



PREZES
URZĘDU OCHRONY
KONKURENCJI I KONSUMENTÓW
TOMASZ CHRÓSTNY

Łódź, dnia 4 marca 2021 r.

RŁO.410.3.2019.AK

DECYZJA Nr RŁO - 1/2021

- I. Na podstawie art. 10 ust. 1 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. z 2021 r., poz. 275), po przeprowadzeniu postępowania antymonopolowego, Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów **uznaje za praktykę ograniczającą konkurencję** i naruszającą zakaz, o którym mowa w art. 6 ust. 1 pkt 1 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów, zawarcie przez Spokey spółkę z ograniczoną odpowiedzialnością z siedzibą w Katowicach z krajowymi dystrybutorami sprzętu sportowego porozumienia ograniczającego konkurencję na krajowym rynku detalicznej sprzedaży sprzętu sportowego, polegającego na uzgodnieniu minimalnych cen odsprzedaży tego sprzętu.
- II. Na podstawie art. 106 ust. 1 pkt 1 ustawy w zw. z art. 113c ust. 1 i ust. 2 pkt 1 oraz w zw. z art. 89a ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. z 2021 r., poz. 275), po przeprowadzeniu postępowania antymonopolowego Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów z tytułu naruszenia zakazu, o którym mowa w art. 6 ust. 1 pkt 1 ww. ustawy, w zakresie określonym w pkt I sentencji niniejszej decyzji, nakłada się na Spokey spółkę z ograniczoną odpowiedzialnością z siedzibą w Katowicach karę pieniężną w wysokości 568.679,00 (słownie: pięćset sześćdziesiąt osiem tysięcy sześćset siedemdziesiąt dziewięć zł).
- III. Na podstawie art. 77 ust. 1 i art. 80 z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. z 2021 r. poz. 275) oraz art. 263 § 1 i 2 i art. 264 § 1 ustawy z dnia 14 czerwca 1960 r. Kodeks postępowania administracyjnego (Dz. U. z 2020 r., poz. 256, 685 i 1298 i z 2021 r. poz. 54 i 187) w zw. z art. 83 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, **Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów** postanawia obciążyć Spokey spółkę z ograniczoną odpowiedzialnością z siedzibą w Katowicach kosztami postępowania w sprawie zawarcia porozumienia ograniczającego konkurencję opisanego w pkt I sentencji niniejszej decyzji, w kwocie 51,00 zł (słownie: pięćdziesiąt jeden zł) oraz zobowiązać **do ich zwrotu**

Prezesowi Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów w terminie 14 dni od dnia uprawomocnienia się niniejszej decyzji.

Uzasadnienie

Przebieg i przyczyny wszczęcia postępowania antymonopolowego

- (1) Postępowanie antymonopolowe w ww. sprawie, zostało wszczęte przez Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów (dalej jako: „Prezes Urzędu” lub „Prezes UOKiK”) w następstwie postępowania wyjaśniającego (sygn. RLO-400-03/18/MM), mającego na celu wyjaśnienie, czy organizacja, w tym zasady i warunki sprzedaży - dystrybucji towarów oferowanych na rynku przez Spokey spółka z o.o. oraz podmioty współpracujące z ww. Spółką, mogą naruszać przepisy ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów uzasadniające wszczęcie postępowania antymonopolowego, w tym czy sprawa ma charakter antymonopolowy (obecnie Dz.U. z 2021 r. poz. 275), dalej jako: „uokik” lub „ustawa o ochronie konkurencji i konsumentów”.
- (2) W toku ww. postępowania wyjaśniającego, podczas którego zostało przeprowadzone przeszukanie w Spokey sp. z o.o. z siedzibą w Katowicach (dalej również jako: „Spokey” lub „Spółka”)¹, Prezes Urzędu pozyskał w szczególności umowy dotyczące dystrybucji sprzętu sportowego w tym produktów marki Spokey zawarte przez Spółkę z dystrybutorami detalicznymi, obowiązujące dystrybutorów warunki handlowe wraz z cennikami oraz korespondencję elektroniczną pomiędzy Spółką a jej dystrybutorami.
- (3) Analiza ww. informacji i dokumentów dała podstawę do wniosku, że Spokey działając jako dystrybutor hurtowy sprzętu sportowego mógł zawrzeć ze swoimi kontrahentami - dystrybutorami tego sprzętu, porozumienie polegające na ustalaniu detalicznych cen odsprzedaży sprzętu sportowego w szczególności marki Spokey stosowanych zarówno przez Spółkę jak i jej dystrybutorów.
- (4) W trakcie postępowania wyjaśniającego Spółka zgłosiła wolę współpracy z Prezesem UOKiK w ramach programu łagodzenia kar. W ramach tej procedury Spokey potwierdziła udział i swoją rolę jako organizatora porozumienia wertykalnego oraz załączyła dowody dotyczące okresu trwania porozumienia.
- (5) Postanowieniem z dnia 6 grudnia 2019 r. (dowód: karty nr 1-4) Prezes Urzędu wszczął postępowanie antymonopolowe wobec Spokey spółki z ograniczoną odpowiedzialnością z siedzibą w Katowicach w sprawie zawarcia przez Spokey z krajowymi dystrybutorami sprzętu sportowego porozumienia ograniczającego konkurencję polegającego na uzgodnieniu minimalnych cen odsprzedaży tego sprzętu, co może stanowić naruszenie art. 6 ust. 1 pkt 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.
- (6) W trakcie postępowania antymonopolowego Spółka wystąpiła z wnioskiem o wszczęcie procedury dobrowolnego poddana się karze uznając dowody uzyskane przez Prezesa UOKiK podczas przeszukania za przekazane przez Spółkę.

¹ Zgoda na przeszukanie w siedzibie tego przedsiębiorcy została wydana postanowieniem SOKiK z dnia 4 maja 2018 roku, sygn. akt: XVII Amo 20/2018.

- (7) W toku procedury dobrowolnego poddania się karze Prezes UOKiK poinformował Spokey o wstępnych ustaleniach postępowania antymonopolowego oraz o przewidywanej treści decyzji, w tym o wysokości kary pieniężnej oraz zastała pouczona o skutkach wniesienia odwołania (dowód: karty nr 826-835).
- (8) Spółka zgłosiła zastrzeżenia do wysokości kary pieniężnej wyliczonej przez Prezesa UOKiK (dowód: karty nr 836-837), które częściowo zostały uwzględnione przez Prezesa UOKiK i przekazane Spółce (dowód: karty nr 838- 840).
- (9) W swoim ostatecznym stanowisku Spółka oświadczyła, że odstępuje od procedury dobrowolnego poddania się karze. Brak akceptacji kary Spółka uzasadniła tym, „że wyjściowy wymiar kary wyliczony przez Prezesa Urzędu jest nieproporcjonalny do naruszenia, a przede wszystkim - że wymiar ten nie uwzględnia należycie skutków praktyki na terytorium RP” (dowód: karta nr 841).
- (10) Obrót (przychody netto ze sprzedaży i zrównane z nimi) Spółki osiągnięty przez Spokey w ostatnim roku stosowania praktyki, tj. 2018 r. wyniósł (tajemnica przedsiębiorcy) zł (dowód: karta nr 825). Natomiast wysokość obrotów za 2021 r. Spółka wyszacowała na około (tajemnica przedsiębiorcy) (dowód: karta nr 844).

Ustalenia

Strona postępowania i jej działalność

- (11) Stroną postępowania jest Spokey Sp. z o.o. z siedzibą w Katowicach (dalej: „Spokey” lub „Spółka”). Jest to spółka prawa handlowego wpisana do Rejestru Przedsiębiorców Krajowego Rejestru Sądowego prowadzonego przez Sąd Rejonowy Katowice - Wschód w Katowicach, VIII Wydział Gospodarczy Krajowego Rejestru Sądowego, pod numerem KRS: 0000142316 (dowód: karty nr 59-66).
- (12) W ramach swojej działalności Spółka oferuje odbiorcom produkty należące do kategorii sprzętu i akcesoriów sportowych, które zgodnie z ich przeznaczeniem można podzielić na: produkty rakietowe, produkty do sportów wodnych, produkty do sportów drużynowych, produkty do fitnessu, produkty do skatingu, produkty do sportów walki, oraz produkty do sportów zimowych. Ponadto Spokey zajmuje się sprzedażą produktów biurowych i plastycznych pod marką „Easy”. W swoim asortymencie sportowym Spółka posiada rolki, hulajnogi oraz inne akcesoria sportowe. Z ustaleń Prezesa UOKiK wynika, że Spółka jest właścicielem znaku towarowego „Spokey”, którym firmuje sprzedawany sprzęt sportowy. Ponadto Spółka prowadzi dystrybucję innych marek, np.: Adidas”, „Asics”, „Fila”, „Puma”, „Nike”. Spółka działa zarówno na rynku hurtowej sprzedaży sprzętu sportowego i na rynku detalicznej sprzedaży sprzętu sportowego. Sprzedaż internetową Spółka prowadzi poprzez własny sklep internetowy - Republika Sportu.
- Pismo Spółki z dnia 10 października 2018 r. (dowód: karty nr 699-703).
 - Pismo Spółki z dnia 23 maja 2018 r. (dowód: karty nr 551,552).
 - Pismo Spółki z dnia 28 sierpnia 2019 r. (dowód: karty nr 735-736).
- (13) Konkurentami Spółki sprzedającymi sprzęt sportowy są między innymi:

- na poziomie dystrybucji produktów sportowych: Larix sp. j., Pyc - Sport w Łodzi, Marba Sport sp. z o.o., Sportvida sp. z o.o. Meteor z Lublina, Tempish Polska sp. z o.o., Herz z Bielska-Biała, Kettler z Wielunia.
- na poziomie sprzedaży detalicznej : Decathlon sp. z o.o., GO Sport Polska sp. z o.o., Intersport Polska S.A., Martes Sport sp. z o.o.

Dowód:

- Pismo Spółki z dnia 28 sierpnia 2019 r. (dowód: karty nr 735, 735 odwrót i 736).

