, uzależnioną od cen akumulatorów na krajowym rynku;
  - ograniczenie swobody partnerów handlowych MOLL Polska byłoby również niemożliwe ze względów obiektywnych. Rynek akumulatorów w Polsce jest rynkiem wyjątkowo konkurencyjnym. Akumulatory marki MOLL są klasycznym i akumulatorami rozruchowymi i ich sprzedaż podlega w pełni mechanizmom wolnej konkurencji. Uzgodnienie cen - w jakiegokolwiek postaci i w jakiegokolwiek wysokości - nie było możliwe i doprowadziłoby do wyeliminowania akumulatorów MOLL z rynku;
  - marka MOLL nie jest powszechnie rozpoznawana i znana na rynku, a MOLL Polska nie jest znaczącym uczestnikiem rynku akumulatorów, niewielkim udziale w rynku (0,515 % udział w ogólnej liczbie sprzedanych akumulatorów na terenie kraju), w związku z czym nie jest w stanie zmienić lub zakłócić w jakikolwiek sposób mechanizmy rynkowe panujące na tym rynku;
  - obroty przedsiębiorcy znacząco spadły, w porównaniu do analogicznego okresu roku poprzedniego, co jego zdaniem świadczy o tym, że umowa w zakwestionowanym brzmieniu, nie wywarła żadnego skutku;
  - MOLL Polska jako przedsiębiorstwo to tylko trzech wspólników i jednocześnie pracowników, którzy zajmują się wszystkimi jego sprawami, firma nie prowadzi żadnych akcji marketingowych ani nie zatrudnia przedstawicieli handlowych, opierając działalność na własnych siłach skromnego personelu;
  - przedsiębiorca wyraził gotowość poniesienia konsekwencji nieszczęśliwie zredagowanej umowy oraz przekonanie, że nie wywołała ona żadnych negatywnych skutków, zarówno dla klientów detalicznych, jak i partnerów handlowych;
  - przedsiębiorca ponadto wyraził prośbę o rozważenie możliwości odstąpienia od nakładania kar. Samo postępowanie (antymonopolowe) uświadomiło jego stronom powagę sytuacji i będzie niewątpliwie skutecznym środkiem wychowawczym;
  - jednocześnie przedsiębiorca poinformował, że wszystkie umowy o współpracy handlowej zostały rozwiązane (przedkładając jednocześnie wzór porozumienia o rozwiązaniu umowy handlowej), a dalsza działalność opierana jest na zwykłych uzgodnieniach co do ceny i terminów płatności za sprzedany towar.
- [dowód: k. 335-338]

YAK sp. z o.o. z siedzibą we Wrocławiu, (dalej „YAK”) jest przedsiębiorcą zarejestrowanym w Krajowym Rejestrze Sądowym w dniu 10 maja 2002 r. pod numerem 111452. W zakres działalności przedsiębiorcy wchodzi m.in. sprzedaż hurtowa i detaliczna akumulatorów do pojazdów samochodowych.

Ustosunkowując się do postawionego zarzutu zawarcia porozumienia ograniczającego konkurencję, przedsiębiorca stanowczo zaprzeczył temu zarzutowi, wyjaśniając jednocześnie, że istotnie zawarł umowę o współpracy z firmą MOLL Polska, jednakże zakwestionowane postanowienia umowy był w zasadzie zapisami „martwymi” i nigdy nie były przez YAK przestrzegane. Wymienieni przez urząd przedsiębiorcy (w postanowieniu o wszczęciu postępowania antymonopolowego) nie są znani firmie YAK, jak również nie posiada ona żadnej wiedzy na temat zawartych przez nich umów. W ocenie przedsiębiorcy nie sposób przyjąć, że zostało przez niego zawarte jakiejkolwiek porozumienie o antykonkurencyjnym charakterze. Przedsiębiorca również wyjaśnił, że akumulatory firmy MOLL należą do segmentu towarów wysokiej klasy, o niskim odsetku reklamacji. Ze względu na fakt, że na

*rynku istnieje kilka firm, które posiadają w swojej ofercie podobne produkty, zarówno pod względem jakości jak i ceny, w związku z czym jest zmuszony do kształtowania cenników w zależności od cen proponowanych przez jego konkurencję. Przedsiębiorca nie może sobie pozwolić na przestrzeganie ograniczeń narzuconych przez producenta/dostawcę, ponieważ to rynek i konkurencja dyktuje ceny, w jakich należy sprzedawać, aby móc zachować klientów i utrzymać firmę.*

[dowód: k. 371, 602-604]

Danuta Rzeszutek prowadzi działalność gospodarczą jednoosobowo, na podstawie wpisu do Ewidencji Działalności Gospodarczej prowadzonej przez Prezydenta Miasta Rzeszowa - wpis nr 8104 H. Działalność prowadzona jest przez Danutę Rzeszutek pod nazwą „Motores”, w Rzeszowie, przy ul. Granicznej 8/23 (adres zakładu głównego, przedsiębiorca wskazał przy tym odrębny adres do korespondencji). Przedmiotem działalności prowadzonego przez Danutę Rzeszutek przedsiębiorstwa jest m.in. sprzedaż hurtowa i detaliczna części i akcesoriów do pojazdów samochodowych. Danuta Rzeszutek prowadzi działalność gospodarczą od dn. 15 grudnia 1996 r.

Przedkładając dokumenty i informacje, w odpowiedzi na wezwanie zawarte w zawiadomieniu o wszczęciu postępowania antymonopolowego, przedsiębiorca nie ustosunkował się do sformułowanego zarzutu. Wyjaśniając stosowaną przez niego politykę handlową poinformował natomiast, że *umowę o współpracy handlowej z MOLL Polska zawarł w 2003 roku, kiedy nie obowiązywała jeszcze ustawa o ochronie konkurencji konsumentów, natomiast momentu wejścia w życie tej ustawy w dniu 21 kwietnia 2007 uznawał ją za nieważną. Przedsiębiorca podniósł również, że akumulatory marki MOLL są bardzo drogim produktem i stanowią znikomy odsetek jego sprzedaży, natomiast ceny ich sprzedaży w 2009 roku ustalane były według zasad konkurencyjności i sytuacji na lokalnym rynku.*

[dowód: k. 280, 686]

Autocraft sp. z o.o. z siedzibą w Myszkowie, (dalej „Autocraft”) jest przedsiębiorcą zarejestrowanym w Krajowym Rejestrze Sądowym w dniu 25 kwietnia 2003 r. pod numerem 159959. W zakres przedmiotu działalności (liczącego 116 pozycji) Autocraft wchodzi m.in. sprzedaż hurtowa i detaliczna części i akcesoriów do pojazdów samochodowych, produkcja akumulatorów, ogniw i baterii galwanicznych.

Przedkładając dokumenty i informacje, w odpowiedzi na wezwanie zawarte w zawiadomieniu o wszczęciu postępowania antymonopolowego, przedsiębiorca nie ustosunkował się do sformułowanego zarzutu. Wyjaśnił jednak, że wszystkie akumulatory zakupione przez niego od MOLL Polska w 2009 zostały sprzedane pod marką Autocraft (tzw. rebranding), po cenach niższych niż wynikające z umowy o współpracy handlowej z MOLL Polska.

[dowód: k. 394, 699]

Zbigniew Dawidziak, prowadzi od dn. 30 grudnia 1990 r. działalność gospodarczą jednoosobowo, na podstawie wpisu do Ewidencji Działalności Gospodarczej prowadzonej przez Prezydenta Miasta Szczecin - wpis nr HG/007572/90. Działalność gospodarcza Zbigniewa Dawidziaka prowadzona jest pod nazwą Auto-Baterie, w Szczecinie, przy ul. Trentowskiego 23 b. Przedmiotem działalności przedsiębiorcy jest m.in. sprzedaż hurtowa i detaliczna części i akcesoriów do pojazdów samochodowych.

Odnosząc się do postawionego zarzutu przedsiębiorca wyjaśnił, że *jego firma od kilku lat, a w szczególności od wejścia w życie ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów z dnia 16 lutego 2007 r, stosuje tylko i wyłącznie własną politykę cenową, całkowicie*

*niezwiązaną z podpisaną przez niego w 2004 r. przedmiotową umową z MOLL Polska. Przedsiębiorca przy tym nadmienił, że system narzutów i upustów w jego firmie jest całkowicie niezależny od zobowiązań zawartych w umowie wobec firmy MOLL Polska. Przedsiębiorca prowadzi przede wszystkim sprzedaż detaliczną lub sporadycznie „mikrohurtową”. Ustalając ceny sprzedaży nie sugerował się ograniczeniami upustów zawartymi w umowie z MOLL Polska, a ich wysokość ustalał samodzielnie kierując się m.in. długością okresu współpracy z poszczególnymi odbiorcami, okresowymi promocjami, chęcią pozyskania nowego odbiorcy, wynikami negocjacji.*

Przedsiębiorca ponadto wyjaśnił, że po otrzymaniu zawiadomienia o wszczęciu postępowania oraz o sformułowanym zarzucie, *dotarło do niego, że tak zaproponowana przez MOLL Polska umowa nie powinna być przez niego przyjęta. Auto-Baterie to mała firma, nie zatrudniająca, ani nie współpracująca z żadnym z prawników i dlatego, działając bez profesjonalnego doradztwa, przedsiębiorca popełnił błąd podpisując tak sformułowaną umowę. Pisemne rozwiązanie umowy nastąpiło dopiero z dniem 13 maja 2010 r, czyli po naświetleniu sprawy przez Urząd Ochrony Konkurencji i Konsumentów.* Przedsiębiorca ponadto oznajmił, że *w chwili obecnej jest przekonany o popełnionym przez niego błędzie i jest to dla niego pouczeniem na przyszłość.*

[dowód: k. 329, k. 623]

Juliusz Wieloch, prowadzi działalność gospodarczą jednoosobowo, na podstawie wpisu do Ewidencji Działalności Gospodarczej prowadzonej przez Prezydenta Miasta Poznania - wpis nr 19196/2001/S. Działalność prowadzona jest przez Juliusza Wielocha pod nazwą P.P.H Akuma-Serwis, w Poznaniu, przy ul. Wincentego Pstrowskiego 106. Przedmiotem działalności prowadzonego przez Juliusza Wielocha przedsiębiorstwa jest m.in. sprzedaż hurtowa i detaliczna części i akcesoriów do pojazdów samochodowych. Juliusz Wieloch prowadzi działalność gospodarczą od dn. 1 kwietnia 2001 r.

