PRAWIE 2,5 MLN ZŁ KARY DLA SPÓŁKI MERIDA POLSKA

* **Spółka Merida przez 6 lat zabraniała swoim dystrybutorom sprzedaży rowerów przez internet.**
* **Spowodowało to podział rynku i ograniczenie konsumentom możliwości wyboru jedynie do najbliższych sklepów stacjonarnych.**
* **Prezes UOKiK Tomasz Chróstny nałożył na spółkę karę w wysokości prawie 2,5 mln zł.**

**[Warszawa, 20 marca 2023 r.]** Merida Polska jest wyłącznym dystrybutorem rowerów marki Merida na terenie naszego kraju. Sprzedaż odbywa się za pośrednictwem rozbudowanej sieci dystrybutorów, prowadzących sklepy stacjonarne i/lub internetowe. UOKiK ustalił, że w latach 2014 – 2020 spółka zakazywała swoim dystrybutorom sprzedaży przez internet. Sklep, który oferował rowery stacjonarnie, mógł na swojej stronie internetowej jedynie prezentować produkty Merida i umożliwić zdalne składanie zamówień. Wprowadzone przez Meridę zasady nie zezwalały na finalizację transakcji on-line i wysyłkę towarów do klientów. Po odbiór wybranego roweru nabywca musiał udać się do sklepu stacjonarnego. Ponadto Merida zakazywała dystrybutorom prowadzenia sprzedaży rowerów za pośrednictwem portali aukcyjnych. Tym samym ustalenia dokonane pomiędzy Meridą a dystrybutorami dążyły praktycznie do całkowitego zakazu sprzedaży rowerów tej marki przez Internet.

**-** *Narzucone przez spółkę Merida Polska zasady sprzedaży rowerów powodowały ograniczenie konkurencji wśród dystrybutorów i prowadziły do podziału rynku między dealerami. Dla konsumenta oznaczało to brak możliwości skorzystania z atrakcyjniejszej oferty przez internet, co mogło skutkować wyższymi cenami oferowanych produktów. Zainicjowane i organizowane przez spółkę Merida Polska porozumienie ograniczające konkurencję stanowiło poważne naruszenie polskich i unijnych reguł konkurencji* **–** mówi Prezes UOKiK Tomasz Chróstny.

W opracowanych przez Meridę Polska zasadach określających reguły współpracy z dealerami, zawarty był zakaz prowadzenia sprzedaży wysyłkowej za pośrednictwem własnych stron internetowych oraz zewnętrznych platform sprzedażowych, a jego złamanie mogło skutkować zerwaniem umowy. **Ograniczenie sprzedaży przez internet prowadziło do faktycznego, terytorialnego podziału rynku.** Internet nie wprowadza żadnych ograniczeń geograficznych. Niezależnie od miejsca zamieszkania konsumenta, wielu dystrybutorów powinno mieć możliwość o niego konkurować za pośrednictwem e-commerce. Jednak klient wiedząc, że musi odebrać rower w sklepie stacjonarnym, mógł nie brać pod uwagę oferty dystrybutorów, do których musiałby pokonać dużą odległość, co znacznie ograniczyło konkurencję pomiędzy dealerami. Efektem było niezgodne z regułami konkurencji wzmocnienie podziału rynku i „przywiązanie” klienta do sklepu stacjonarnego.

Za praktyki ograniczające konkurencję na krajowym rynku sprzedaży rowerów, Prezes UOKiK ukarał spółkę Merida Polska kwotą 2 445 329 zł. Decyzja nie jest prawomocna, przysługuje od niej odwołanie do Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów.

Jeżeli wiesz o niedozwolonym porozumieniu w swojej byłej lub obecnej firmie, zawiadom UOKiK. Urząd prowadzi program pozyskiwania informacji od anonimowych sygnalistów. Wejdź na [konkurencja.uokik.gov.pl](https://konkurencja.uokik.gov.pl/) i skorzystaj z prostego formularza. Zastosowany europejski system gwarantuje całkowitą anonimowość, także wobec Urzędu.

Przedsiębiorców i menadżerów zainteresowanych programem łagodzenia kar zapraszamy do kontaktu z Urzędem. Pod numerem telefonu: 22 55 60 555 prawnicy UOKiK odpowiadają na wszystkie pytania dotyczące wniosków leniency, również anonimowe.