Dystrybutorzy

- (14) Dystrybutorami a zarazem odbiorcami towarów oferowanych przez Spółkę, w tym produktów Spokey są przedsiębiorcy prowadzący działalność gospodarczą w różnych formach. Są wśród nich przedsiębiorcy prowadzący działalność w formie spółki cywilnej np.: F. A. s.c., spółki prawa handlowego np.: S. S.A., M. S. sp. z o.o., czy jako indywidualna działalność gospodarcza np.: J.S. prowadzący działalność gospodarczą pod firmą M. J. S. lub G.L. prowadzący działalność gospodarczą pod firmą E. G.L. (dowód: karty nr 588, 705-707).
- (15) Są to niezależni dystrybutorzy działający na terenie całego kraju prowadzący sklepy z produktami sportowymi, zarówno stacjonarne, mieszane (stacjonarno-internetowe) i internetowe, w tym sprzedający ww. produkty na portalu internetowym Allegro.pl. Dystrybutorzy sprzedają produkty oferowane przez Spokey w tym produkty marki Spokey bezpośrednio do odbiorców końcowych lub do pośredników zajmujących się dalszą odsprzedażą. Do prowadzenia sprzedaży hurtowej artykułów sportowych Spółka wykorzystuje utworzoną przez siebie platformę „Spokey Integrated System”, tak zwana platforma B2B. Do tej platformy dystrybutorzy mają dostęp po założeniu przez Spółkę indywidualnego konta i otrzymaniu loginu i hasła. Poza zakupem produktów marki Spokey mogą oni dokonywać zakupów innych marek oferowanych przez Spokey jak: „Adidas”, „Asics”, „Fila”, „Puma”, „Nike”. Indywidualne konto pozwala dystrybutorom na dostęp do faktur oraz historii zamówień złożonych przez nich. Mają oni również możliwość wygenerowania cennika produktów, czy dokumentów określających współpracę ze Spółką. W zakresie sprzedaży sprzętu sportowego w ocenianym okresie Spokey współpracowała łącznie z 134 dystrybutorami, których wymieniła w załączniku nr 1 do pisma Spółki z dnia 10 października 2018 r. Ich ilość w latach 2010-2018 ulegała ciągłym zmianom.

Dowód:

- Załącznik nr 1 do pisma Spółki z dnia 10 października 2018 r. zawierający wykaz dystrybutorów (dowód: karty nr 705 - 707).
- Pismo Spółki z dnia 23 maja 2018 r. (dowód: karta nr 551).

Podstawy współpracy w tym narzędzia motywacyjne do zwiększenia sprzedaży

- (16) Współpracę handlową pomiędzy Spokey a odbiorcami hurtowymi towarów oferowanych przez Spółkę regulowały w badanym okresie przede wszystkim umowy

handlowe noszące nazwy: „Umowa Generalna o Współpracy Handlowej Nr ...”, „Umowa Generalna o Współpracy”, „Umowa o współpracy” „Umowa Ramowa Sprzedaży”, które uzupełniane były porozumieniami do „Umowy Ramowej”, „Promocyjna Umowa Współpracy”, „Umowa o Rabat Potransakcyjny”. Regulowały one okres trwania umowy, zasady sprzedaży, warunki płatności, ewentualne kary umowne, termin rękojmi, przyczyny i terminy wypowiedzenia.

- (17) W celu zwiększenia i zaktywizowania sprzedaży Spokey na podstawie zawartych umów mogła udzielić kupującemu ceny specjalnej na oferowane produkty. Dodatkowo „Umowy o Rabat Potransakcyjny” dawały Spółce możliwość udzielenia dystrybutorom rabatu potransakcyjnego rocznego. Rabat ten przysługiwał dystrybutorom jednorazowo na koniec roku kalendarzowego po przekroczeniu wskazanej w załączniku do umowy rocznej kwoty zakupów netto i wynosił od 3% do 7% kwoty zakupów netto. Ponadto w zakresie działalności marketingowej dystrybutorom oferowano karty paliwowe, bony SODEXO oraz karty podarunkowe Media Markt.

Dowód:

- Zawiadomienie o podejrzeniu popełnienia przestępstwa z dnia 21 lutego 2019 r. (dowód: karty nr 757-767).
- Protokół przeszukania przeprowadzonego w sprawie o sygn. akt RŁO-400-03/18 MM (dowód: karty nr 188-369).

Polityka cenowa

- (18) Przy sprzedaży dystrybutorom oferowanych produktów Spółka posługiwała się cennikiem, w którym ceny sprzedaży produktów prezentowane były jako ceny detaliczne, nazywane również sugerowanymi. Ceny produktów oferowanych przez Spokey, w tym własnej marki, były ustalane przez dyrektora handlowego po wewnętrznym ich uzgodnieniu z pracownikami Spółki. Należy zaznaczyć, że ceny na dany produkt były również sugerowane Spółce przez jej dystrybutorów. Następnie cenniki te były komunikowane przez przedstawicieli handlowych dystrybutorom ustnie podczas wizyt u nich lub przesyłane w formie cenników. Dodatkowo przygotowana oferta handlową z cenami detalicznymi przekazywano dystrybutorom w formie katalogów za pośrednictwem panelu strony internetowej B2B.
- (19) W niektórych przypadkach wyznacznikiem do ustalania ceny odsprzedaży były ceny stosowane w sklepie internetowym Spokey - Republika Sportu.

Dowód:

- Oświadczenie Dyrektora Handlowego z dnia 9 sierpnia 2018 r. wraz z załącznikiem nr 1 zawierającym przykłady cenników (dowód: karty nr 638-644),
- Załączniki Protokołu przeszukania przeprowadzonego w sprawie o sygn. akt RŁO-400-03/18/MM od nr 90 do nr. 107 (dowód: karty nr 6 i następne),
- Załączniki do pisma Spokey z dnia 30 maja 2018 r. (dowód: karty nr 588-632).
- Pismo Spółki z dnia 21 lutego 2019 r. „Zawiadomienie o podejrzeniu popełnienia przestępstwa” strona 2 odwrót i strona 3 - „Następnie za egzekwowanie ustalonych

cen względem dystrybutorów odpowiedzialni byli przedstawiciele handlowi i pracownicy terenowi Spokey” (dowód: karta nr 759).

- e-mail z dnia 01. Marca 2018 17:17 od m@.....pl do m.d.@spokey.pl tytuł: *bez tytułu o treści: Witam serdecznie, W związku z podwyżką cen produktów uprzejmie prosimy o zmianę/podwyżkę cen detalicznych na produkty sprzedawane na Allegro m.in. mata FLEXMAT, tarcza NARVI. O podwyżkę sugerowanej ceny maty wnioskowaliśmy już w zeszłym roku. Wtedy otrzymaliśmy informację, że cena 46,50 zostanie nie zmieniona do czasu wyprzedaży starych modeli. W tej chwili na rynku sprzedawane są już tylko aktualne wzory z bardzo niską ceną, zaniżoną nawet ceną* Pozdrawiam K.L.S.M.....(płyta CD załącznik do protokołu przeszukania karta nr 23).

Wpływ Spokey na politykę cenową dystrybutorów

- (20) Prezes UOKiK ustalił, że w latach 2010-2018 Spokey prowadziła politykę cenową, której celem było utrzymanie cen detalicznych na oferowane przez siebie towary sportowe marki Spokey. Poziom tych cen wyznaczały ceny minimalne (nazywane sugerowanymi w pierwszym okresie trwania porozumienia) odsprzedaży sprzętu sportowego marki Spokey oferowanego w sklepach internetowych oraz na aukcjach internetowych, w tym na Allegro.pl.
- (21) Polityka cenowa Spokey w zasadzie dotyczyła wszystkich dystrybutorów sprzedających sprzęt sportowy, którzy nawiązali relacje handlowe ze Spółką, oraz korzystali ze stosownych przez Spółkę form aktywizacji sprzedaży.
- (22) Wdrażanie i egzekwowanie ustalonej polityki cenowej Spokey, które miało miejsce od stycznia 2010 r., Spółka realizowała poprzez:
 - monitorowanie przez Spokey cen dystrybutorów na produkty oferowane przez nich w Internecie,
 - wzajemnie monitorowanie cen przez dystrybutorów, którzy w następstwie stwierdzonych odstępstw od ustalonych cen informowali o tym Spółkę,
 - kontaktowanie się z dystrybutorem, który stosował ceny poniżej przyjętego poziomu, i przekonywanie go (czy to poprzez perswazję czy też wstrzymując dalsze dostawy) do podniesienia ceny do przyjętego poziomu minimalnego,
 - kontrolowanie efektów ww. interwencji.
- (23) Za egzekwowanie ustalonych cen względem dystrybutorów odpowiedzialni byli przedstawiciele handlowi i pracownicy terenowi Spokey. To na przedstawicielach i pracownikach handlowych Spółki spoczywał obowiązek upominania i doprowadzania (z reguły na zasadzie perswazji, ale również groźby wstrzymania dostaw) ofert dystrybutorów sprzedających towary poniżej cen minimalnych do nie sprzedawania ich poniżej tych cen.

Dowód:

- Pismo Spółki z dnia 21 lutego 2019 r. „Zawiadomienie o podejrzeniu popełnienia przestępstwa” strona 2 odwrot - „Od 2010 r. R.F. i S.P. koordynowali w imieniu Spółki

porozumienie ograniczające konkurencję, w rozumieniu art. 6 ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów” i „Od 2010 r. przedstawiciele Spółki zaczęli intensywnie monitorować ceny stosowane przez dystrybutorów prowadzących sprzedaż internetową oraz wywierać na nich presję, aby stosowali ceny ustalone przez Spółkę, określane też jako „ceny sugerowane”. Wówczas rozpoczął się proces egzekwowania i interweniowania u dystrybutorów, którzy stosowali ceny niższe niż sugerowane”.

- e-mail z dnia 19 marca 2018 c.c.@....com.pl do m.d.@spokey.pl tytuł: Re: o treści: *O co chodzi z tymi rolkami? Jeżeli problem jest z ceną to wg. kartki z ustalonymi cenami minimalnymi jaką dostałem od Pana Ryszarda to cena jaką mogliśmy zrobić to była nawet 114 zł . A na tych aukcjach jest 123,90. (płyta CD załącznik do protokołu przeszukania karta nr 23).*
- e-mail z dnia 08. marca 2018 od m@....pl do m.d.@spokey.pl tytuł: zaniżona cena na Narvi o treści: *Witam, Panie Dyrektorze już poprawiłem cenę. Proszę o interwencję w pozostałych sklepach i na ceneo. Sprzedają Narvi po 129 zł <https://www.ceneo.pl/7378280> Pozdrawiam M.S. ... (dowód- płyta CD załącznik do protokołu przeszukania karta nr 23).*
- e-mail z dnia 13 marca 2014 r. godz 11:07 od Pana J. S. j.s.@spokey.pl do Pana A.W., Pana M.D. i Pana T.L. tytuł „Ceny PD” o treści: *Panowie po co były ustalenia jak poniższe firmy sprzedają w niższych cenach od naszych cen detalicznych. Zróbcie coś z tym. (dowód-płyta CD załącznik do protokołu przeszukania karta nr 23).*
- e-mail z dnia 18 Apr 2018 od biuro@.....pl do m.d.@spokey.pl tytuł: Re!!! o treści: *Witam poprawione Pozdrawiam Ł.C. (dowód-płyta CD załącznik do protokołu przeszukania karta nr 23).*
- e-mail z dnia 25 Apr 2018 m.s.@.....pl do [m.d.](mailto:m.d.@spokey.pl) tytuł: Re o treści: *Witam, cena jest w porządku . Mail ten jest odpowiedzią na e-mail m.d.@spokey.pl bez treści wskazujący jedynie adres aukcji <http://alegro.pl/rolki-regulowane-922710-spoarx-rozmiar-31-34-spokey-i7212725472.html?utm.> (dowód-płyta CD załącznik do protokołu przeszukania karta nr 23).*
- e-mail Fri, 19 May 2017 06:11 od d.s.b.@spokey.pl do m.d.@spokey.pl bez tematu o treści: *Rozmawiałem z panem Bogdanem mówił, że dzisiaj rano to zmienię Pozdrawiam S. B. Regionalny menadżer sprzedaży (dowód-płyta CD załącznik do protokołu przeszukania karta nr 23).*

(24) Ze zgromadzonego materiału dowodowego wynika, że za pośrednictwem wiadomości e-mail przedstawiciele handlowi Spokey informowali się o nie dostosowaniu przez dystrybutorów cen do poziomu uzgodnionego i konieczności zmiany cen przez dystrybutorów, którzy nie dostosowali się do przyjętych cen.