Ustosunkowując się do postawionego zarzutu przedsiębiorca wyjaśnił, że *znając treść ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów z dnia 16 lutego 2007 r. firma Akuma-Serwis nigdy nie stosowała się do ograniczeń, jakie nakładała firma MOLL w swojej umowie, dotyczących wielkości upustów jakie może stosować.* Przedsiębiorca ponadto wyjaśnił, że pozostałe firmy (wymienione w postanowieniu o wszczęciu postępowania antymonopolowego), *są mu znane jako funkcjonujące na rynku akumulatorowym, natomiast nigdy nie posiadał on wiedzy związanej z towarem, jakim one handlują.* Przedsiębiorca oświadczył, że *jego firma nie uczestniczyła w zмовie cenowej dotyczącej sprzedaży akumulatorów firmy MOLL a stosowane przez niego ceny były wolne od jakichkolwiek ograniczeń. Podczas sprzedaży przedsiębiorca nigdy nie brał pod uwagę zapisów zawartych w umowie dotyczących maksymalnych rabatów. Rabat na każdy akumulator MOLL sprzedany przez przedsiębiorcę, który prowadzi sprzedaż detaliczną, przewyższał w większości przypadków 15 % i był udzielany w zależności od ilości akumulatorów zakupionych u niego przez danego klienta na przestrzeni kilkunastu lat.*

[dowód: k. 409, 545]

Leszek Bachorz prowadzi działalność gospodarczą jednoosobowo, na podstawie wpisu do Ewidencji Działalności Gospodarczej prowadzonej przez Burmistrza Miasta i Gminy Września - wpis nr 87/2002. Działalność prowadzona jest przez Leszka Bachorza pod nazwą „yolmar.pl” we Wrześni przy ul. Malinowej 2. Przedmiotem działalności prowadzonego przez Leszka Bachorza przedsiębiorstwa jest m.in. produkcja akumulatorów, ogniwi i baterii galwanicznych, sprzedaż detaliczna bezpośrednia prowadzona poza siecią sklepową oraz pozostała sprzedaż hurtowa. Leszek Bachorz prowadzi działalność gospodarczą od dn. 7 listopada 1983 r.

Ustosunkowując się do postawionego zarzutu przedsiębiorca oświadczył, że w *okresie współpracy z firmą MOLL Polska nigdy nie stosował się do zakwestionowanych postanowień umowy o współpracy handlowej, także z uwagi na jej wady prawne*. Wyjaśnił również, że w *okresie ostatnich lat każda stosowana przez niego cena sprzedaży, zarówno hurtowa, jak i detaliczna, była niższa niż określała ją umowa o współpracy handlowej. Niższe ceny wymuszała konkurencja producentów i innych importerów na rynku sprzedaży akumulatorów*.  
[dowód: k. 297, k. 447]

Pismami z dnia 10 sierpnia 2010 r. zawiadomiono strony postępowania o zakończeniu zbierania materiału dowodowego oraz możliwości zapoznania się z nim.

## **2. porozumienie**

W toku przeprowadzonego postępowania organ antymonopolowy ustalił, że spółka MOLL Polska zawarła z dystrybutorami, będącymi pozostałymi stronami niniejszego postępowania, umowy o współpracy handlowej [dowód: k. 76].

Umowa o współpracy handlowej z dnia 3 sierpnia 2006 zawarta pomiędzy MOLL Polska a YAK sp. z o.o. z siedzibą we Wrocławiu, zawiera m.in. następujące postanowienia:

§ 2. pkt 5. *W celu efektywnego realizowania zasad handlowych MOLL zobowiązuje się do: informowania Partnera o zamiarze zmian cen z dwutygodniowym wyprzedzeniem.*

§ 3 ust. 3. *Partner zobowiązuje się do przestrzegania rabatów cenowych dla poszczególnych odbiorców:*

a) *cena detaliczna dla klienta (+, - 15 %) od zalecanego cennika (akumulatory do 100 Ah). Nie dotyczy akumulatorów powyżej 100 Ah,*

b) *cena dla odbiorców hurtowych - maksymalny upust do 38 % od zalecanego cennika.*

[dowód: k. 77-79 ]

Umowa o współpracy handlowej z dnia 17 października 2003 r. zawarta pomiędzy MOLL Polska a Danuta Rzeszutek, prowadząca działalność gospodarczą pod nazwą „Motores” w Rzeszowie zawiera m.in. następujące postanowienia:

§ 2. pkt 5. *W celu efektywnego realizowania zasad handlowych MOLL zobowiązuje się do: informowania Partnera o zamiarze zmian cen z dwutygodniowym wyprzedzeniem.*

§ 3 ust. 3. *Partner zobowiązuje się do przestrzegania rabatów cenowych dla poszczególnych odbiorców:*

a) *cena detaliczna dla klienta (+, - 10 %) od zalecanego cennika,*

b) *cena dla odbiorców hurtowych do (-35 %+2% na reklamacje ) od zalecanego cennika.*

[dowód: k. 82-84]

Umowa o współpracy handlowej z dnia 5 sierpnia 2006 zawarta pomiędzy MOLL Polska a Autocraft sp. z o.o. z siedzibą w Myszkowie, zawiera m.in. następujące postanowienia:

§ 2. pkt 5. *W celu efektywnego realizowania zasad handlowych MOLL zobowiązuje się do: informowania Partnera o zamiarze zmian cen z dwutygodniowym wyprzedzeniem.*

§ 3 ust. 3. *Partner zobowiązuje się do przestrzegania rabatów cenowych dla poszczególnych odbiorców:*

a) *cena detaliczna dla klienta (+, - 15 %) od zalecanego cennika (akumulatory do 100 Ah). Nie dotyczy akumulatorów powyżej 100 Ah,*

b) *cena dla odbiorców hurtowych - maksymalny upust do 38 % od zalecanego cennika.*

[dowód: k. 85-87]



Umowa o współpracy handlowej z dnia 3 sierpnia 2006 zawarta pomiędzy MOLL Polska a Zbigniewem Dawidziakiem, prowadzącym działalność gospodarczą pod nazwą „Auto-Baterie” w Szczecinie, zawiera m.in. następujące postanowienia:

§ 2. pkt 5. *W celu efektywnego realizowania zasad handlowych MOLL zobowiązuje się do informowania Partnera o zamiarze zmian cen z dwutygodniowym wyprzedzeniem.*

§ 3 ust. 3. *Partner zobowiązuje się do przestrzegania rabatów cenowych dla poszczególnych odbiorców:*

- a) *cena detaliczna dla klienta (+, - 10 %) od zalecanego cennika (akumulatory do 100 Ah). Nie dotyczy akumulatorów powyżej 100 Ah,*
- b) *cena dla odbiorców hurtowych - maksymalny upust do 38 % od zalecanego cennika.*

[dowód: k. 88-90]

Umowa o współpracy handlowej z dnia 10 stycznia 2005 r. zawarta pomiędzy MOLL Polska a Juliuszem Wielochem, prowadzący działalność gospodarczą pod nazwą „P.P.H. Akuma Serwis” w Poznaniu, w brzmieniu ustalonym po zmianie dokonanej umową z dnia 15 grudnia 2009 r. zawiera m.in. następujące postanowienia:

§ 2. pkt 5. *W celu efektywnego realizowania zasad handlowych MOLL zobowiązuje się do informowania Partnera o zamiarze zmian cen z dwutygodniowym wyprzedzeniem.*

§ 3 ust. 3. *Partner zobowiązuje się do przestrzegania rabatów cenowych dla poszczególnych odbiorców:*

- c) *cena detaliczna dla klienta (+, - 15 %) od zalecanego cennika (akumulatory do 100 Ah). Nie dotyczy akumulatorów powyżej 100 Ah,*
- d) *cena dla odbiorców hurtowych - maksymalny upust do 38 % od zalecanego cennika.*

[dowód: k. 80-81, 412-416]

Umowa o współpracy handlowej z dnia 6 września 2004 r. zawarta pomiędzy MOLL Polska a Leszkiem Bachorzem, prowadzącym działalność gospodarczą pod nazwą „volmar.pl” we Wrześni, zawiera m.in. następujące postanowienia:

§ 2. pkt 5. *W celu efektywnego realizowania zasad handlowych MOLL zobowiązuje się do informowania Partnera o zamiarze zmian cen z dwutygodniowym wyprzedzeniem.*

§ 3 ust. 3. *Partner zobowiązuje się do przestrzegania rabatów cenowych dla poszczególnych odbiorców:*

- a) *cena detaliczna dla klienta (+, - 10 %) od zalecanego cennika (akumulatory do 100 Ah)*
- b) *cena dla odbiorców hurtowych - maksymalny upust do 38 % od zalecanego cennika.*

[dowód: k. 91-93]

Ustalono również, że MOLL Polska przekazywał - przede wszystkim przy użyciu poczty elektronicznej - swoim kontrahentom opracowane przez siebie cenniki akumulatorów marki MOLL [dowód: k. 42, k. 49-63, 526-530, 604, 623, 727], sporządzane w walutach: euro i pln. Cenniki te umożliwiały dystrybutorom ustalenie cen minimalnych [dowód: k. 603-604], których powinni przestrzegać przy ich dalszej sprzedaży, tak hurtowej jak i detalicznej, zgodnie z obowiązującym porozumieniem.

## II. Oceniając ustalony stan faktyczny organ antymonopolowy zważył, co następuje.

### 1. określenie zarzutu

Stronom niniejszego postępowania antymonopolowego został postawiony zarzut stosowania praktyki ograniczającej konkurencję, o której mowa w art. 6 ust. 1 pkt 1 *ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów*, polegającej na pośrednim ustalaniu w umowach o współpracy handlowej zawartymi pomiędzy MOLL Polska sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie a dystrybutorami:

- YAK sp. z o.o. z siedzibą we Wrocławiu,
- Danuta Rzeszutek, prowadząca działalność gospodarczą pod nazwą „Motores” w Rzeszowie,
- Autocraft sp. z o.o. z siedzibą w Myszkowie,
- Zbigniew Dawidziak, prowadzący działalność gospodarczą pod nazwą „Auto-Baterie” w Szczecinie,
- Juliusz Wieloch, prowadzący działalność gospodarczą pod nazwą „P.P.H. Akuma Serwis” w Poznaniu,
- Leszek Bachorz, prowadzący działalność gospodarczą pod nazwą „jolmar.pl” we Wrześni, cen sprzedaży akumulatorów rozruchowych marki MOLL, poprzez ustalenie maksymalnego rabatu od zalecanego cennika przy ich dalszej sprzedaży.

### 2. interes publiczny

Zgodnie z opisanym w art. 1 ust. 1 celem *ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów*, określa ona „warunki rozwoju i ochrony konkurencji oraz zasady podejmowanej w interesie publicznym ochrony interesów przedsiębiorców i konsumentów”. Tak określony cel *ustawy* pozwala przyjąć, iż ma ona charakter publiczny i służy ochronie interesu ogólnospołecznego. Powyższe przesądza o wyłączeniu możliwości podejmowania przez organ antymonopolowy działań w celu ochrony interesów indywidualnych. Taką interpretację potwierdza orzecznictwo Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów (dawniej: Sądu Antymonopolowego), zgodnie z którym: „interes publiczny w postępowaniu administracyjnym nie jest pojęciem jednolitym i stałym. W każdej sprawie winien być on ustalony i konkretyzowany. Organ administracji - Prezes Urzędu winien być w toku i przy wydawaniu decyzji rzecznikiem tego interesu, albowiem wynika to z jego zadań w strukturze administracji publicznej.”<sup>1</sup> Podobnie Sąd Najwyższy stwierdził, iż “ustawa antymonopolowa ma charakter publicznoprawny, zatem jej celem jest służenie interesom publicznym. Ingeruje, gdy w wyniku pewnych ogólnych zjawisk zagrożona jest sama instytucja konkurencji. Nie odnosi się do ochrony roszczeń indywidualnych.”<sup>2</sup>

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

<sup>1</sup> wyrok Sądu Antymonopolowego z dnia 04 lipca 2001 r. (sygn. akt XVII Ama 108/00).

<sup>2</sup> wyrok Sądu Najwyższego z dnia 29 maja 2001 r. (sygn. akt I CKN 1217/98).

Interes publiczny należy bowiem utożsamiać z naruszeniem konkurencji lub wywołaniem (możliwością wywołania) na rynku innych niekorzystnych zjawisk. Zachowanie przedsiębiorców należy oceniać z punktu widzenia celów ustawodawstwa antymonopolowego, a mianowicie, gdy może ono wywołać skutki w postaci wpływu na ilość, jakość, cenę towarów lub zakres wyboru dostępny konsumentom lub innym nabywcom.<sup>3</sup>

Niniejsze postępowanie dotyczy zawarcia przez MOLL Polska i wskazanych dystrybutorów porozumienia dotyczącego ustalenia minimalnych cen odsprzedaży akumulatorów rozruchowych marki MOLL, produkowanych poza granicami kraju przez Akkumulatorenfabrik MOLL GmbH+Co.KG i wprowadzanych do obrotu na terenie kraju przez MOLL Polska. Praktyka tego rodzaju ogranicza wewnątrzmarkową konkurencję cenową, natomiast w interesie publicznym leży istnienie i rozwój konkurencji na wszystkich rynkach właściwych. Działania ograniczające powstanie lub rozwój konkurencji naruszają interes publiczny.<sup>4</sup>

Zgodnie z orzecznictwem Sądu Najwyższego, porozumienie cenowe należy do najcięższych naruszeń konkurencji albowiem zawsze wywołuje niekorzystne skutki na rynku, zniekształcając ten rynek, ograniczając albo eliminując na nim konkurencję, przez co narusza interes ogólnospołeczny<sup>5</sup>. Pionowe porozumienia cenowe należą do kategorii porozumień ograniczających konkurencję wewnątrzmarkową. Minimalne lub sztywne ceny odsprzedaży wykluczają lub utrudniają pojawienie się nowych, tańszych form dystrybucji, co uniemożliwia lub utrudnia rozwój nowych form konkurencji. W ocenie Prezesa Urzędu, skutki praktyki ograniczającej konkurencję polegającej na ustalaniu minimalnych cen odsprzedaży dotyczą także konsumentów jako nabywców finalnych. Ustalanie przez przedsiębiorców minimalnych cen odsprzedaży niesie za sobą w konsekwencji pozbawienie odbiorców końcowych możliwości nabycia towarów po cenach niższych niż wynikające z porozumienia, a które mogłyby być stosowane w przypadku działania naturalnych mechanizmów rynkowych.

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

### **3. rynek właściwy**

Praktyki ograniczające konkurencję ujawniają się na określonym rynku - rynku właściwym. *Ustawa o ochronie konkurencji i konsumentów* definiuje rynek właściwy (art. 4 pkt 9) jako rynek towarów, które ze względu na ich przeznaczenie, cenę oraz właściwości, w tym jakość, są uznawane przez ich nabywców za substytuty oraz są oferowane na obszarze, na którym, ze względu na ich rodzaj i właściwości, istnienie barier dostępu do rynku, preferencje konsumentów, znaczące różnice cen i koszty transportu, panują zbliżone warunki konkurencji.

Przez towary należy rozumieć zarówno rzeczy, jak i energię, papiery wartościowe i inne prawa majątkowe, usługi, a także roboty budowlane (art. 4 pkt 7 *ustawy*). Pojęcie rynku właściwego odnosi się przedmiotowo do wszystkich wyrobów (usług) jednego rodzaju, które ze względu na swoje szczególne właściwości odróżniają się od innych wyrobów (usług) w taki sposób, że nie istnieje możliwość dowolnej ich zamiany. Rynek właściwy produktowo obejmuje wszystkie towary, które służą zaspokajaniu tych samych potrzeb nabywców, mają zbliżone właściwości, podobne ceny i reprezentują podobny poziom jakości. Niezbędnym

<sup>3</sup> wyrok Sądu Najwyższego z dnia 16 października 2008 r. (sygn. akt III SK 2/08.).

<sup>4</sup> wyrok Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów z dnia 21 marca 2005 r. (sygn. akt XVII Ama 16/04).

<sup>5</sup> wyrok Sądu Najwyższego z dnia 24 lipca 2003 r. (sygn. akt I CKN 469/01).

elementem rynku właściwego jest także jego wymiar geograficzny, oznaczający konieczność wskazania obszaru, na którym warunki konkurencji, mające zastosowanie do określonych towarów, są jednakowe dla wszystkich konkurentów. Zatem, aby wyznaczyć rynek właściwy określoną działalność poddaje się analizie z punktu widzenia produktowego (asortymentowego) a także geograficznego.

Przedmiotem zarzutów w niniejszej sprawie jest zawarcie porozumienia ograniczającego konkurencję polegającego na ustalaniu w umowach o współpracy handlowej minimalnych cen odsprzedaży akumulatorów rozruchowych marki MOLL.

Akumulator rozruchowy to rodzaj ogniwa galwanicznego, które może być wielokrotnie użytkowane i ładowane prądem elektrycznym. Wszystkie rodzaje akumulatorów elektrycznych gromadzą i później uwalniają energię elektryczną dzięki odwracalnym reakcjom chemicznym zachodzącym w elektrolicie oraz na styku elektrolitu i elektrod. Do uruchamiania silników tłokowych w samochodach oraz innych pojazdach powszechnie wykorzystywane są akumulatory kwasowo-ołowiowe. W oficjalnych klasyfikacjach towar, wyodrębniony jako rynek właściwy produktowo w niniejszym postępowaniu, określany jest jako „*akumulatory kwasowo-ołowiowe stosowane do uruchamiania silników tłokowych* (zn. 27.20.21- wg PKWiU 2008 oraz odpowiednio zn. 850710 w Nomenklaturze Scalonej), zwane w niniejszej decyzji „akumulatorami rozruchowymi”. W rozpatrywanej sprawie organ antymonopolowy uznał, iż dokonywanie szczegółowej segmentacji rynku akumulatorów rozruchowych nie jest uzasadnione, w tym również z uwagi na fazę obrotu, na jakiej doszło do zawarcia antykonkurencyjnego porozumienia. Zarzucane ustalanie cen minimalnych odsprzedaży akumulatorów marki MOLL odbyło się pomiędzy importerem i hurtownikiem tych towarów, jakim jest MOLL Polska, a dystrybutorami nabywającymi hurtowo te wyroby celem odsprzedaży na rzecz podmiotów prowadzących sprzedaż detaliczną i odbiorców finalnych, a zatem na poziomie obrotu hurtowego. Pozwala to stwierdzić, iż rynkiem właściwym produktowo jest rynek sprzedaży hurtowej akumulatorów rozruchowych, natomiast ewentualne skutki porozumienia mogą dotyczyć obrotu zarówno na rynku sprzedaży hurtowej, jak i detalicznej<sup>6</sup>. Za szerokim ujmowaniem rynku w sytuacji, gdy ograniczenie konkurencji ma miejsce na poziomie hurtowym przemawia także orzecznictwo Komisji Europejskiej, która w swoich decyzjach za produktowy rynek właściwy została uznana dystrybucja pewnej grupy towarów, bez węższej segmentacji uwzględniającej poszczególne towary, stanowiące przedmiot obrotu.<sup>7</sup> Podobne stanowisko w kwestii określenia rynku właściwego zajął również organ antymonopolowy, który w jednej z decyzji uwzględniając szczebel obrotu, uznał za właściwy rynek produktowy dystrybucję kotłów grzewczych, mimo tego że z punktu widzenia finalnego odbiorcy rynek ten mógłby podlegać dalszej segmentacji.<sup>8</sup> Sąd Ochrony Konkurencji i Konsumentów rozpatrując odwołanie od tej decyzji, podtrzymał ustalenia Prezesa Urzędu co do właściwego rynku produktowego w tej sprawie. Wskazał także, iż przy określaniu rynku produktowego należy m.in, obok towaru na nim oferowanego, wziąć pod uwagę fazę obrotu towarowego (zbyt, hurt, detal) oraz określić, w jakim zakresie uczestnicy rynku poddani są współzawodnictwu ze strony konkurencji.<sup>9</sup>

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

<sup>6</sup> por. dec. Prezesa UOKiK nr RKT-109/2008 z dn. 31 grudnia 2008 r.

<sup>7</sup> S.Gronowski, *Ustawa Antymonopolowa Komentarz*, Wydawnictwo C.H. Beck, Warszawa 1999 r., decyzja nr IV/M.009 Fiat Geotech/Ford New Holland, decyzja nr IV/M.256 Linde/Fiat.

<sup>8</sup> decyzja Prezesa UOKiK z dnia 2 września 2004 r. nr RPZ-21/2004.

<sup>9</sup> wyrok Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów z dnia 23 marca 2006 r, (sygn. akt XVII Ama 130/04).

geograficznym jest obszar, na którym warunki konkurencji, dotyczące danego towaru, są dostatecznie jednorodne i który można odróżnić od obszarów sąsiadujących. Na wielkość rynku geograficznego mają przede wszystkim wpływ naturalne cechy badanego towaru. Te bowiem bezpośrednio oddziałują na charakter jego transportu oraz udział kosztów transportu w jego cenie końcowej. Na granice rynku geograficznego mogą mieć także wpływ czynniki natury prawnej, w szczególności wszelkiego rodzaju bariery dostępu do rynku, takie jak monopol prawny na prowadzenie określonej działalności gospodarczej, cła, istotne różnice podatkowe, czy bariery pozataryfowe w postaci różnego rodzaju atestów lub świadectw bezpieczeństwa, mających istotne znaczenie w obrocie międzynarodowym. Zdaniem organu antymonopolowego rynkiem właściwym w ujęciu geograficznym jest w przedmiotowej sprawie rynek krajowy. Wyodrębniając obszar rynku właściwego pod względem geograficznym organ antymonopolowy wziął pod uwagę, iż odbiorcy akumulatorów wprowadzanych do obrotu przez MOLL Polska pochodzą z całej Polski. Dystrybucja akumulatorów tej marki prowadzona jest na terenie całego kraju, przy czym na różnych obszarach kraju występują jednolite dla wszystkich przedsiębiorców warunki konkurencji. Właściwości towaru będącego przedmiotem porozumienia nie ograniczają możliwości jego transportu, a koszty transportu nie stanowią czynnika, który miał znaczenie przy podejmowaniu przez dystrybutorów decyzji o współpracy z MOLL Polska, co również przemawia za krajowym zasięgiem rynku. W niniejszej sprawie zatem, z uwagi na to, iż dystrybucja akumulatorów odbywa się bez ograniczeń na terenie całego kraju, rynkiem w ujęciu geograficznym jest obszar Polski. Stanowisko takie znajduje również uzasadnienie w badaniu przeprowadzonym przez organ antymonopolowy, którego przedmiotem była analiza krajowego rynku wprowadzania do obrotu akumulatorów rozruchowych.