Dowód:

- e-mail z dnia 18 lutego 2014 09:31 od m.d.@spokey.pl do a.p.@spokey.pl Treść: *Trochę późno, proszę podziałaj dzisiaj bo klienci się denerwują - w załączeniu e-mail z adresami stron internetowych. (dowód-płyta CD załącznik do protokołu przeszukania karta nr 23).*

- e-mail z dnia 10 maja 2018 09:05 od m.s.@spokey.pl do m.k.@spokey.pl tytuł Re podział premii o treści: *Krótko i na temat. Mamy partnerów biznesowych /hurtowych których głównych i zazwyczaj jedynym kanałem sprzedaży jest Alegro. (...) Cały czas będę się upierał, że aby panować nad kanałem sprzedaży to najlepiej samemu handlować (...) W linkach w tym zestawieniu są właśnie podmioty zaniżające cenę, a rolki są tylko dobrze obrazującym tą sprawę case”em Poniżej listo TOP krętaczy cenowych (dowód-płyta CD załącznik do protokołu przeszukania karta 23 nr).*
- (25) Również z wiadomości e-mailowych od dystrybutorów i od Spółki wynika, że Spokey wpływał na utrzymywanie przez dystrybutorów określonego poziomu cen na oferowane przez siebie produkty swojej marki.

Dowód:

- e-mail z 30 kwietnia 2019 13:49 J.S. Biuro@.....pl do m.d.@spokey.pl Temat: Prosimy o zamknięcie aukcji Etno

Witam proszę jeszcze raz o interwencję w sprawie usunięcia akcji Etno ze sklepu O..... <http://www.o.....pl/akcesoria-turystyczne/spokey-picnic-etno.bhtml?from=ceneo5p> i Ceneo <https://www.ceneo.pl/61820515>.
Pozdrawiam J.S. (dowód-płyta CD załącznik do protokołu przeszukania karta nr 23).
- e-mail z dnia Wednesday, March 10 2010 12:03 od r.w.@spokey.pl do m.d.@spokey.pl, t.l.@spokey.pl, a.w.@spokey.pl, d.g.@spokey.pl, j.p.z@spokey.pl, do wiadomości s.p.@spokey.pl tytuł: *Ceny sugerowane interwencje, o treści: Dalej jest bardzo dużo interwencji (24 telefony) zostało aż 11. Proszę o szybką reakcję bo każdy uczciwy klient robi awantury wskazując na te firmy. Pozdrawiam R.W. starszy menadżer produktu. (dowód-płyta CD załącznik do protokołu przeszukania karta nr 23).*
- e-mail z dnia Tuesday, February 11 2010 12:09 od r.w.@spokey.pl do t.l.@spokey.pl, s.p.@spokey.pl tytuł: *cenę sugerowane o treści: Tylko jedna firma po interwencjach wymaga reakcji. Pozdrawiam R.W. starszy menadżer produktu. (dowód-płyta CD załącznik do protokołu przeszukania karta nr 23).*
- e-mail 20 marca 2014 od m.d.@spokey.pl do a.w.@spokey.pl tytuł RE treść: *Swoich zablokowałem, jest to odpowiedź na e-mail a.w.@spokey.pl z dnia 20 marca 2014 treść: Uważam, że firmy Tomka powinny być zablokowane, ponieważ nic się tam nie zmienia (..... i inni) Ja mogę zablokować swoich i wtedy może sytuacja się poprawi. A.W. Dyrektor Regionu. (dowód-płyta CD załącznik do protokołu przeszukania karta nr 23).*
- e-mail Mon, 06 Oct 2014 07:15 od biuro.grupafalkon.pl do m.d.@spokey.pl bez tematu o treści: *Ceny zaktualizowane Pozdrawiam I.K. biuro@.....pl (dowód-płyta CD załącznik do protokołu przeszukania karta nr 23).*
- e-mail WED, 06 Dec 2017 04:54 od m.@.....pl do m.d.@spokey.pl bez tematu o treści: *OK zmieniłem, jeszcze wczoraj o 23:00 n..... miał cenę 199,00, ale widzę, że też zmienił już Pozdrawiam K.L.S. (dowód-płyta CD załącznik do protokołu przeszukania karta nr 23).*
- e-mail z dnia 29 December 2017 od a.s.@spokey.pl do a.k.@spokey.pl a.p.@spokey.pl tytuł: *blokada s.....o treści: Proszę o zgodę na realizację zamówienia dla na*

kwotę 412,44 brutto, pisałam wczoraj do S. wyjaśniają ceny Pozdrawiam serdecznie A.S. (dowód- płyta CD załącznik do protokołu przeszukania karta nr 23).

- (26) Monitoring w zakresie stosowania określonego poziomu cen prowadzili też dystrybutorzy sprzedający produkty objęte porozumieniem w Internecie, w tym w sklepach internetowych oraz na aukcjach internetowych, którzy kierowali do Spółki swoje zastrzeżenia co do cen produktów sprzedawanych przez ich potencjalnych konkurentów w Internecie. Otrzymywane od dystrybutorów wiadomości e-mail wskazywały adresy stron internetowych sklepów zawierające ceny odsprzedaży produktów Spółki oraz adresy (linki) aukcji internetowych prowadzonych na portalach aukcyjnych przez dystrybutorów. W przesyłanych wiadomościach dystrybutorzy często również wzywali Spółkę do podjęcia działań w celu doprowadzenia do podniesienia ceny produktów do poziomu uzgodnionego.

Dowód:

- e-mail z dnia 10 Jul 2014 od m.@.....pl do m.d.@spokey tytuł allegro o treści: *Zgłaszam zaniżenie ceny maty: <http://allegro.pl?mata-do-ćwiczen-joga-fitness-pilates-super-jakość-i43724791300.html> Pozdrawiam K.S.* (dowód- płyta CD załącznik do protokołu przeszukania karta nr 23).
- e-mail z dnia 19 marca 2015 r. godz 19:39 M.K. m.@.....com do s.p.@spokey.pl tytuł „*po co ceny sugerowane??????- to jakiś żart i to beznadziejny*” o treści: *„Przyznam szczerze, że jestem BARDZO NIEMILE rozczarowana tym posunięciem. To jakieś beznadziejne zagranie. A tak miło było na spotkaniu we wtorek. Rozmowa o „cenach sugerowanych na rolki” -... chyba będzie lepiej jak już nic więcej nie napiszę. Nie ukrywam jednak, że oczekuję PILNEJ odpowiedzi. I chyba dodatkowych decyzji <http://www.s.....com/szukaj/produkt?q=limber&qtype=basicFrom>, <http://www.s.....com/spokey/lyzworolki-limber-black-rozmiar-40-43,pl106268170,zabawki-gry-dla-dzieci-p>, proszę zjechać do dołu strony ale przecież Wy o tym doskonale wiecie. Pozdrawiam M.K.* (dowód- płyta CD załącznik do protokołu przeszukania karta nr 23).
- e-mail z dnia Tuesday, December 13, 2016 10:34 od Centrum do A.B. tytuł: *zaniżanie ceny o treści: Co mamy zrobić z rzeszowskim (...), który w internecie zaniża ceny bieżni. Np. A. sprzedaje najtaniej w Polsce za 1899 zł, tym samym psuje nam i innym sprzedaż. Zmusza pozostałych sprzedawców do schodzenia z ceny i mniejszego zarobku. Prosimy o interwencję. Przesłany od i.z.@spokey.pl do L.T. i do wiadomości S. P.* (dowód- płyta CD załącznik do protokołu przeszukania karta nr 23).
- e-mail z dnia 19 marca 2014 13:46 od p.sport@wp.pl do m.d.@spokey.pl do wiadomości m.k.@spokey.pl tytuł: *zaniżanie cen na allegro o treści: Witam, poniżej linki aukcji na których są zaniżone ceny: Jest kilka sklepów które wczoraj lub dzisiaj wystawiły z niższą ceną Prosimy o weryfikację tego i odpowiedź.* (dowód- płyta CD załącznik do protokołu przeszukania karta nr 23).
- e-mail z dnia 13 marca 2014 odm.@.....pl do m.d.@spokey.pl tytuł: *zaniżona cena o treści: Witam Bardzo proszę o interwencję w sprawie niskich cen F....: <http://allegro.pl/spokey-flexmat-mata-do-ćwiczeń-180x60-3-kolory-i4708099278>, <http://allegro.pl/mata-do-cwiczen-spokey-fitness-yoga-joga-lodz-i4752640235> Poniższy klient po raz kolejny już obniża znacząco cenę - robi to psując rynek.*

Proszę o pilną interwencję. Cena 41 zł jest nie do przyjęcia. Już ostatnio „walczyliśmy” z tym klientem w sprawie cen na maty-zmienił je na chwilę i ponownie wrócił do zaniżania. <http://allegro-mata-szara-do-cwiczen-spoikey-fitness-joga-180x60-i4763453007.html> Pozdrawiam (dowód- płyta CD załącznik do protokołu przeszukania karta nr 23).