Jednocześnie Prezes Urzędu nie uznał, aby rynek geograficzny powinien być określony szerzej, np. jako europejski, gdyż sprzedaż akumulatorów na poziomie hurtowym i detalicznym odbywa się na poziomie krajowym. Ponadto, zgodnie z umową spółki MOLL Polska, jeden z jej udziałowców i zarazem producent akumulatorów marki MOLL, udzielił spółce wyłączności na sprzedaż akumulatorów ze znakami towarowymi MOLL na terenie Polski, i tylko na tym terytorium. Właściwa konkurencja zachodzi zatem między dystrybutorami akumulatorów rozruchowych działającymi na terenie Polski.

W świetle powyższego uznaje się, że rynkiem właściwym w przedmiotowej sprawie jest krajowy rynek obrotu akumulatorami rozruchowymi.

Nadmienić należy, iż w ocenie Prezesa Urzędu, przy analizie niniejszej sprawy, szersza lub węższa definicja rynku – zarówno w aspekcie produktowym jak i geograficznym - a także jego struktura, nie będą miały dla sprawy **istotnego** znaczenia. Zgodnie z polskimi i wspólnotowymi przepisami dotyczącymi porozumień ograniczających konkurencję, porozumienia w zakresie ustalania cen, co do zasady, nie korzystają z żadnych wyłączeń spod zakazu. Są one traktowane bardzo restrykcyjnie i są niedozwolone **niezależnie od wielkości udziału** w rynku przedsiębiorców uczestniczących w porozumieniu.

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

##### **4.1. rodzaj porozumienia**

Na gruncie *ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów* praktyki ograniczające konkurencję można podzielić na praktyki indywidualne oraz porozumienia, w zależności od tego, czy uczestnikiem zakazanego *ustawą* zachowania jest jeden podmiot gospodarczy, czy

też grupa takich podmiotów, współdziałająca ze sobą z zamiarem osiągnięcia celu zakazanego *ustawą*.

Przedmiotem porozumień ograniczających konkurencję może być obrót towarami na tym samym poziomie rynku (porozumienia horyzontalne), bądź na różnych poziomach rynku (porozumienia wertykalne). Porozumienia mogą być zawierane przez konkurentów (porozumienia poziome), reprezentujących zarówno stronę popytową, jak i podaźową, lecz również przez podmioty ze sobą nie konkurujące (porozumienia pionowe), tj. działające na różnych poziomach łańcucha gospodarczego.

Z powyższego wynika, że porozumienie, objęte zarzutem postępowania, ma charakter pionowy (wertykalny), jego uczestnikami są bowiem importer, zajmujący się wyłącznie sprzedażą hurtową, oraz partnerzy - dystrybutorzy prowadzący zarówno sprzedaż detaliczną na rzecz odbiorców finalnych, jak i sprzedaż hurtową na rzecz przedsiębiorców prowadzących sprzedaż detaliczną.

#### 4.2. przesłanki zastosowania art. 6 ust. 1 pkt 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów

Przepisy art. 6 ust. 1 pkt 1 *ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów* stanowią, że zakazane są porozumienia, których celem lub skutkiem jest wyeliminowanie, ograniczenie lub naruszenie w inny sposób konkurencji na rynku właściwym, polegające w szczególności na ustalaniu, bezpośrednio lub pośrednio, cen i innych warunków zakupu lub sprzedaży towaru. Porozumienia tego rodzaju są w całości lub w odpowiedniej części nieważne, z zastrzeżeniem art. 7 i 8 *ustawy*.

Stosownie do normy wynikającej z art. 7. *ustawy* zakazu, o którym mowa w art. 6 *ustawy*, nie stosuje się do porozumień zawieranych między przedsiębiorcami działającymi na różnych szczeblach obrotu (porozumienia wertykalne), których łączny udział w rynku, w roku kalendarzowym poprzedzającym zawarcie porozumienia nie przekracza 10 % oraz do porozumień zawieranych między konkurentami, kiedy łączny udział w rynku w roku kalendarzowym poprzedzającym zawarcie porozumienia nie przekracza 5 %. Niemniej jednak, zgodnie z ust. 2 art. 7 *ustawy* **wyłączenia te nie mają zastosowania m.in. do porozumień polegających na ustalaniu, bezpośrednio lub pośrednio, cen sprzedaży towarów**, a takie właśnie porozumienie jest przedmiotem zarzutów rozpatrywanych w niniejszej decyzji.

Stosownie natomiast do normy zawartej w art. 8 ust. 1 *ustawy* zakazu, o którym mowa w art. 6 ust. 1, nie stosuje się do porozumień, które jednocześnie:

- przyczyniają się do polepszenia produkcji, dystrybucji towarów lub do postępu technicznego lub gospodarczego;
- zapewniają nabywcy lub użytkownikowi odpowiednią część wynikających z porozumień korzyści;
- nie nakładają na zainteresowanych przedsiębiorców ograniczeń, które nie są niezbędne do osiągnięcia tych celów;
- nie stwarzają tym przedsiębiorcom możliwości wyeliminowania konkurencji na rynku właściwym w zakresie znacznej części określonych towarów.

przy czym ciężar udowodnienia powyższych okoliczności, spoczywa na przedsiębiorcy. Zgodnie natomiast z delegacją zawartą w art. 8 ust. 3 *ustawy* Rada Ministrów może, w drodze rozporządzenia, wyłączyć określone rodzaje porozumień (spełniające powyższe przesłanki), spod zakazu, o którym mowa w art. 6 ust. 1, określając przy tym klauzule, których występowanie w porozumieniu stanowi naruszenie art. 6 *ustawy*.

Stosownie do § 7 pkt 1 *rozporządzenia Rady Ministrów z dnia 19 listopada 2007 r. w sprawie wyłączenia niektórych rodzajów porozumień wertykalnych spod zakazu porozumień ograniczających konkurencję* (Dz.U. nr 230, poz. 1691), wydanego na podstawie wyżej powołanej delegacji, **wyłączenia** spod zakazu, o którym mowa w art. 6 ust. 1 *ustawy* **nie stosuje się do porozumień wertykalnych, które** bezpośrednio lub pośrednio, samodzielnie lub w powiązaniu z innymi okolicznościami zależnymi od stron tych porozumień, **mają na celu ograniczenie prawa nabywcy do ustalania ceny sprzedaży** przez narzucenie przez dostawcę minimalnych lub o określonej wysokości (sztywnych) cen sprzedaży towarów objętych porozumieniem.

Podobne rozwiązanie obowiązuje również na gruncie prawa wspólnotowego, zgodnie z którym nie stosuje się wyłączenia porozumienia wertykalnego spod generalnego zakazu porozumień antykonkurencyjnych, jeżeli ma ono na celu ograniczenie uprawnienia kupującego do ustalania jego cen sprzedaży.<sup>10</sup>

W związku z faktem, iż porozumienie cenowe jest zakazane bez względu na udział w rynku poszczególnych stron porozumienia nawet ewentualne uchybienia w zakresie określenia rynku i błędne przyjęcie udziału rynkowego nie mają znaczenia dla treści rozstrzygnięcia.<sup>11</sup>

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

Cena jest elementem, który najbardziej oddziałuje na stosunki konkurencyjne pomiędzy przedsiębiorcami a jednocześnie wpływa na wybór ofert przez konsumentów<sup>12</sup>. Komisja Europejska jednoznacznie stwierdziła, iż **sam fakt istnienia w danym dokumencie klauzuli ograniczającej bezpośrednio lub pośrednio swobodę dystrybutora do ustalania cen odsprzedaży może stanowić naruszenie konkurencji**.<sup>13</sup>

Ustalanie zatem pomiędzy producentem danych towarów (dostawcą) a dystrybutorami cen minimalnych, czyli cen poniżej których dany produkt nie może być odsprzedawany lub też cen sztywnych, czyli cen o ustalonej wysokości, jest z mocy prawa zakazane i stanowi jedno z najcięższych naruszeń prawa konkurencji. Jak zauważył Europejski Trybunał Sprawiedliwości w wyroku w sprawie *Metro vs. Komisja* „swoboda w kształtowaniu cen na rynku jest jednym z najistotniejszych aspektów konkurencji niezakłóconej, a każde niedozwolone wywieranie wpływu na sposób ustalania cen podlega zakazowi.”<sup>14</sup>

Oceniając natomiast relacje pomiędzy MOLL Polska a firmami prowadzonymi przez wspólników tej spółki organ antymonopolowy przyjął, w postępowaniu zakończonym niniejszą decyzją, że z uwagi na brak faktycznej niezależności i swobody decyzyjnej MOLL Polska wobec przedsiębiorców sprawujących nad nią kontrolę, stosunki handlowe pomiędzy

---

<sup>10</sup> art. 4 rozporządzenia Komisji Europejskiej z dnia 22 grudnia 1999 r. nr 2790/1999 w sprawie stosowania art. 81 ust. 3 Traktatu do kategorii porozumień wertykalnych i praktyk uzgodnionych (Dz.Urz. L.336.21), zastąpionego z dniem 1 czerwca 2010 r. rozporządzeniem nr z dnia 20 kwietnia 2010 r. 330/2010 w sprawie stosowania art. 101 ust. 3 (tożsamego z art. 81 w uprzedniej numeracji) Traktatu o funkcjonowaniu Unii Europejskiej do kategorii porozumień wertykalnych i praktyk uzgodnionych (Dz.Urz. L 10.102).

<sup>11</sup> wyrok Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów: z dnia 14 lutego 2007 r. (sygn. akt XVII Ama 98/06) oraz z dnia 29 maja 2008 r. (sygn. akt XVII Ama 53/07).

<sup>12</sup> E. Modzelewska-Wąchal, *Ustawa o ochronie konkurencji i konsumentów. Komentarz*. Wydawnictwo Twigger, Warszawa 2002 r.

<sup>13</sup> decyzja w sprawie *Yamaha* (COMP/37.975/PO).

<sup>14</sup> sprawa 26/76 *Metro v. Komisja* [1977] ECR 1875.

tymi podmiotami nie będą przedmiotem oceny pod kątem ewentualnego zawarcia pomiędzy nimi porozumienia ograniczającego konkurencję. W doktrynie i orzecznictwie przyjmuje się bowiem, że niezbędnym warunkiem kwalifikacji określonych zachowań rynkowych przedsiębiorców jako "porozumienia" jest swoboda w zakresie kształtowania decyzji gospodarczych każdej z jego stron, co wynika z samej istoty zachowania stanowiącego "porozumienie".<sup>15</sup>

#### 4.3. forma zawartego porozumienia

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

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

Definicja porozumienia w powyższym brzmieniu jest definicją szeroką, pozwalającą na objęcie zakazami wynikającymi z art. 6 *ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów* wszelkich form skoordynowanych zachowań niezależnie działających przedsiębiorców lub ich związków, których celem lub skutkiem jest wyeliminowanie, ograniczenie lub naruszenie konkurencji na rynku właściwym. Warunkiem uznania określonych skoordynowanych działań przedsiębiorców za porozumienie jest ich dobrowolność u wszystkich uczestników.

Podkreślić należy, iż zgodnie z obowiązującym orzecznictwem zakazane *ww. ustawą* porozumienie nie musi mieć wyłącznie formy umowy pisemnej. Może nim być również każde, podjęte w jakiegokolwiek formie uzgodnienie przedsiębiorców lub związków przedsiębiorców skierowane przeciwko osobom trzecim, nie będącymi stronami porozumienia. Efektem takich uzgodnień jest skoordynowanie zachowań rynkowych konkurentów, zaś celem wyeliminowanie lub ograniczenie konkurencji, czyli wyeliminowanie niepewności co do przebiegu procesów rynkowych i warunków działania członków porozumienia<sup>16</sup>. Wprowadzenie do ustawy antymonopolowej pojęcia uzgodnienia jako formy zawarcia porozumienia ograniczającego konkurencję ma na celu objęcie zakazem art. 6 tej *ustawy* także takich form celowej i świadomej współpracy, którym przedsiębiorcy nie zamierzali nadać wiążącego charakteru, a w szczególności form współpracy faktycznej. Praktyki uzgodnione, to zatem takie „formy koordynacji między przedsiębiorstwami, które nie doprowadziły do zawarcia umowy, ale świadomie pozwalają praktycznej kooperacji między nimi zająć miejsce konkurencji powiązanej z ryzykiem”. Innymi słowy, są to wszelkie działania, których celem jest wpływ na zachowania rynkowe, a w szczególności usunięcie niepewności co do postępowań innych przedsiębiorców albo utrzymanie lub zmiana w specjalny sposób polityki handlowej jakiegoś przedsiębiorstwa, gdy nie jest ona zależna od gry sił rynkowych.

Porozumienie może dojść do skutku w jakiegokolwiek formie. Przykładem porozumień może być np. nawet sama wymiana informacji pomiędzy przedsiębiorcami, co do cen lub kosztów, skutkiem czego może dojść na rynku do ujednoczenia cen. Z powyższego zatem jednoznacznie wynika, że antykonkurencyjne porozumienie nie musi przybierać formy

<sup>15</sup> tak: K. Kohutek, M. Sieradzka, *Ustawa o ochronie konkurencji i konsumentów*. Komentarz do art. 4 pkt 5, LEX, 2008.

<sup>16</sup> por. wyrok Sądu Apelacyjnego w Warszawie z dnia 5 października 2005 r. ( sygn. akt VI Aca 1146/04).



pisemnej umowy. Często porozumienie zawierane jest ustnie, a o jego obowiązywaniu świadczą jedynie określone działania rynkowe jego uczestników.

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

W przedmiotowej sprawie zgromadzone zostały jednakże dowody bezpośrednie, wskazujące na istnienie porozumienia cenowego - w formie pisemnych umów - pomiędzy spółką MOLL Polska a jej partnerami (pozostałymi uczestnikami postępowania).

Podmioty te ograniczyły swoją swobodę w stosunkach z osobami trzecimi na podstawie wspólnego uzgodnienia. Uzgodnienie to polegało na umownym zobowiązaniu się stron do stosowania wynikających z umów o współpracy handlowej zasad ustalania minimalnej ceny odsprzedaży.

W celu udowodnienia, że doszło do praktyki ograniczającej konkurencję, nie jest konieczne wykazanie, że przedsiębiorstwo w formalny sposób zobowiązało się, wobec jednego lub wielu innych podmiotów przyjąć określony sposób postępowania lub, że przedsiębiorstwa uzgodniły, jakie będzie ich przyszłe zachowanie na rynku. Wystarczy już samo stwierdzenie zamiaru, że przedsiębiorstwo wykluczyło lub, przynajmniej, w istotny sposób zmniejszyło niepewność co do zachowania, jakiego można się spodziewać na rynku z jego strony. Bez znaczenia, w ocenie Prezesa Urzędu, jest więc czy strony przedmiotowego postępowania uważały się za związane – prawnie, faktycznie lub moralnie – do podjęcia uzgodnionych działań. Zakaz porozumień ograniczających konkurencję obejmuje wszelkie działania, które prowadzą do wyeliminowania, ograniczenia lub naruszenia w inny sposób konkurencji, a tym samym ryzyka gospodarczego, co powoduje powstawanie warunków rynkowych sprzecznych z regułami wolnej konkurencji.

Jak zauważył Sąd Apelacyjny: „istotą porozumień cenowych jest koordynacja zachowań przedsiębiorców nie w drodze nałożenia prawnie wiążącego obowiązku, lecz przez świadome wskazanie sposobu współdziałania, którego celem lub skutkiem jest ograniczenie konkurencji. Takie zachowanie przedsiębiorców pozwala na wyeliminowanie ich niepewności co do przebiegu procesów rynkowych i warunków działania konkurentów, która to niepewność jest podstawą działania konkurencji. Do wykazania istnienia porozumienia ograniczającego konkurencję nie jest konieczne istnienie sformalizowanej umowy, wystarczające jest ustalenie, że nastąpiła świadoma koordynacja zachowań przedsiębiorców i przyjęcie sposobu współdziałania, którego skutkiem jest ograniczenie konkurencji.”<sup>17</sup>

Konkludując, należy stwierdzić bezspornie, iż na krajowym rynku obrotu aparatów akumulatorami rozruchowymi doszło do zawarcia porozumienia ograniczającego konkurencję pomiędzy MOLL Polska a jego dystrybutorami (pozostałymi uczestnikami postępowania). Porozumienie to ma formę pisemnej umowy.

Tym samym spełniona została pierwsza przesłanka zastosowania art. 6 ust. 1 pkt 1 *ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów*, polegająca na zawarciu porozumienia.

---

<sup>17</sup> wyrok Sądu Apelacyjnego w Warszawie z dnia 05 października 2005 r. (sygn. akt VI ACa 1146/04).

4.4. cel lub skutek porozumienia, którym jest wyeliminowanie, ograniczenie lub naruszenie w inny sposób konkurencji na rynku właściwym.

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

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

Uwzględniając jaki był obiektywny cel porozumienia należy wziąć pod uwagę jego literalne brzmienie, a także okoliczności jego zawarcia i wykonywania. Obiektywnym celem postanowienia zobowiązującego dystrybutorów do przestrzegania cen minimalnych odsprzedaży akumulatorów było ograniczenie swobody dystrybutora w jego prawie do ustalania cen sprzedawanych towarów, a w konsekwencji ograniczenie konkurencji cenowej na rynku właściwym.

Jak podkreślił Sąd Najwyższy w jednym ze swoich wyroków dotyczących porozumień ograniczających konkurencję: „Świadomość naruszenia zakazów wynikających z ustawy nie ma znaczenia z punktu widzenia kwalifikacji zachowania przedsiębiorcy jako praktyki ograniczającej konkurencję. Jej wykazanie nie jest konieczne do stwierdzenia bezprawności zachowania przedsiębiorcy naruszającego dyspozycję art. 5 ust. 1 ustawy (obecnie art. 6 ust. 1). Porozumienie - takie jak w stanie faktycznym niniejszej sprawy - ma na celu ograniczenie konkurencji, nie tylko wtedy gdy strony porozumienia mają zamiar ingerencji w funkcjonowanie mechanizmu konkurencji ale gdy z przedmiotu poczynionych przez jego strony uzgodnień wynika, że nieodzownym skutkiem porozumienia jest ograniczenie konkurencji. Decyduje o tym sprzeczność materii uzgodnień przedsiębiorców z celami ustawy, zaś ocena, czy celem porozumienia jest ograniczenie konkurencji obejmuje analizę treści (przedmiotu) porozumienia oraz kontekstu gospodarczego, w jakim doszło do uzgodnień między przedsiębiorcami.”<sup>18</sup>

Zgodnie z treścią umów o współpracy zawartych pomiędzy MOLL Polska i jej dystrybutorami, każdy z dystrybutorów jest zobowiązany do prowadzenia sprzedaży akumulatorów po ocenach nie niższych, niż określone przez MOLL Polska.