- e-mail z dnia 10 Jul 2014 od biuro@.....pl do m.d.@spokey.pl tytuł: zaniżona cena o treści: Zaniżona cena rolek <http://allegro.pl/rolki-lyzworolki-spoikey-focus-regulowane-2-rozmiar-i4316499259.html> Pozdrawiam I.K. (dowód- płyta CD załącznik do protokołu przeszukania karta nr 23).
- e-mail z dnia 9 Oct 2014 biuro@.....pl do m.d.@spokey.pl tytuł: Zaniżone ceny sport shop o treści: Witam Przesyłam listę sprzętów na które sport shop ma zaniżone ceny: V....., P....., G....., S....., A....., I..... Pozdrawiam I.K. Grupa (dowód- płyta CD załącznik do protokołu przeszukania karta nr 23).
- e-mail Mon 30 Apr 2018 05:39 od biuro@.....pl do m.d.@spokey.pl bez tytułu o treści: Witam Panie Dyrektorze proszę o zamknięcie aukcji z kocem etno przez poniższych sprzedających dws <http://allegro.pl/koc-piknikowy-plazowy-spoikey-picnic-etno-180x210-i7198634241.html>, <http://allegro.pl/koc-piknikowy-plazowy-spoikey-picnic-etno-180x210-i7198621653.html>, <http://allegro.pl/koc-piknikowy-plazowy-spoikey-picnic-etno-180x210-i7265807065.html> <http://allegro.pl/koc-piknikowy-plazowy-etno-spoikey-180x210-fleece-i7238890531.html>, A..... <http://allegro.pl/spokey-picnic-etno-koc-piknikowy-fleece-180x210-i7233134553.html>, pozdrawiam J.S. (dowód- płyta CD załącznik do protokołu przeszukania karta nr 23).
- e-mail Fri 30 Mar 2017 03:09 od biuro@.....pl do m.d.@spokey.pl do wiadomości m.k.@spokey.pl bez tytułu o treści: Witam sprzedawca w dalszym ciągu zaniża cenę <http://m.....2.linuxpl.info/allegro/podpis.png> Pozdrawiam J.S. Sklep (dowód- płyta CD załącznik do protokołu przeszukania karta nr 23).
- e-mail Wed 07 Jun 2017 04:12 od biuro@.....pl do m.d.@spokey.pl bez tytułu o treści: Witam poniżej przesyłam linki do zaniżonych cen na rolki Spoox <https://www.ceneo.pl/Sport> i rekreacja; szukaj-soox+spokey Gara [https://www.ceneo.pl/51729850#mh=k6PeFo40006spokeypAp02Xv1jhs\(...\)](https://www.ceneo.pl/51729850#mh=k6PeFo40006spokeypAp02Xv1jhs(...)) F....[https://www.ceneo.pl/512777048#mh=k0j0CITw23006spokewyE\(...\)](https://www.ceneo.pl/512777048#mh=k0j0CITw23006spokewyE(...)) Pozdrawiam J.S. Sklep (dowód- płyta CD załącznik do protokołu przeszukania karta nr 23).
- e-mail Thu 23 Mar 2017 08:19 od biuro@.....pl do m.d.@spokey.pl bez tytułu o treści: Witam panie Dyrektorze jedna z firm zaniża cenę proszę o poprawę ceny. Dziękuję <http://allegro.pl/dziecięce-rolki-regulowane-spoikey-40-43-838483-i6749558258.html>. Pozdrawiam J.S. Sklep (dowód- płyta CD załącznik do protokołu przeszukania karta nr 23).
- e-mail z dnia 29 listopada 2017 r. 09:34:15 od M..... K.L.S. do Pana M.D., tytuł „cena wallhanger” o treści: Panie Dyrektorze, Bardzo niepokoi nas polityka D.... nic się nie zmienia. D.... przy nowych produktach miał tak nie szaleć z cenami. Wallhanger to nowy produkt i nie ma potrzeby q tak zaniżać cenę. Przy jego polityce cenowej ciężko decydować się na duże zakupy <http://allegro.pl/drzek-do-pobierania-mocowany-do->

ściany-Osufitu-i7091376921 Pozdrawiam K.L.S. (dowód-płyta CD załącznik do protokołu przeszukania karta nr 23).

- (27) Zgodnie z informacjami uzyskanymi w toku postępowania ceny były ustalane w sposób bezpośredni przez Spółkę, najczęściej poprzez wskazanie dystrybutorowi ceny minimalnej. W niektórych przypadkach wyznacznikiem do ustalania cen odsprzedaży w kanale internetowym były ceny stosowane w sklepie internetowym Spokey - Republika Sportu. Pomimo faktu, iż w niektórych wiadomościach wskazywano na ceny sugerowane (szczególnie w pierwszym okresie obowiązywania porozumienia), w praktyce Spokey i dystrybutorzy traktowali te ceny jako uzgodnione. Co do zasady interwencje w sprawie cen dotyczyły kanału sprzedaży internetowej, gdyż tylko w tym kanale Spółka mogła ustalić jakie ceny stosują dystrybutorzy na sprzedawane przez nich towary.

Dowód:

- e-mail z dnia 13 lutego 2013 r. od Pana R.K. do Pana A.W. , Pana M.D. i Pana T.L., tytuł „ceny rolki sieci” wraz z cennikiem rolek (dowód: karty nr 791-795).
- e-mail z dnia 8 marca 2017 r. godz. 11:05 od t.l.spokey.pl do j.p.@.....pl tytuł „Ilości produkty” (dowód: karta nr 799).
- e-mail z dnia Tuesday, December 14 2010 3:59 r. J.K. j.k.spokey.pl do s.p.spokey.pl M.M., M.P., R.W. tytuł „ceny w sklepach internetowych” (dowód: karta nr 800).

Znaczenie sprzedaży przez Internet i wpływ na ceny w sklepach stacjonarnych

- (28) Mając na uwadze, iż realizacja polityki cenowej Spokey skupiała się na produktach oferowanych w Internecie, należy wskazać, że cechą handlu elektronicznego (e-commerce) jest wysoka transparentność cen. Internet umożliwia nie tylko przedsiębiorcom ale przede wszystkim konsumentom łatwe porównywanie cen różnych sprzedawców i wyszukiwanie tych, którzy oferują najniższe ceny. Identyfikację najniższych cen na te same produkty ułatwiają narzędzia służące do porównywania cen, które umożliwiają natychmiastowe zestawienie cen oferowanych przez wielu sprzedawców. Biorąc pod uwagę łatwość, z jaką klienci mogą kupować online, wyszukiwać w Internecie i porównywać ceny za pośrednictwem porównywarek cenowych, konkurencja cenowa w Internecie w odniesieniu do poszczególnych produktów tej samej marki może być szczególnie intensywna. Cena na stronie internetowej sprzedawcy ma przy tym kluczowe znaczenie w przyciąganiu klientów. Ponadto konsumenci używają internetu jako narzędzia umożliwiającego wyszukanie produktu i porównanie cen bez względu na to, gdzie ostatecznie dokonają zakupu.
- (29) Wysoka transparentność cen w Internecie sprawia, że Internet faktycznie wyznacza swoistą cenę referencyjną produktu, nie tylko dla sprzedaży online, ale i offline. Wzmacnia to pozycję konsumentów względem sprzedawców prowadzących sprzedaż offline przykładowo poprzez możliwość oczekiwania dostosowania oferty do poziomu cen w Internecie. Z tych względów Internet jest ważnym czynnikiem intensyfikacji konkurencji cenowej. Silna konkurencja cenowa zwiększa motywację sprzedawców

detalicznych do skutecznego działania i konkutowania cenami. Sprzedaż przez Internet istotnie przyczynia się zatem do budowy dobrobytu konsumentów umożliwiając im nabywanie towarów w korzystniejszych cenach.

- (30) Ograniczanie swobody sprzedawców detalicznych do samodzielnego ustalania cen sprzedaży online niweczy powyższe pozytywne aspekty sprzedaży przez Internet i może prowadzić do wzrostu cen w sprzedaży online. Wzrost cen w sprzedaży internetowej zmniejsza presję cenową ze strony tego kanału sprzedaży na tradycyjny kanał sprzedaży w salonach stacjonarnych, co w konsekwencji może prowadzić do wzrostu cen także w sprzedaży offline.

Prezes Urzędu zważył co następuje

Interes publiczny

- (31) Podstawą do zastosowania przez Prezesa Urzędu przepisów ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów jest ustalenie, czy w sprawie naruszono interes publicznoprawny. Zgodnie z treścią art. 1 ust. 1 ww. ustawy, określa ona warunki rozwoju i ochrony konkurencji oraz zasady podejmowanej w interesie publicznym ochrony interesów przedsiębiorców i konsumentów. Regulacja ta należy do sfery prawa publicznego, a instrumenty w niej przewidziane mogą być stosowane tylko wtedy, gdy na skutek działań przedsiębiorców zagrożony bądź naruszony został interes publicznoprawny.
- (32) W orzecznictwie uznaje się, że „interes publiczny polega na zapewnieniu właściwych warunków funkcjonowania rynku gospodarczego, który może funkcjonować wówczas, gdy zapewniona jest możliwość powstania i rozwoju konkurencji. Istnienie interesu publicznego winno być oceniane szeroko przy uwzględnieniu całości negatywnych skutków działań przedsiębiorców na określonym rynku. Ustawa o ochronie konkurencji i konsumentów chroni konkurencję jako zjawisko o charakterze instytucjonalnym. Dobrem chronionym przez przepisy ww. ustawy jest samo istnienie konkurencji jako „atmosfery”, w jakiej prowadzona jest działalność rynkowa. Realizowana jednocześnie ochrona konsumentów, jako nabywców dóbr i usług oferowanych w warunkach konkurencji, jest konsekwencją zapewnienia konkurencyjnego funkcjonowania rynków.
- (33) Naruszenie interesu publicznego ma miejsce wówczas, gdy zachowanie przedsiębiorcy, będące przedmiotem postępowania antymonopolowego wywołało lub mogło wywołać na rynku niekorzystne - z punktu widzenia celów ustawodawstwa antymonopolowego - skutki w postaci wpływu na ilość, jakość, cenę towarów lub zakres wyboru dostępny konsumentom lub innym nabywcom. Liczba podmiotów dotkniętych skutkami praktyki ograniczającej konkurencję jest nieistotna, wystarczającym jest bowiem, że zachowanie przedsiębiorcy wyczerpuje znamiona antykonkurencyjnej praktyki.
- (34) Odnosząc to do niniejszej sprawy należy zauważyć, że zawarcie przez Spokey - dystrybutora hurtowego porozumienia ustalającego ceny odsprzedaży z przedsiębiorcami odsprzedażającymi te produkty odbiorcom detalicznym godzi w tak rozumianą konkurencję. W tym przypadku mechanizm rynkowy kształtujący ceny

produktów Spokey oferowane konsumentom przez sprzedających został wyeliminowany i zastąpiony uzgodnioną ceną rynkową. Warto zarazem podkreślić, iż porozumienia cenowe zawierane zarówno pomiędzy konkurentami (tj. w relacji horyzontalnej), jak i pomiędzy kontrahentami na różnych szczeblach obrotu (tj. w relacji wertykalnej) zaliczają się do najcięższych naruszeń konkurencji, wywołujących niekorzystne działania na rynku, zniekształcające ten rynek, ograniczając albo eliminując na nim konkurencję. Działania te naruszają zatem interes ogólnospołeczny, niezależnie od wielkości udziałów rynkowych przedsiębiorców uczestniczących w porozumieniu. Co więcej, w świetle zebranych dowodów, Prezes Urzędu uznał, że porozumienie, o którym mowa było faktycznie realizowane, a więc miało realny i bezpośredni wpływ na interes ekonomiczny szerokiego kręgu uczestników rynku - nie tylko na same strony porozumienia, ale także na ich konkurentów oraz na szerokie grono odbiorców końcowych, w tym konsumentów.

- (35) W tym miejscu należy stwierdzić, iż doszło w przedmiotowej sprawie do naruszenia interesu publicznoprawnego, gdyż uzgodnienia cenowe dokonywane przez Spokey ze swoimi dystrybutorami zaburzały prawidłowe funkcjonowanie mechanizmu konkurencji jako optymalnego sposobu podziału dóbr w gospodarce rynkowej. Przez zaburzenia rynku rozumie się negatywne zjawiska charakteryzujące jego funkcjonowanie w szczególności w zakresie mechanizmów kształtowania cen. Takie działania naruszają zatem interes ogólnospołeczny. Powoduje to, że ingerencja Prezesa Urzędu jest w niniejszej sprawie w pełni uzasadniona.

Uczestnicy porozumienia - przedsiębiorcy

- (36) Postępowanie antymonopolowe w sprawie praktyk ograniczających konkurencję może być wszczęte wobec podmiotów posiadających status przedsiębiorcy.
- (37) Zgodnie z definicją przedsiębiorcy, zawartą w art. 4 pkt 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów pod tym pojęciem należy rozumieć przedsiębiorcę w rozumieniu przepisów ustawy z dnia 6 marca 2018 r. - Prawo przedsiębiorców (Dz.U. z 2021 r. poz. 162), a także: osobę fizyczną, osobę prawną, a także jednostkę organizacyjną niemającą osobowości prawnej, której ustawa przyznaje zdolność prawną, organizującą lub świadczącą usługi o charakterze użyteczności publicznej, które nie są działalnością gospodarczą w rozumieniu przepisów ustawy z dnia 6 marca 2018 r. - Prawo przedsiębiorców, osobę fizyczną wykonującą zawód we własnym imieniu i na własny rachunek lub prowadzącą działalność w ramach wykonywania takiego zawodu, osobę fizyczną, która posiada kontrolę, w rozumieniu pkt 4, nad co najmniej jednym przedsiębiorcą, choćby nie prowadziła działalności gospodarczej w rozumieniu przepisów ustawy z dnia 6 marca 2018 r. - Prawo przedsiębiorców, jeżeli podejmuje dalsze działania podlegające kontroli koncentracji, o której mowa w art. 13, związek przedsiębiorców w rozumieniu pkt 2, z wyłączeniem przepisów dotyczących koncentracji;
- (38) Spokey jest spółką z ograniczoną odpowiedzialnością, wpisaną do rejestru przedsiębiorców Krajowego Rejestru Sądowego. Działalność gospodarcza tej spółki koncentruje się na hurtowej i detalicznej sprzedaży odzieży, obuwia i sprzętu sportowego. Spokey posiada zatem status przedsiębiorcy w rozumieniu przepisów

ustawy prawo przedsiębiorców a w konsekwencji również w rozumieniu ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów. Podobnie dystrybutorzy spółki są przedsiębiorcami prowadzącymi działalność gospodarczą w różnych formach, czy to w formie spółki cywilnej, spółki prawa handlowego czy jako indywidualna działalność gospodarcza i są wpisani do Krajowego Rejestru Sądowego lub do CEIDG - czyli Centralnej Ewidencji i Informacji o Działalności Gospodarczej. Ich wykaz załączyła Spółka jako załącznik nr 1 do pisma Spółki z dnia 10 października 2018 r.

Rynki właściwe w sprawie

- (39) Działania przedsiębiorców stanowiące praktyki ograniczające konkurencję ujawniają się na rynku właściwym.
- (40) Zgodnie z art. 4 pkt 9 uokik rynek właściwy należy rozumieć 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 rodzaj i właściwości, istnienie barier dostępu do rynku, preferencje konsumentów, znaczące różnice cen i koszty transportu panują zbliżone warunki konkurencji.

Rynki właściwe w aspekcie produktowym

- (41) Prezes Urzędu uznał, że w niniejszej sprawie rynkiem właściwym w ujęciu produktowym na szczeblu zawarcia porozumienia jest rynek hurtowej sprzedaży sprzętu sportowego. Taka definicja wynika z faktu, że porozumienie zostało zawarte pomiędzy Spokey - dystrybutorem sprzętu sportowego a współpracującymi z nim sprzedawcami (dystrybutorami) detalicznymi. Z kolei rynkiem, na którym porozumienie ograniczało konkurencję, jest rynek detalicznej sprzedaży sprzętu sportowego, gdyż rozpatrywane w tej sprawie ustalenia między Spokey a jej dystrybutorami dotyczyły określania minimalnych cen detalicznej sprzedaży produktów objętych porozumieniem.
- (42) Zdaniem Prezesa UOKiK uzasadnione jest tak szerokie określenie produktowe zarówno rynku hurtowego jak i detalicznego, uwzględniające szeroką gamę sprzętu sportowego, bez jego dalszej segmentacji. Można wprowadzić podział sprzętu sportowego przypisując go do poszczególnych dyscyplin sportowych, jednakże z uwagi na charakter niniejszej sprawy, która dotyczy zawartego między przedsiębiorcami porozumienia cenowego, nie jest konieczna analiza zasadności dokonania takich podziałów.

Ustalając definicję rynku właściwego Prezes Urzędu wziął również pod uwagę, że zgodnie z ustalonym orzecznictwem antymonopolowym przy ustalaniu rynku właściwego w sprawie należy mieć na uwadze, w stosunku do jakiego podmiotu gospodarczego toczy się postępowanie, uwzględnić warunki konkurencji podmiotów gospodarczych działających w porównywalnych warunkach, a także wziąć pod uwagę szczebel obrotu towarowego (hurt, detal) oraz określić, w jakim zakresie uczestnicy rynku poddani są współzawodnictwu ze strony konkurencji. Z uwagi na istotne w sprawie szczeble obrotu Prezes Urzędu uznał, że wszystkie rodzaje sprzętu sportowego objęte porozumieniem mieszczą się w jednym produktowym rynku

właściwym, które co do zasady oferowane są łącznie, tak przez sprzedawców hurtowych, jak i detalicznych.

Rynki właściwe w aspekcie geograficznym

- (43) 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 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 a tym samym 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.
- (44) Zdaniem Prezesa Urzędu rynek właściwy, zarówno zawarcia porozumienia, jak i rynek jego skutku, w ujęciu geograficznym ma w przedmiotowej sprawie wymiar krajowy. Wyodrębniając obszar rynku właściwego pod względem geograficznym Prezes Urzędu wziął pod uwagę, iż odbiorcy sprzętu sportowego marki Spokey (zarówno dystrybutorzy detaliczni, jak i - finalnie - również konsumenci) pochodzą z terenu całej Polski. Na rynku tym przedsiębiorcy nie spotykają się z ograniczeniami prawnymi lub ekonomicznymi dotyczącymi wejścia jak i wyjścia z tego rynku. Na różnych obszarach kraju występują względnie jednolite dla wszystkich przedsiębiorców warunki konkurencji. Stąd też zasięg geograficzny rynku hurtowego, na którym zawarte zostało porozumienie został określony jako krajowy.
- (45) Prezes Urzędu uznał, że rynkiem w ujęciu geograficznym, na którym wystąpiły skutki zawarcia porozumienia jest krajowy rynek detalicznej sprzedaży sprzętu sportowego. Podkreślić należy fakt, iż ustalanie minimalnych detalicznych cen odsprzedaży dotyczyło przede wszystkim cen odsprzedaży tych produktów w Internecie. Tym niemniej zdaniem Prezesa Urzędu niezasadne jest wyznaczanie odrębnego rynku właściwego obejmującego tylko kanał internetowej sprzedaży sprzętu sportowego marki Spokey. Skutki ustalania cen odsprzedaży w Internecie uwidaczniają się bowiem na rynku właściwym obejmującym również sprzedaż stacjonarną tego sprzętu. Produkty te należą do szczególnej kategorii towarów, sprzedawanych w sklepach specjalizujących się w sprzedaży sprzętu sportowego lub sprzętu sportowego i turystycznego. Ze względu na specyfikę przedmiotowych produktów również na platformach internetowych sprzęt sportowy oferowany jest w oddzielnym dziale - dziale sport i turystyka. Dystrybutorzy detaliczni sprzętu sportowego uczestniczący w porozumieniu, co do zasady, prowadzą zarówno sprzedaż stacjonarną jak i internetową. W związku z tym, cena odsprzedaży, którą stosują sprzedający w Internecie ma bezpośredni związek z ceną odsprzedaży w prowadzonych przez nich sklepach stacjonarnych, gdyż w przeciwnym wypadku znaczna różnica w cenie zostałaby zauważona przez konsumentów i wpłynęłaby na

spadek sprzedaży w jednym z tych kanałów. W obu kanałach dystrybucji dostępny jest więc ten sam produkt, w zbliżonej cenie, którego potencjalni nabywcy są w większości tożsami. Ze względu na specyfikę produktu i rynku, zdaniem Prezesa Urzędu nie można więc wyodrębnić ww. kanałów dystrybucji jako osobnych rynków właściwych: rynku sprzedaży jedynie w Internecie oraz rynku sprzedaży w sklepach tradycyjnych, gdyż oba kanały sprzedaży w istotnej mierze uzupełniają się. Należy też mieć na względzie, że koszty przesyłki krajowej sprzętu sportowego są istotnie niższe od przesyłek międzynarodowych a kontakty handlowe na tym rynku są prowadzone w języku polskim, co powoduje, że rynek sprzedaży internetowej sprzętu sportowego w co do zasady nie jest szerszy niż krajowy.

- (46) W związku z powyższym w przypadku obu rynków, o których mowa w niniejszej decyzji, Prezes Urzędu uznał za zasadne określenie ich na poziomie krajowym.
- (47) Niezależnie od powyższych ustaleń należy stwierdzić, że zgodnie ze stanowiskiem wyrażanym wielokrotnie w orzecznictwie z zakresu prawa ochrony konkurencji, w sprawach dotyczących najpoważniejszych porozumień ograniczających konkurencję ewentualne uchybienia w zakresie określenia rynku i błędnego ustalenia udziałów rynkowych co do zasady nie wpływają w istotny sposób na treść rozstrzygnięcia². Definiowanie rynku właściwego w sprawach dotyczących porozumień ograniczających konkurencję polegających na ustalaniu cen oraz podziale rynku zbytu i zakupu nie wymaga takiego stopnia precyzji, jaki konieczny jest przy rozpatrywaniu spraw dotyczących nadużywania pozycji dominującej lub koncentracji przedsiębiorców, w przypadku których udziały rynkowe stron mają istotne znaczenie. Dokładne wyznaczenie rynku właściwego w sprawach dotyczących antykonkurencyjnych porozumień pozostaje niezbędne, gdy należy poddać analizie skutki takiego porozumienia³. W sytuacji natomiast, gdy dane porozumienie ma na celu ograniczenie konkurencji, nie istnieje potrzeba brania pod uwagę konkretnych skutków, jakie to porozumienie wywołuje na danym rynku⁴. Jak zostanie wskazane dalej, porozumienie objęte zakresem niniejszej decyzji było porozumieniem ograniczającym konkurencję ze względu na cel.