Treść wyżej zacytowanych postanowień zawartych w umowach o współpracy nie budzi wątpliwości. W kontekście jasnej, niebudzącej wątpliwości, treści oświadczenia, które zostały złożone poprzez podpisanie umów o współpracy zawierających ww. postanowienia, domniemywanie odmiennych intencji niż ustalenie minimalnych cen odsprzedaży jest nieuzasadnione. Podkreślić także należy, iż dystrybutorzy, jako pełnoprawni, aktywni uczestnicy porozumienia, nie mogą skutecznie próbować wyłączyć swojej odpowiedzialności

<sup>18</sup> wyrok Sądu Najwyższego: z dn. 14 stycznia 2009 r. (sygn. III SK 26/08), podobnie wyrok z dn. 13 maja 2004 r. (sygn. akt III SK 44/04).

powołując się na opracowanie umowy przez MOLL Polska. Bezsporne jest, że żaden z dystrybutorów nie sprzeciwił się postanowieniom umów o współpracy, lecz zaakceptował je, poprzez zawarcie umowy o określonej treści. Rynek sprzedaży hurtowej akumulatorów rozruchowych jest rynkiem konkurencyjnym, zatem dystrybutorzy nie stali przed koniecznością zawarcia umowy z MOLL Polska, który posiada stosunkowo nieduży udział w tym rynku. Potwierdza to również wyjaśnienie MOLL Polska, w świetle którego spółka „nie narzucała żadnemu z partnerów handlowych obowiązku podpisania umowy o współpracy handlowej. Przedsiębiorcy, którzy umowy nie podpisali nie byli wykluczani z dostaw i mogli kupować akumulatory bez ograniczeń” [dowód: k. 336]. Należy jednak zauważyć, że sześciu spośród siedmiu największych (mierząc wartością zakupów dokonanych w roku 2009) odbiorców akumulatorów od MOLL Polska, nie licząc podmiotów powiązanych, o których mowa w pkt I.1. uzasadnienia niniejszej decyzji, to uczestnicy porozumienia, strony niniejszej decyzji, którzy łącznie odebrali ok. 65 % sprzedaży tej spółki [dowód: k. 47-48]. Okoliczność ta świadczy zatem, że uczestnicy porozumienia przystąpili do niego dobrowolnie, mając możliwość prowadzenia współpracy handlowej z MOLL Polska, niezwiązanej z przyjęciem zobowiązania do przestrzegania określonej polityki cenowej. Przyjmując dobrowolnie na siebie ograniczenia wynikające z postanowień umowy o współpracy handlowej, będące przedmiotem zarzutu antymonopolowego, uzyskiwali w zamian gwarancję osiągnięcia z góry określonej marży minimalnej na obrocie akumulatorami marki MOLL, w wysokości różnicy pomiędzy otrzymywanym rabatem przy zakupie akumulatorów (50 % od cennika w EUR, w lub 45 % od cennika w PLN), a rabatem udzielanym przez nich przy sprzedaży (10-15 % dla odbiorców detalicznych oraz 38 % dla odbiorców hurtowych). Według wyjaśnień przedsiębiorców, uwarunkowania rynkowe - w tym ceny towarów innych marek - wymuszały na nich sprzedaż akumulatorów poniżej pułapu cenowego określonego w porozumieniu [dowód: k. 297, 337, 602]. Okoliczność ta potwierdza antykonkurencyjny cel porozumienia, którym było utrzymanie cen akumulatorów marki MOLL na sztucznie podwyższonym, w stosunku do rynkowego poziomu. Cel ten nie został zrealizowany, a istotnym powodem tego była znaczna dostępność towarów substytutowych, stanowiąca czynnik silnie hamujący skłonność potencjalnych nabywców do dokonania zakupu po cenach ustalonych w zawartym w porozumieniu. W tej sytuacji rygorystyczne egzekwowanie stosowania przez uczestników porozumienia tych cen sprzedaży mogło przynieść skutek negatywny dla jego uczestników - spadek sprzedaży, którego ujemny wpływ na zyskowność tej działalności mógł przewyższyć korzystny wpływ z tytułu podwyższonej marży, i w konsekwencji skutkować spadkiem zysków, zarówno dystrybutorów, jak i przedsiębiorcy wprowadzającego akumulatory marki MOLL do obrotu na rynek krajowy.

Powyższe rozumowanie, w świetle dokonanych ustaleń, pozwala na wiarygodne wyjaśnienie powodów, dla których porozumienie nie było przestrzegane przez jego uczestników, **pozostaje natomiast bez wpływu na ocenę celu, jaki przyświecał jego zawiązaniu - ograniczeniu konkurencji cenowej** pomiędzy głównymi dystrybutorami akumulatorów marki MOLL.

Porozumienia wertykalne, których treścią jest ustalenie cen minimalnych są powszechnie uważane za porozumienia, których obiektywnym celem jest ograniczenie konkurencji. Cenowe porozumienia wertykalne były wielokrotnie przedmiotem działań Prezesa Urzędu<sup>19</sup>, a także Komisji Europejskiej<sup>20</sup>.

<sup>19</sup> por. np. decyzje Prezesa UOKiK nr: DOK-107/2006 z dn. 18 września 2006 r; RWR-20/2007 z dn. 29 czerwca 2007 r; RKT-79/2007 z dn. 31 grudnia 2007 r; RPZ-50/2008 z dn. 30 grudnia 2008 r; RKT-109/2008 z dn. 31 grudnia 2008 r; RKT-35/2009 z dn. 08 grudnia 2009 r; RKT-44/2009 z dn. 30 grudnia 2009 r; RPZ-31/2009 z dn. 31 grudnia 2009 r.

Porozumienie zawarte przez MOLL Polska i jej dystrybutorów miało wymiar antykonkurencyjny bowiem jego obiektywnym celem było zapewnienie pewności co do minimalnego poziomu cen stosowanych na dalszych etapach dystrybucji. Antykonkurencyjny cel istnieje obiektywnie, niezależnie od subiektywnego przekonania uczestników porozumienia o celu, który przyświecał przystąpieniu do porozumienia. Przesłankę antykonkurencyjnego celu spełnia również takie porozumienie, które w zamierzeniach stron nie było ukierunkowane na ograniczenie konkurencji, jednak w rzeczywistości taki właśnie skutek zaistniał. Jeżeli treść porozumienia ma cel jawnie antykonkurencyjny, nie ma znaczenia rzeczywista wola stron porozumienia.

Ustalając, iż obiektywnym celem porozumienia było ograniczenie konkurencji nie jest konieczne ustalenie jakie były skutki zawartego porozumienia dla oceny jego legalności. Naruszenie zakazu zawierania porozumień ograniczających konkurencję może bowiem nastąpić przez zawarcie porozumienia, którego celem było ograniczenie konkurencji, niezależnie od tego, czy porozumienie to wywołało jakiegokolwiek skutki na rynku. Nie zdystansowanie się dystrybutorów do zawartej umowy stanowiącej powoduje, że stają się oni rzeczywistymi uczestnikami porozumienia.

Odnosząc się do negatywnego skutku zachowania się przedsiębiorców Sąd Ochrony Konkurencji i Konsumentów stwierdził w swoim orzeczeniu, że „*dla uznania konkretnego działania za przejaw praktyki monopolistycznej nie jest wcale konieczne, aby owo zachowanie wywołało skutki na rynku. Dla bytu praktyki monopolistycznej wystarczająca jest już możliwość wystąpienia na rynku negatywnych skutków będących przejawem ograniczenia konkurencji*”<sup>21</sup>. Zgodnie z innym wyrokiem Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów „*nie jest konieczne udowodnienie faktycznego stosowania przez przedsiębiorcę praktyki monopolistycznej (...). Z treści art. 1 ust. 2 ustawy wynika bowiem, że jej reżimowi podlegają nie tylko praktyki monopolistyczne ograniczające konkurencję, które wywołały bądź aktualnie wywołują skutki na terenie Polski, ale również praktyki, które choćby tylko hipotetycznie, mogą wywoływać takie skutki.*”<sup>22</sup>

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

Także Europejski Trybunał Sprawiedliwości konsekwentnie podnosił, że nie ma potrzeby brać pod uwagę rzeczywistych skutków porozumienia, jeżeli jego celem jest zapobieżenie, ograniczenie lub zakłócenie konkurencji.<sup>23</sup> Jak orzekł Sąd Pierwszej Instancji, przedsiębiorcy wyrażając wspólny zamiar stosowania danego poziomu cen dla swoich towarów, porzucają swoją niezależną politykę cenową, a przez to naruszają reguły konkurencji.<sup>24</sup>

<sup>20</sup>*Deutsche Philips* OJ [1973] L 293/40, [1973] CMLR D241; *Gerofabriek* OJ [1977] L 16/8, [1977] 1 CMLR D35; *Hennessey/Henkel* OJ [1980] L 383/11, [1981] 1 CMLR 601; *Novalliance/Systemform* OJ [1997] L 47/11, [1997] 4 CMLR 876; *Nathan-Baricolux* OJ [2001] L 54/1, [2001] 4 CMLR 1122; *JCB* OJ [2002] L 69/1, [2002] 4 CMLR 1458.

<sup>21</sup> wyrok Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów z dnia 15 lipca 1998 r., (sygn. akt: XVII Ama 32/98).

<sup>22</sup> Wyrok SOKiK z dnia 7 lipca 2004 r., (sygn. akt XVII Ama 65/03).

<sup>23</sup> Wyrok Europejskiego Trybunału Sprawiedliwości w sprawach połączonych 56 i 58/64 *Consten and Grundig* [1966], ECR 429; zob. też: wyrok ETS w sprawie C-235/92 P *Montecatini* [1999], ECR I-4539, par. 122; wyrok ETS w sprawie C-277/87 *Sandoz Prodotti Farmaceutici v Commission* [1990] ECR I-45; wyrok w sprawie C-219/95 P *Ferriere Nord v Commission* [1997] ECR I-4411, par. 14 i 15.

<sup>24</sup> wyrok Sądu Pierwszej Instancji z dnia 9 lipca 2003r. w sprawie T-224/00 *Archer Daniels (...)* p-ko Komisji (zb. orz. 2003, II-2597).

Podniesione przez strony okoliczności, świadczące o prowadzeniu sprzedaży z naruszeniem dokonanych przez nie uzgodnień dotyczących cen minimalnych, nie uchylają odpowiedzialności stron za zawarcie porozumienia ograniczającego konkurencję. Fakt nie stosowania się stron do treści zawartego porozumienia nie ma wpływu na jego bezprawny charakter.

Konstatując zważyć należy, iż już poprzez samo zawarcie porozumienia, którego obiektywnym celem było ograniczenie konkurencji poprzez zobowiązanie dystrybutorów do stosowania cen nie niższych niż minimalne, strony naruszyły zakaz określony w art. 6 ust. 1 *ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów*.

#### 4.5. stosowanie praktyki oraz jej zaniechanie.

Ustosunkowując się do sformułowanego zarzutu wszystkie strony niniejszej decyzji akcentowały, że zawarte przez nie porozumienie nie było przestrzegane.

MOLL Polska, jako inicjator porozumienia i przedsiębiorca ustalający poziom cen minimalnych odsprzedaży akumulatorów marki MOLL, akcentował okoliczność, że nigdy nie kontrolował przestrzegania postanowień umów o współpracy handlowej oraz nie wyciągał w stosunku do żadnego z partnerów negatywnych konsekwencji z tytułu ich naruszenia. Wszyscy dystrybutorzy podnosili natomiast, że stosowane przez ceny sprzedaży akumulatorów ustalali samodzielnie, uwzględniając sytuację rynkową, w związku z czym stosowane przez nich faktyczne ceny sprzedaży były niższe, niż ceny wynikające z zawartego porozumienia.

W toku postępowania organ antymonopolowy dokonał analizy cen stosowanych w okresie roku 2009 przez uczestników porozumienia, pod kątem ustalenia, czy ich wysokość była ustalana z uwzględnieniem ograniczeń określonych w umowach o współpracy handlowej (ceny minimalne odsprzedaży). Ocenie poddano dane wynikające z pierwotnych dokumentów księgowych (faktur i paragonów) dokumentujących transakcje sprzedaży, wytypowane zarówno przez organ antymonopolowy, jak i wybrane przez przedsiębiorców, na potwierdzenie składanych przez nich wyjaśnień [dowód: k. 417-437]. Zgromadzony materiał [dowód: zestawienie faktur - k. 737-738] pozwala na stwierdzenie, że ustalone w porozumieniu ceny minimalne odsprzedaży nie były przestrzegane przez jego uczestników, oraz że ustalali oni ceny sprzedaży również na niższym poziomie.