Naruszenie art. 6 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów

- (48) Zgodnie z art. 6 ust. 1 Ustawy zakazane są porozumienia, których celem lub skutkiem jest wyeliminowanie, ograniczenie lub naruszenie w inny sposób konkurencji na rynku właściwym. Punkt pierwszy ww. ustępu stanowi, że zakazane są w szczególności porozumienia polegające na ustalaniu, bezpośrednio lub pośrednio, cen i innych warunków zakupu i sprzedaży towarów.
- (49) Dla ustalenia, czy przedsiębiorca naruszył zakaz zawierania antykonkurencyjnych porozumień, konieczne jest ustalenie przez Prezesa Urzędu następujących przesłanek: a) zawarcie porozumienia pomiędzy przedsiębiorcami, b) celem lub

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

³ R. Whish, *Competition Law*, Oxford University Press, 2009, s. 27.

⁴ Decyzja Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów z dnia 8 grudnia 2009 r., DOK-7/2009 (*Cement szary*).

skutkiem porozumienia jest wyeliminowanie, ograniczenie lub naruszenie w inny sposób konkurencji na rynku właściwym, c) porozumienie nie podlega wyłączeniu spod zakazu.

Zawarcie porozumienia

- (50) Porozumienie ograniczające konkurencję może zostać zawarte jedynie między co najmniej dwoma niezależnymi od siebie przedsiębiorcami.
- (51) W przedmiotowej sprawie Prezes Urzędu ustalił, że rozpatrywane porozumienie dotyczące sprzętu sportowego Spokey jest następstwem ustaleń dokonywanych między Spokey a jej dystrybutorami. Należy zarazem wskazać, że strony tego porozumienia to z jednej strony spółka kapitałowa a z drugiej strony przedsiębiorcy działający w formie zarówno spółek kapitałowych, spółki cywilnej jak i osób prowadzący indywidualną działalność gospodarczą.
- (52) Tym samym przedmiotowe porozumienie spełnia przesłanki konieczne do dokonania jego oceny z punktu widzenia potencjalnego naruszenia art. 6 uokik.
- (53) W art. 4 pkt 5 uokik zdefiniowano pojęcie porozumienia, które jest kluczowe dla stosowania zakazu porozumień ograniczających konkurencję wyrażonego w art. 6 ust. 1 uokik. Omawiany przepis ustanawia szeroką definicję porozumienia, w zakres której wchodzi następujące formy jakie może przybrać zakazane przez prawo konkurencji porozumienie:
- a) umowy zawierane między przedsiębiorcami, między związkami przedsiębiorców oraz między przedsiębiorcami i ich związkami albo niektóre postanowienia tych umów;
 - b) uzgodnienia dokonane w jakiejkolwiek formie przez dwóch lub więcej przedsiębiorców lub ich związki;
 - c) uchwały lub inne akty związków przedsiębiorców lub ich organów statutowych.
- (54) W przedmiotowym postępowaniu do zawarcia porozumienia doszło w formie uzgodnień dokonywanych ustnie na spotkaniach z przedstawicielami handlowymi Spółki lub telefonicznie. Ewidentnym dowodem takich uzgodnień są wskazane przykładowo poniższe maile:
- mail z dnia 13 marca 2014 r. od Pana J.S. do Pana A.W., Pana M.D. i Pana T.L. noszący tytuł „Ceny PD” o treści: *„Panowie po co były ustalenia jak poniższe firmy sprzedają w niższych cenach od naszych cen detalicznych. Zróbcie coś z tym(dowód- płyta CD załącznik do protokołu przeszukania karta 23).*
 - oraz mail z dnia 19 marca 2015 r. od M.K. do S.P. o tytule *„po co ceny sugerowane????????- to jakiś żart i to beznadziejny”* o treści: *„Przyznam szczerze, że jestem BARDZO NIEMILE rozczarowana tym posunięciem. To jakieś beznadziejne zagranie. A tak miło było na spotkaniu we wtorek. Rozmowa o „cenach sugerowanych na rolki” -... chyba będzie lepiej jak już nic więcej nie napiszę. Nie ukrywam jednak, że oczekuję PILNEJ odpowiedzi. I chyba dodatkowych decyzji”* (dowód- płyta CD załącznik do protokołu przeszukania karta 23).

(55) Jak wynika z treści powyższych maili jak i przytoczonej w części ustalił niniejszej decyzji korespondencji mailowej przyjęte ustalenia miały dla stron charakter wiążący. Ich treść wskazuje ponadto, że istniało wśród uczestników porozumienia przekonanie że przyjęte ustalenia, mimo że nie przybrały formy pisemnej były wiążące, o czym jako przykłady świadczą poniższe maile:

- mail z dnia 29 listopada 2017 r. od M..... K.L.S. do Pana M.D., tytuł „cena wallhanger” o treści: „*Panie Dyrektorze, Bardzo niepokoi nas polityka D....., nic się nie zmienia. D.... przy nowych produktach miał tak nie szaleć z cenami. Wallhanger to nowy produkt i nie ma potrzeby tak zaniżać cenę. Przy jego polityce cenowej ciężko decydować się na duże zakupy [http://allegro.pl/drzek-do-pobierania - mocowany -do-scian-sufitu-i7091376921](http://allegro.pl/drzek-do-pobierania-mocowany-do-scian-sufitu-i7091376921) Pozdrawiam K.L.S. M.....*” dowód- (płyta CD załącznik do protokołu przeszukania karta nr 23).
- oraz mail z dnia 19 marca 2018 z adresu c.c.@.....com.pl do m.d.@spokey.pl o tytule: Re:, o treści: „*O co chodzi z tymi rolkami? Jeżeli problem jest z ceną to wg. kartki z ustalonymi cenami minimalnymi jaką dostałem od Pana Ryszarda to cena jaką mogliśmy zrobić to była nawet 114 zł . A na tych aukcjach jest 123,90”.* (dowód-płyta CD załącznik do protokołu przeszukania karta nr 23).

Charakter porozumienia

- (56) Porozumienia ograniczające konkurencję mogą mieć charakter horyzontalny lub wertykalny. Porozumienia horyzontalne zawierane są między przedsiębiorcami działającymi na tym samym szczeblu obrotu gospodarczego, natomiast porozumienia wertykalne zawierane są między przedsiębiorcami działającymi na różnych szczeblach obrotu. Należy wskazać, że podział porozumień na horyzontalne i wertykalne ma charakter pozaustawowy, jednakże prawidłowe zakwalifikowanie danego porozumienia przekłada się na jego ewentualną ocenę z punktu widzenia art. 7 uokik. oraz rozporządzeń wydanych na podstawie art. 8 ust. 3 uokik. Charakter porozumienia może także wpływać na wysokość nakładanych na uczestników porozumienia kar pieniężnych, o których mowa w art. 106 ust. 1 pkt 1 uokik.
- (57) W niniejszej sprawie Prezes UOKiK stwierdził, że Spokey i jego dystrybutorzy są stronami porozumienia o charakterze wertykalnym, tj. porozumienia między podmiotami działającymi na różnych szczeblach obrotu. W rozpatrywanej sprawie dystrybutor hurtowy sprzętu sportowego spółka Spokey zawarła porozumienie z dystrybutorami, zajmującym się dalszą odsprzedażą tych produktów, tj. z podmiotami działającym na niższym, detalicznym szczeblu obrotu. Wobec takiego ukształtowania relacji między uczestnikami przedmiotowego porozumienia, należy stwierdzić, że miało ono charakter wertykalny.
- (58) W ocenie Prezesa Urzędu porozumienie to dotyczyło ustalania minimalnych cen odsprzedaży. Dowodem na to są interwencje Spokey podejmowane w odniesieniu do cen detalicznych swoich dystrybutorów w sytuacjach, gdy oferowane przez nich ceny na stronach internetowych były niższe od uzgodnionych. Istotą przedmiotowej praktyki było zagwarantowanie minimalnego, ustalonego przez Spokey, nie bez wpływu ze strony dystrybutorów, poziomu cen detalicznych towarów sprzedawanych w internecie. Należy tym samym stwierdzić, że czynione przez strony ustalenia

zmierzały do zachowania na rynku cen minimalnych. Dowodem powyższego zachowania Spokey są np. następujące maile: mail z dnia 10 marca 2010 r. z adresu r.w.@spokey.pl do m.d.@spokey.pl t.l.@spokey.pl, a.w.@spokey.pl, d.g.@spokey.pl j.p.@spokey.pl, do wiadomości s.p.i@spokey.pl zatytułowany: *Ceny sugerowane interwencje, o treści: Dalej jest bardzo dużo interwencji (24 telefony) zostało aż 11. Proszę o szybką reakcję bo każdy uczciwy klient robi awantury wskazując na te firmy. Pozdrawiam R.W. starszy menadżer produktu*”, mail z dnia 11 lutego 2010 r. z adresu r.w.@spokey.pl do t.l.@spokey.pl, s.p.@spokey.pl pod tytułem: *cen sugerowane o treści: Tylko jedna firma po interwencjach wymaga reakcji. Pozdrawiam R.W. starszy menadżer produktu*” oraz mail z 20 marca 2014 r. z adresu m.d.@spokey.pl do a.w.@spokey.pl zatytułowany: RE o treści: Swoich zablokowałem, jest to odpowiedź na e-mail a.w.@spokey.pl z dnia 20 marca 2014 treść: Uważam, że firmy Tomka powinny być zablokowane, ponieważ nic się tam nie zmienia (..... i inni) Ja mogę zablokować swoich i wtedy może sytuacja się poprawi. A.W. Dyrektor Regionu. (cytowane maile powyżej - dowód - płyta CD załącznik do protokołu przeszukania karta nr 23).