W piśmie z dnia 19 maja 2010 r. MOLL Polska, ustosunkowując się do zarzutów zawartych w postanowieniu o wszczęciu postępowania antymonopolowego, poinformował, że wszystkie zawarte przez spółkę umowy o współpracy handlowej zostały rozwiązane, załączając wzór dwustronnego porozumienia [dowód: k. 339], zatytułowanego jako „rozwiązanie umowy o współpracy handlowej”, zawierającego następujące postanowienia:

- *na mocy porozumienia stron, zgodnie z § 7, strony postanawiają rozwiązać umowę bez zachowania jednomiesięcznego okresu wypowiedzenia,*
- *rozwiązanie umowy sporządzono w dwóch jednobrzmiących egzemplarzach, po jednym dla każdej ze stron,*
- *rozwiązanie umowy wchodzi w życie z dniem 13.05.2010 r.*

Na wezwanie organu antymonopolowego zarówno MOLL Polska [dowód: k. 534-539] jak i wszyscy pozostali uczestnicy postępowania [dowód: k. 446, 579, 621, 650, 684, 715] przedłożyli kopie porozumień o rozwiązaniu z dniem 13 maja 2010 r. umów o współpracy handlowej zawartych pomiędzy MOLL Polska z dystrybutorami.

Zgodnie z art. 11 ust. 2, w związku z ust. 1, *ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów*, w przypadku gdy zachowanie przedsiębiorcy przestało naruszać zakaz określony w art. 6 *ustawy*, wydaje się decyzję o uznaniu praktyki za ograniczającą konkurencję i stwierdzającą zaniechanie jej stosowania.

W przedmiotowej sprawie zachodzą zatem przesłanki pozwalające na stwierdzenie, iż przedsiębiorcy, którym postawiono zarzut zawarcia niedozwolonego porozumienia zaniechali udziału w porozumieniu z dniem 13 maja 2010 r.

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

## **5. kara za naruszenie przepisów ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów**

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

Prezes Urzędu wydając decyzję o nałożeniu kary pieniężnej działa zatem w ramach uznania administracyjnego, co oczywiście nie jest równoznaczne z dowolnością. Rozważając kwestię nałożenia kary organ antymonopolowy musi wziąć pod uwagę, czy w danych okolicznościach sprawy konieczne albo celowe jest jej nałożenie, a jeżeli tak, to w jakiej wysokości kara spełni założone funkcje. Przy ustalaniu wysokości kar pieniężnych, o których mowa w art. 106-108 *ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów*, Prezes Urzędu powinien wziąć pod uwagę w szczególności okres, stopień oraz okoliczność uprzedniego naruszenia przepisów ustawy (art. 111 *ww. ustawy*). Wskazuje się ponadto, że w przypadku kar za stosowanie praktyk ograniczających konkurencję przesłankami, które należy brać pod uwagę, są: potencjał ekonomiczny przedsiębiorcy, skutki praktyki dla konkurencji lub kontrahentów, dopuszczalny poziom kary wynikający z przepisów ustawy oraz cele jakie kara ma osiągnąć.

Ustalając wymiar kary pieniężnej organ antymonopolowy w pierwszej kolejności dokonał oceny wagi stwierdzonych w niniejszej decyzji naruszeń. Wskazać przy tym należy, iż pod względem szkodliwości (natury) naruszenia organ antymonopolowy wyróżnia:

- naruszenia bardzo poważne (do których należy zaliczyć przede wszystkim szczególnie szkodliwe horyzontalne ograniczenia konkurencji, jak również przypadki nadużywania pozycji dominującej mające na celu lub prowadzące do eliminacji konkurencji na rynku),
- naruszenia poważne (do których należy zaliczyć przede wszystkim porozumienia horyzontalne niezaliczane do najpoważniejszych naruszeń, porozumienia pionowe wpływające na cenę lub warunki oferowania produktu, przypadki nadużywania pozycji dominującej mające na celu lub prowadzące do istotnego ograniczenia konkurencji lub dotkliwej eksploatacji kontrahentów lub konsumentów),
- naruszenia mniej poważne niż wyżej wymienione (naruszenia pozostałe, do których należą m.in. porozumienia wertykalne niedotyczące ceny lub możliwości odsprzedaży towaru, jak również przypadki nadużywania pozycji dominującej o mniejszej wadze).

W niniejszej sprawie Prezes Urzędu uznał, że porozumienie zawarte przez MOLL Polska i jego dystrybutorów zakwalifikować należy do kategorii naruszeń poważnych bowiem jest to porozumienie pionowe, wpływające na ostateczną cenę towarów, poprzez ustalenie cen minimalnych na sprzedawane przez dystrybutorów produkty. Wyjściowa kwota

kary ustalona została na poziomie 0,21 % przychodu przedsiębiorców uczestniczących w porozumieniu.

Biorąc pod uwagę specyfikę rynku oraz działalności przedsiębiorców na nim organ antymonopolowy ustalając wysokość kar uwzględnił, przede wszystkim fakt nie wprowadzenia porozumienia w życie. Dystrybutorzy, pomimo obowiązywania porozumienia, stosowali własną politykę cenową, natomiast MOLL Polska nie kontrolował swoich dystrybutorów i nie żądał od nich dokumentów wskazujących na przestrzeganie porozumienia w praktyce oraz nie nakładał na dystrybutorów sankcji z tytułu jego nieprzestrzegania. Należy w związku z powyższym ocenić, iż szkoda dla uczestników rynku została zminimalizowana. Prezes Urzędu wziął również pod uwagę fakt, iż krajowy rynek obrotu akumulatorami, tak na szczeblu hurtowym jak i detalicznym, jest rynkiem konkurencyjnym, na którym działają liczni przedsiębiorcy prowadzący obrót akumulatorami różnych marek, stanowiącymi wobec siebie towary sybstitutywne, w związku z czym zagrożenie dla procesów konkurencji na rynku właściwym, spowodowane stwierdzoną praktyką, było umiarkowane. Biorąc łącznie powyższe przesłanki pod uwagę, postanowiono obniżyć wyjściową wysokość kary o 40 %.

W przypadku, gdy długotrwałość stosowania praktyki ograniczającej konkurencję prowadzi do zwielokrotnienia jej negatywnych skutków, w szczególności, gdy wpływa na wysokość korzyści uzyskiwanych przez przedsiębiorcę dopuszczającego się naruszenia lub szkody ponoszone przez innych uczestników rynku, uzasadnionym jest zwiększenie z tego tytułu wyjściowego poziomu kary. Porozumienie, będące przedmiotem niniejszej decyzji, nie zafunkcjonowało w sposób skutkujący istotnym zwiększeniem korzyści dla jego uczestników lub szkód dla innych uczestników rynku, w związku z czym odstąpiono od podwyższenia kwoty bazowej z tego tytułu.

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

### *5.1. MOLL Polska*

Prezes Urzędu uwzględnił jako okoliczność łagodzącą szybką reakcję MOLL Polska i rozwiązanie, za porozumieniem z dystrybutorami, umów o współpracy handlowej, zawierających postanowienia ograniczające konkurencję, niezwłocznie po przedstawieniu uczestnikom niniejszego postępowania zarzutów antymonopolowych. Zgodnie z ustalonym orzecznictwem antymonopolowym, na wysokość zasądzonej kary pieniężnej ma wpływ okoliczność zaniechania przez przedsiębiorcę zarzucanej mu praktyki ograniczającej konkurencję.<sup>25</sup>

Okolicznością istotnie obciążającą MOLL Polska stanowi natomiast fakt, że przedsiębiorca ten był niewątpliwie inicjatorem porozumienia. Przygotował on bowiem treść umów o współpracy, które zostały zawarte z dystrybutorami, w których wprowadził postanowienia mające na celu ograniczenie konkurencji cenowej, zarówno pomiędzy przedsiębiorcą wprowadzającym do obrotu na terenie kraju akumulatory marki MOLL i dystrybutorami dokonującymi ich dalszej odsprzedaży, jak i pomiędzy samymi dystrybutorami.

Oceniając łącznie okoliczności obciążające i łagodzące uznano za uzasadnione w odniesieniu do tego przedsiębiorcy podwyższenie poziomu kary ustalonego na poprzednim etapie o 10 %.

---

<sup>25</sup> wyrok Sądu Antymonopolowego z dnia 16 listopada 1994 r. (sygn. akt XVII Amr 31/94).

Mając na uwadze wszystkie wyżej wymienione czynniki dotyczące wagi naruszenia, specyfiki rynku, długotrwałości naruszenia oraz okoliczności łagodzące i obciążające, Prezes Urzędu postanowił nałożyć na przedsiębiorcę karę w wysokości **4 506,28 zł**, co stanowi 0,14 % przychodu przedsiębiorcy. Kara w tej wysokości stanowi 1,4 % maksymalnej, dopuszczalnej *ustawą*, kary.

## 5.2. *dystrybutorzy*

Prezes Urzędu uznał, iż w związku z naruszeniem *ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów* zasadne jest nałożenie kary pieniężnej również na pozostałych uczestników porozumienia - dystrybutorów.

### *YAK sp. z o.o. z siedzibą we Wrocławiu*

Organ antymonopolowy podejmując decyzję o nałożeniu kary pieniężnej na wyżej wymienionego przedsiębiorcę wziął pod uwagę fakt, iż uczestniczył on w porozumieniu ograniczającym konkurencję mającym na celu ustalanie minimalnych cen odsprzedaży akumulatorów marki MOLL, czyli porozumieniu cenowym, które jest uznawane za jedno z najpoważniejszych naruszeń prawa konkurencji.

Ustalając wysokość kar dla przedsiębiorcy Prezes Urzędu wziął pod uwagę, że jego rola w stwierdzonym naruszeniu była bierna - była wynikiem przyjęcia warunków współpracy handlowej określonych przez MOLL Polska. Jako drugą, istotną okoliczność łagodzącą uznano zaniechanie praktyki na wczesnym etapie postępowania antymonopolowego. Łącznie z tytułu tych przesłanek, wysokość kwoty kary, ustaloną na poprzednim etapie kalkulacji, obniżono w odniesieniu do tego przedsiębiorcy, o dalsze 40 %.

Mając na uwadze wszystkie wyżej wymienione czynniki dotyczące wagi naruszenia, specyfiki rynku oraz okoliczności łagodzące i obciążające, Prezes Urzędu postanowił nałożyć na przedsiębiorcę karę pieniężną w wysokości **5 126,28 zł**, co stanowi 0,08 % przychodu przedsiębiorcy. Kara w tej wysokości stanowi 0,8 % maksymalnej, dopuszczalnej *ustawą*, kary.