Rola Spokey w porozumieniu

- (59) Zebrany w sprawie materiał dowodowy wskazuje jednoznacznie, że inicjatorem porozumienia był Spokey. To Spokey jako jedyny z uczestników porozumienia nie tylko miał możliwości wdrożenia porozumienia w życie ale i jego kontynuowania. Służyły temu interwencje Spokey podejmowane w reakcji na skargi dystrybutorów lub własne ustalenia, wzywające niezdiscyplinowanych dystrybutorów do dostosowania cen do poziomu uzgodnionego, to jest do poziomu cen minimalnych wskazanych w cennikach. Ponadto tylko Spokey posiadał instrumenty finansowe dyscyplinujące uczestników porozumienia do jego przestrzegania. Służył temu system rabatowy ustanowiony przez Spokey oraz możliwość wstrzymania - zablokowania dostaw produktów. Spółka korzystała z możliwości wstrzymania-zablokowania dostaw do czasu doprowadzenia oferowanych przez dystrybutora cen do poziomu nie przekraczającego ceny minimalne. Jak wynika z powyższego aktywna rola Spokey była niezbędna dla funkcjonowania porozumienia. Należy również stwierdzić, że zachowanie Spokey miało na celu utrzymanie cen odsprzedaży sprzętu sportowego na poziomie nie niższym niż określony przez Spółkę. Od 2010 r. takie zachowanie wpisywało się w strategię biznesową Spółki. Fakt ten potwierdzają wprost informacje uzyskane od Spółki w tym pismo Spółki z dnia 21 lutego 2019 r. „Zawiadomienie o podejrzeniu popełnienia przestępstwa” strona 2 odwrót - „Od 2010 r. przedstawiciele Spółki zaczęli intensywnie monitorować ceny stosowane przez dystrybutorów prowadzących sprzedaż internetową oraz wywierać na nich presję, aby stosowali ceny ustalone przez Spółkę, określane też jako „ceny sugerowane”. Wówczas rozpoczął się proces egzekwowania i interweniowania u dystrybutorów, którzy stosowali ceny niższe niż sugerowane”.

Czas trwania porozumienia

- (60) W zakresie okresu porozumienia przyjęto okres trwania porozumienia od stycznia 2010 r. do dnia 6 lipca 2018 r., to jest do momentu, w którym na zebraniu Zarządu

Spółki, szefów wszystkich działów i współwłaścicieli, podjęto decyzję o zaprzestaniu praktyki ograniczającej konkurencję, o czym zakomunikowano pracownikom nakazując im powstrzymanie się od podejmowania wszelkich czynności zmierzających do uzgadniania z dystrybutorami pośrednio lub bezpośrednio minimalnych cen odsprzedaży (dowód: pismo Spółki z dnia 21 stycznia 2020 r.). Prezes Urzędu uznał, że z dniem 6 lipca 2018 r. Spółka zaprzestała praktyki ograniczającej konkurencję wskazanej w sentencji niniejszej decyzji.

Antykonkurencyjny cel porozumienia

- (61) Zgodnie z art. 6 ust. 1 uokik zakazane są porozumienia, których celem lub skutkiem jest ograniczenie konkurencji na rynku właściwym. Należy tym samym wskazać, że przesłanki „antykonkurencyjnego celu” oraz „antykonkurencyjnego skutku” mają charakter alternatywny. Do uznania porozumienia za naruszające zakaz określony w art. 6 ust. 1 uokik wystarczające jest zatem spełnienie tylko jednego ze wskazanych elementów, tj. antykonkurencyjnego celu porozumienia lub antykonkurencyjnego skutku tego porozumienia. Oznacza to, że jeżeli zostanie wykazane, że celem porozumienia jest ograniczenie konkurencji, to nie ma znaczenia, czy cel ten został osiągnięty.
- (62) Należy zatem stwierdzić, że w pierwszej kolejności zasadne jest określenie, czy porozumienie nie ograniczało konkurencji ze względu na cel. Dopiero w przypadku stwierdzenia, że porozumienie nie było porozumieniem ograniczającym konkurencję ze względu na cel, zasadne i niezbędne staje się przeanalizowanie jego skutków.
- (63) Brak konieczności badania skutków porozumienia, gdy wykazano jego antykonkurencyjny cel potwierdza zarówno orzecznictwo sądów krajowych jak i unijnych. Wskazał na to, między innymi, Sąd Okręgowy w Warszawie - Sąd Ochrony Konkurencji i Konsumentów w wyroku z dnia 9 listopada 2006 r. stwierdzając, że „(...) jeżeli z zawartego porozumienia, w konkretnym wypadku z aktów podjętych przez odwołującą się Izbę wynika ich antykonkurencyjny cel (w rozpoznawanej sprawie celem tym było spłaszczenie konkurencji w zakresie cen), to nie ma potrzeby badania skutków porozumienia”⁵. Podobny wniosek wynika z orzecznictwa Trybunału Sprawiedliwości Unii Europejskiej, w którym wskazano, między innymi, że: „(...) w wypadku gdy udowodnione zostanie, że celem porozumienia jest ograniczenie konkurencji, nie zachodzi potrzeba określania rzeczywistych jego skutków”⁶. Powyższe stanowisko zostało potwierdzone w innej sprawie, w której stwierdzono, że „(...) by dokonać oceny, czy porozumienie jest zakazane na mocy obecnego art. 101 ust. 1 Traktatu o funkcjonowaniu Unii Europejskiej, uwzględnienie jego konkretnych skutków jest zbędne, jeśli okazuje się, że ma ono na celu zapobieżenie, ograniczenie lub zakłócenie konkurencji wewnątrz wspólnego rynku”. Jak bowiem wskazał Trybunał Sprawiedliwości: „(...) pewne formy zмовы między

⁵ Wyrok SOKiK z dnia 9 listopada 2006 r., sygn. akt Ama 68/05, Dz. Urz. UOKiK 2007/2/20.

⁶ Wyrok Trybunału Sprawiedliwości z dnia 11 września 2014 r. w sprawie C-67/13 P, *Groupement des cartes bancaires*, pkt 49.

przedsiębiorstwami można uznać, z uwagi na sam ich charakter, za szkodliwe dla prawidłowego funkcjonowania normalnej konkurencji”⁷.

- (64) Należy podkreślić, że przy ocenie, czy celem porozumienia było ograniczenie konkurencji nie ma znaczenia subiektywne wyobrażenie jego stron o zamiarach czy motywach działania, lecz jego obiektywny charakter (vide; wyrok SOKiK z dnia 11 czerwca 2012 r., sygn. akt XVII AmA 197/10, niepubl.).
- (65) Jednocześnie należy zwrócić uwagę na to, że brak konieczności badania skutków porozumienia, dotyczy w szczególności porozumień ograniczających konkurencję cenową, tj. takich, jak porozumienie podlegające analizie w niniejszej sprawie. Porozumienia tego typu stanowią najpoważniejsze ograniczenia konkurencji i z tego względu uznaje się je za ograniczające konkurencję ze względu na cel. Należy bowiem stwierdzić, że uzgodnienia powyższego rodzaju mają istotny potencjał wywołania negatywnych skutków na rynku.
- (66) Restrykcyjne podejście do porozumień cenowych wynika z faktu, że istotą tych porozumień jest uderzenie w podstawowy aspekt konkurowania na rynku. Cena stanowi bowiem zasadniczy parametr przy wyborze oferty przez konsumenta, jak i w relacjach między przedsiębiorcami w warunkach skutecznej konkurencji. W tym kontekście należy zauważyć, że ustalanie sztywnych i minimalnych detalicznych cen odsprzedaży powoduje ograniczenie wewnątrzmarkowej konkurencji cenowej ze względu na cel porozumienia. Ponadto, należy również podkreślić, że ustalenie cen eliminuje niepewność dystrybutorów co do ich wzajemnego zachowania cenowego na rynku, skutkując ograniczeniem rywalizacji cenowej między nimi (vide: wyrok Sądu Najwyższego z dnia 23 listopada 2011 r., sygn. akt III SK 21/11, Legalis nr 473642; wyrok Sądu Najwyższego z dnia 15 maja 2014 r., sygn. akt III SK 44/13, LEX nr 1459203).
- (67) Uzgodnione ceny powodują bowiem ograniczenie zakresu swobody dystrybutora w kształtowaniu z nabywcą cen sprzedawanych produktów. Tym samym producent (dystrybutor hurtowy), pozbawiając samodzielności cenowej dystrybutorów detalicznych, sprawia, że ceny utrzymują się na ustalonym poziomie. Poziom ten jest wyższy niż w warunkach skutecznej konkurencji. Co więcej, wprowadzenie cen na ustalonym poziomie może skutkować zmniejszeniem innowacyjności i zahamowaniem rozwoju dystrybutorów poprzez ochronę mniej efektywnych z nich.
- (68) Ocena wertykalnych porozumień cenowych jako ograniczających konkurencję ze względu na cel jest aktualna zarówno na gruncie polskiego, jak i unijnego prawa konkurencji.
- (69) Odnosząc powyższe uwagi do przedmiotowej sprawy należy wskazać, że Spokey ustalał przy współudziale dystrybutorów detaliczne ceny odsprzedaży sprzętu sportowego marki Spokey.
- (70) Ustalenia te miały formę ustaleń podczas spotkań z przedstawicielami handlowymi Spokey jak również za pośrednictwem wiadomości e-mail lub telefonicznych, które

⁷ Wyrok Trybunału Sprawiedliwości z dnia 13 lipca 1966 r. w połączonych sprawach 56 i 58/64, *Consten Grundig*. Podobnie w wyroku Trybunału Sprawiedliwości z dnia 30 czerwca 1966 r. w sprawie 56/65, *Société Technique Minière przeciwko Maschinenbau Ulm* oraz w wyroku Trybunału Sprawiedliwości z dnia 27 stycznia 1987 r. w sprawie 45/85, *Verband der Sachversicherer przeciwko Komisji*.

były przez strony uznawane za wiążące, a uzgodnione poziomy detalicznych cen odsprzedaży były w większości przypadków stosowane przez dystrybutorów prowadzących sprzedaż detaliczną.

- (71) Efektem tych ustaleń było przekazywanie przez Spokey dystrybutorom cenników zawierających ceny detaliczne jak i warunki zakupu w hurcie.
- (72) Należy stwierdzić, że porozumienie powyższego rodzaju prowadzi do ograniczenia konkurencji cenowej, uniemożliwiając dystrybutorowi detalicznemu oferowanie cen poniżej ustalonego poziomu. Celem porozumienia było więc uzyskanie pewności co do wysokości cen stosowanych na dalszym etapie dystrybucji. Należy przyjąć, że porozumienie takie ze względu na swój cel ograniczało skłonność dystrybutora detalicznego do reagowania na impulsy rynkowe i do niezależnego dostosowywania swoich cen do sytuacji panującej na rynku, o ile ceny oferowane przez konkurentów dystrybutora detalicznego nie stawały się na tyle niskie, żeby dystrybutor detaliczny był skłonny podjąć ryzyko obniżenia również swoich cen i tym samym narażenia na pogorszenie swoich stosunków z dystrybutorem hurtowym. Uzgodnienie tego rodzaju może tym samym prowadzić do wzrostu cen w stosunku do tych, które byłyby stosowane w odniesieniu do odbiorców w sytuacji braku zawarcia porozumienia, tj. w warunkach skutecznej konkurencji rynkowej.
- (73) Mając na względzie wskazane powyżej okoliczności należy stwierdzić, że porozumienie pomiędzy Spokey a jego dystrybutorami jest porozumieniem wertykalnym ograniczającym konkurencję ze względu na cel. Przedmiotem tego porozumienia było bowiem uzgodnienie przez jego strony minimalnych cen odsprzedaży sprzętu sportowego marki Spokey. Tym samym, ukierunkowane było ono na utrzymanie cen detalicznych sprzętu sportowego Spokey na nie niższym niż ustalone ceny minimalne i jako takie ze względu na swój cel zmierzało do zaburzenia konkurencji wewnątrzmarkowej. Dodatkowo, pomimo że porozumienia dotyczące ustalania minimalnych cen odsprzedaży stanowią porozumienia wertykalne, to w praktyce mogą one oddziaływać na rynek, w taki sposób jak porozumienia horyzontalne między dystrybutorami⁸.