### *„Motores”, Danuta Rzeszutek*

Organ antymonopolowy podejmując decyzję o nałożeniu kary pieniężnej na wyżej wymienionego przedsiębiorcę wziął pod uwagę fakt, iż uczestniczył on w porozumieniu ograniczającym konkurencję mającym na celu ustalanie minimalnych cen odsprzedaży akumulatorów marki MOLL, czyli porozumieniu cenowym, które jest uznawane za jedno z najpoważniejszych naruszeń prawa konkurencji.

Ustalając wysokość kar dla przedsiębiorcy Prezes Urzędu wziął pod uwagę, że jego rola w stwierdzonym naruszeniu była bierna - była wynikiem przyjęcia warunków współpracy handlowej określonych przez MOLL Polska. Jako drugą, istotną okoliczność łagodzącą uznano zaniechanie praktyki na wczesnym etapie postępowania antymonopolowego. Łącznie z tytułu tych przesłanek, wysokość kwoty kary, ustaloną na poprzednim etapie kalkulacji, obniżono w odniesieniu do tego przedsiębiorcy, o dalsze 40 %.

Mając na uwadze wszystkie wyżej wymienione czynniki dotyczące wagi naruszenia, specyfiki rynku, długotrwałości naruszenia oraz okoliczności łagodzące i obciążające, Prezes Urzędu postanowił nałożyć na przedsiębiorcę karę pieniężną w wysokości **9 540,11 zł**, co stanowi 0,08 % przychodu przedsiębiorcy. Kara w tej wysokości stanowi 0,8 % maksymalnej, dopuszczalnej *ustawą*, kary.



*Autocraft sp. z o.o. z siedzibą w Myszkowie*

Organ antymonopolowy podejmując decyzję o nałożeniu kary pieniężnej na wyżej wymienionego przedsiębiorcę wziął pod uwagę fakt, iż uczestniczył on w porozumieniu ograniczającym konkurencję mającym na celu ustalanie minimalnych cen odsprzedaży akumulatorów marki MOLL, czyli porozumieniu cenowym, które jest uznawane za jedno z najpoważniejszych naruszeń prawa konkurencji.

Ustalając wysokość kar dla przedsiębiorcy Prezes Urzędu wziął pod uwagę, że jego rola w stwierdzonym naruszeniu była bierna - była wynikiem przyjęcia warunków współpracy handlowej określonych przez MOLL Polska. Jako drugą, istotną okoliczność łagodzącą uznano zaniechanie praktyki na wczesnym etapie postępowania antymonopolowego. Łącznie z tytułu tych przesłanek, wysokość kwoty kary, ustaloną na poprzednim etapie kalkulacji, obniżono w odniesieniu do tego przedsiębiorcy, o dalsze 40 %.

Mając na uwadze wszystkie wyżej wymienione czynniki dotyczące wagi naruszenia, specyfiki rynku, długotrwałości naruszenia oraz okoliczności łagodzące i obciążające, Prezes Urzędu postanowił nałożyć na przedsiębiorcę karę pieniężną w wysokości **1 556,74 zł**, co stanowi 0,08 % przychodu przedsiębiorcy. Kara w tej wysokości stanowi 0,8 % maksymalnej, dopuszczalnej *ustawą*, kary.

*„volmar.pl”, Leszek Bachorz*

Organ antymonopolowy podejmując decyzję o nałożeniu kary pieniężnej na wyżej wymienionego przedsiębiorcę wziął pod uwagę fakt, iż uczestniczył on w porozumieniu ograniczającym konkurencję mającym na celu ustalanie minimalnych cen odsprzedaży akumulatorów marki MOLL, czyli porozumieniu cenowym, które jest uznawane za jedno z najpoważniejszych naruszeń prawa konkurencji.

Ustalając wysokość kar dla przedsiębiorcy Prezes Urzędu wziął pod uwagę, że jego rola w stwierdzonym naruszeniu była bierna - była wynikiem przyjęcia warunków współpracy handlowej określonych przez MOLL Polska. Jako drugą, istotną okoliczność łagodzącą uznano zaniechanie praktyki na wczesnym etapie postępowania antymonopolowego. Łącznie z tytułu tych przesłanek, wysokość kwoty kary, ustaloną na poprzednim etapie kalkulacji, obniżono w odniesieniu do tego przedsiębiorcy, o dalsze 40 %.

Mając na uwadze wszystkie wyżej wymienione czynniki dotyczące wagi naruszenia, specyfiki rynku, długotrwałości naruszenia oraz okoliczności łagodzące i obciążające, Prezes Urzędu postanowił nałożyć na przedsiębiorcę karę pieniężną w wysokości **5 754,58 zł**, co stanowi 0,08 % przychodu przedsiębiorcy. Kara w tej wysokości stanowi 0,8 % maksymalnej, dopuszczalnej *ustawą*, kary.

Natomiast, pomimo, iż w pkt I sentencji Prezes Urzędu stwierdził zawarcie porozumienia ograniczającego konkurencję pomiędzy MOLL Polska oraz jej dystrybutorami, w przypadku przedsiębiorców: Zbigniewa Dawidziaka, prowadzącego działalność gospodarczą pod nazwą „Auto-Baterie” w Szczecinie, oraz Juliusza Wielocha, prowadzącego działalność gospodarczą pod nazwą „P.P.H. Akuma Serwis” w Poznaniu, postanowiono odstąpić od nałożenia kary pieniężnej. Powodem odstąpienia od nałożenia kary pieniężnej jest niewielki, w porównaniu do pozostałych stron postępowania, przychód ww. przedsiębiorców, który osiągnęli oni w 2009 r. Ustalenie wysokości kary jaka mogłaby być nałożona na tych przedsiębiorców w taki sam sposób jak względem pozostałych dystrybutorów skutkowałoby tym, iż kara pieniężna byłaby określona w niewielkiej wysokości i nie spełniłaby celu represyjnego za naruszenie przepisów ustawy. Natomiast nałożenie na tych przedsiębiorców

kary w wyższej wysokości pozostawałoby w dysproporcji do stopnia naruszenia przepisów ustawy, w skutek czego kary te nie byłyby adekwatne do kar nałożonych na pozostałych dystrybutorów. W związku z powyższym Prezes Urzędu postanowił odstąpić od nałożenia kary pieniężnej na tych dwóch dystrybutorów. Sam fakt wszczęcia i przeprowadzenia postępowania antymonopolowego winien odnieść w stosunku do nich pożądany skutek oraz zapobiec naruszeniu przepisów ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów w przyszłości.

Mając na uwadze cele nałożonych kar pieniężnych, które powinny spełniać zarówno funkcję prewencyjną (zapobiegać naruszeniom prawa ochrony konkurencji przez uczestników porozumienia w ramach prewencji indywidualnej, jak i naruszeniom dokonywanym przez innych przedsiębiorców w ramach prewencji ogólnej) oraz represyjną, przejawiającą się w dolegliwości wymierzonej za fakt naruszenia przepisów ustawy, Prezes Urzędu mając na uwadze ograniczone skutki porozumienia oraz okoliczności związane z charakterystyką rynku uznał, iż kara powinna mieć przede wszystkim wymiar prewencyjny i edukacyjny.

Mając powyższe na uwadze orzeczono, jak w pkt II. sentencji.

## **6. koszty postępowania**

Zgodnie z art. 80 *ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów* organ antymonopolowy rozstrzyga o kosztach, w drodze postanowienia, które może być zamieszczone w decyzji kończącej postępowanie. Natomiast, stosownie do art. 77 ust. 1 *ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów*, jeżeli w wyniku postępowania organ antymonopolowy stwierdził naruszenie przepisów *ustawy*, przedsiębiorca, który dopuścił się tego naruszenia, jest obowiązany ponieść koszty postępowania.

Postępowanie w sprawie zawarcia porozumienia ograniczającego konkurencję zostało wszczęte z urzędu, a w jego wyniku organ antymonopolowy - w punkcie I. sentencji decyzji - stwierdził naruszenie przepisów ustawy antymonopolowej.

Kosztami niniejszego postępowania są wydatki związane z korespondencją prowadzonej przez organ antymonopolowy w toku przeprowadzonego postępowania antymonopolowego oraz postępowania wyjaśniającego mające na celu ustalenie zasad i warunków, stosowanych przez MOLL Polska dystrybucji akumulatorów rozruchowych.

Mając powyższe na uwadze, organ antymonopolowy orzekł, jak w pkt III. sentencji.

Zgodnie z art. 112 ust. 3 *ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów*, określoną w punkcie II. decyzji karę pieniężną należy uiścić, w terminie 14 dni od dnia uprawomocnienia się niniejszej decyzji, na konto Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów:

**NBP o/o Warszawa Nr 51101010100078782231000000**

Koszty postępowania, określone w punkcie III. decyzji, należy uiścić w tym samym terminie i na to samo konto Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów.

Stosownie do treści art. 81 ust. 1 *ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów* związku z art. 479<sup>28</sup> § 2 k.p.c. - od niniejszej decyzji przysługuje odwołanie do Sądu Okręgowego w Warszawie - Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów, w terminie dwóch tygodni od dnia jej doręczenia, za pośrednictwem Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów - Delegatury Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów w Krakowie, pl. Szczepański 5, 31-011 Kraków. W przypadku zakwestionowania wyłącznie postanowienia o kosztach postępowania, zawartego w punkcie III. decyzji - stosownie do treści art. 81 ust. 5 *ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów*, w związku z 479<sup>32</sup> § 1 i 2 k.p.c. stronie przysługuje zażalenie do Sądu Okręgowego w Warszawie – Sądu Ochrony Konkurencji i

Konsumentów, w terminie tygodniowym od dnia doręczenia tej decyzji, za pośrednictwem Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów - Delegatury Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów w Krakowie.

z upoważnienia Prezesa  
Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów

otrzymują:

1. MOLL Polska sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie  
ul. Dembowskiego 8, 02-784 Warszawa
2. YAK sp. z o.o. z siedzibą we Wrocławiu,  
ul. Warsztatowa 9, 53-014 Wrocław
3. „Motores” Danuta Rzeszutek  
ul. Podkarpacka 55, 35-082 Rzeszów
4. Autocraft sp. z o.o. z siedzibą w Myszkowie,  
ul. 8-go marca 12, 42-300 Myszków
5. „Auto-Baterie” Zbigniew Dawidziak  
ul. Trentowskiego 23b, 71-303 Szczecin
6. „P.P.H. Akuma-Serwis” Juliusz Wieloch,  
ul. Pstrowskiego 106, 61-357 Poznań
7. „yolmar.pl” Leszek Bachorz  
ul. Malinowa 2, 62-300 Września
8. RKR a/a