Wyłączenia spod zakazu porozumień, o których mowa w art. 6 uokik

- (74) Ustawa o ochronie konkurencji i konsumentów przewiduje, że porozumienia ograniczające konkurencję są zakazane, o ile nie zostały wyłączone spod zakazu. Istnieją trzy rodzaje wyłączeń spod zakazu zawierania porozumień ograniczających konkurencję:
- zasada de minimis - wyłączenie na podstawie art. 7 tej ustawy,
 - wyłączenia grupowe - na podstawie art. 8 ust. 3 tej ustawy,
 - wyłączenia indywidualne - na podstawie art. 8 ust. 1 tej ustawy.

⁸ D. Aziewicz, *Pytanie o zasadność stosowania analizy ekonomicznej wobec minimalnych cen odsprzedaży w polskim prawie konkurencji*, Internetowy Kwartalnik Antymonopolowy i Regulacyjny 2013, nr 3, str. 17; J. Fidala, *Wertykalne porozumienia cenowe typu RPM w kontekście rynku książki*, Internetowy Kwartalnik Antymonopolowy i Regulacyjny 2016, nr 1, str. 13, P. Rey, T. Verge, *Resale Price Maintenance and Horizontal Cartel*, CMPO Working Paper Series No. 02/047, 2004, str. 2.

- (75) W art. 7 uokik przewidziane jest wyłączenie stosowania zakazu zawierania porozumień ograniczających konkurencję z uwagi na niewielki udział przedsiębiorców w rynku. Zgodnie z art. 7 ust. 1 pkt 2 tej ustawy wyłączenie to ma miejsce w odniesieniu do porozumień zawieranych między przedsiębiorcami, którzy nie są konkurentami, jeżeli udział żadnego z nich w rynku właściwym, którego dotyczy porozumienie, nie przekracza 10%. Niemniej, zgodnie z art. 7 ust. 3 uokik, wyżej wskazane wyłączenie nie ma zastosowania m.in. do porozumień określonych w art. 6 ust. 1 pkt 1 tej ustawy. Biorąc pod uwagę, że analizowane w niniejszej sprawie porozumienie stanowi właśnie taki rodzaj porozumienia, nie korzysta ono z wyłączenia spod zakazu porozumień ograniczających konkurencję w oparciu o określający zasadę de minimis przepis art. 7 ust. 1 uokik.
- (76) Przepis art. 8 ust. 3 uokik stanowi natomiast, że Rada Ministrów może w drodze rozporządzenia wyłączyć określone rodzaje porozumień spod zakazu zawierania antykonkurencyjnych porozumień, biorąc pod uwagę korzyści jakie te porozumienia mogą przynieść. Przepisem wykonawczym do art. 8 ust. 3 uokik jest Rozporządzenie Rady Ministrów z dnia 30 marca 2011 r. w sprawie wyłączenia niektórych rodzajów porozumień wertykalnych spod zakazu porozumień ograniczających konkurencję (t.j. Dz.U. z 2014 r., poz. 1012, dalej: „Rozporządzenie”). Niemniej, stosownie do § 11 ww. Rozporządzenia, wyłączeniu nie podlegają porozumienia wertykalne, które bezpośrednio lub pośrednio, samodzielnie lub w powiązaniu z innymi okolicznościami zależnymi od stron tych porozumień mają na celu ograniczenie prawa nabywcy do ustalania ceny sprzedaży przez narzucenie przez dostawcę minimalnych lub o określonej wysokości (sztywnych) cen sprzedaży towarów objętych porozumieniem wertykalnym. Tym samym wertykalne porozumienia dotyczące uzgadniania - ustalania cen minimalnych nie podlegają również wyłączeniu grupowemu.
- (77) Odnosząc się z kolei do możliwości wyłączenia indywidualnego porozumienia spod zakazu na podstawie art. 8 ust. 1 uokik należy zauważyć, że ciężar uwodnienia okoliczności uzasadniających wyłączenie, to jest wykazania, iż porozumienie spełnia następujące warunki:
- przyczynia się do polepszenia produkcji, dystrybucji towarów lub do postępu technicznego lub gospodarczego;
 - zapewnia nabywcy lub użytkownikowi odpowiednią część wynikających z porozumień korzyści;
 - nie nakłada na zainteresowanych przedsiębiorców ograniczeń, które nie są niezbędne do osiągnięcia tych celów;
 - nie stwarza tym przedsiębiorcom możliwości wyeliminowania konkurencji na rynku właściwym w zakresie znacznej części określonych towarów,
- spoczywa na przedsiębiorcy (strona powołująca się na wyłączenie musi udowodnić spełnienie wszystkich kumulatywnych przesłanek zdefiniowanych w art. 8 ust. 1 ww. ustawy), co w niniejszej sprawie nie nastąpiło.
- (78) Reasumując, porozumienia wertykalne polegające na ustalaniu cen minimalnych, jako najpoważniejsze ograniczenia konkurencji nie podlegają wyłączeniom spod

zakazu zawierania porozumień ograniczających konkurencję, określonym w uokik oraz wspomnianych wyżej przepisach wykonawczych.

Prowadzenie postępowania antymonopolowego w odniesieniu do organizatora porozumienia ograniczającego konkurencję

- (79) Przepis art. 88 uokik daje Prezesowi Urzędu swobodę decydowania wobec kogo zostanie wszczęte postępowanie antymonopolowe. Organ powinien kierować się przy tym potrzebą skutecznego i sprawnego wyeliminowania praktyki ograniczającej konkurencję.
- (80) Prezes Urzędu postanowił wszcząć postępowanie antymonopolowe wobec Spokey jako organizatora porozumienia. W przypadku porozumień wertykalnych dopuszczalne jest postawienie zarzutu naruszenia przepisów uokik jedynie organizatorowi porozumienia ograniczającego konkurencję, nie zaś wszystkim przedsiębiorcom-uczestnikom sieci dystrybucyjnej⁹.
- (81) Zgromadzone materiały wskazują, że Spokey pełnił decydującą rolę w porozumieniu, tworząc koncepcje jego funkcjonowania. Zgromadzony materiał dowodowy wskazuje, że dystrybutorzy uczestniczyli w porozumieniu zarówno stosując się do ustaleń cenowych, jak również przekazując Spółce informacje o niestosowaniu się do nich przez innych dystrybutorów lub też występując o podjęcie działań w tym zakresie przez Spółkę. Taki kształt porozumienia został wypracowany i wprowadzony w życie przez Spółkę, na co wskazuje zebrany w sprawie materiał dowodowy.
- (82) Należy podkreślić, że od Spółki zależało również zastosowanie ewentualnych środków represyjnych w postaci ograniczenia współpracy w celu zmuszenia pozostałych uczestników do stosowania uzgodnionych cen. Z uwagi na powyższe okoliczności Prezes Urzędu uznał w niniejszej sprawie za uzasadnione postawienie zarzutów naruszenia przepisów uokik przez Spokey Sp. z o.o. jako organizatorowi systemu dystrybucji produktów sportowych marki Spokey.
- (83) Mając na względzie powyższe orzeczono jak w pkt I sentencji niniejszej decyzji.

Kara pieniężna

- (84) Na podstawie art. 106 ust. 1 pkt 1 i 2 uokik Prezes UOKiK może nałożyć na przedsiębiorcę karę pieniężną w wysokości nie większej niż 10% obrotu osiągniętego w roku obrotowym poprzedzającym rok nałożenia kary, jeżeli przedsiębiorca ten, choćby nieumyślnie dopuścił się naruszenia zakazu określonego w art. 6 uokik.
- (85) Możliwość nałożenia na przedsiębiorcę kary wymaga stwierdzenia, że naruszenie zakazu było „co najmniej nieumyślne”. Z ustaleń faktycznych przedstawionych w niniejszym postępowaniu wynika, że Spokey stosowała politykę cenową nakierowaną na utrzymanie cen detalicznych produktów swojej marki na przyjętym poziomie, której towarzyszył monitoring cen, interwencje w sprawach cen oraz stosowanie presji handlowej. W ocenie Prezesa UOKiK umyślność naruszenia wynika z samej istoty tych działań.

⁹ Wyrok Sądu Najwyższego z dnia 4 października 2017 r., sygn. III SK 47/16; wyrok Sądu Apelacyjnego z 25.01.2017 r., sygn. VI ACa 1673/15.

- (86) Ustalając wysokość nakładanych kar pieniężnych, Prezes UOKiK kieruje się wytycznymi zawartymi w art. 111 uokik oraz ich wykładnią przedstawioną w „Wyjaśnieniach dotyczących ustalania kar pieniężnych w sprawach związanych z naruszeniem zakazu praktyk ograniczających konkurencję” z grudnia 2015 r. Zgodnie z art. 111 ust. 1 uokik Prezes UOKiK, ustalając wysokość nakładanych kar pieniężnych, uwzględnia w szczególności okoliczności naruszenia przepisów tej ustawy oraz uprzednie naruszenie przepisów ustawy, a także okres, stopień oraz skutki rynkowe naruszenia przepisów ustawy, przy czym stopień naruszenia Prezes UOKiK ocenia biorąc pod uwagę okoliczności dotyczące natury naruszenia, działalności przedsiębiorcy, która stanowiła przedmiot naruszenia oraz specyfiki rynku, na którym doszło do naruszenia.
- (87) Prezes UOKiK nie jest związany swoimi dotychczasowymi decyzjami, w których nałożono kary pieniężne. Zgodnie z zasadą indywidualizacji kary jest ona określana indywidualnie w każdej sprawie przy uwzględnieniu wszystkich jej istotnych okoliczności oraz celów polityki karania Prezesa UOKiK .
- (88) Ustalając wymiar kary Prezes UOKiK zwraca szczególną uwagę na potrzebę zapewnienia karze efektu odstrasżającego od stosowania podobnych praktyk w przyszłości.
- (89) Podstawą obliczenia wysokości kary pieniężnej jest obrót w rozumieniu z art. 106 ust. 3 uokik za ostatni rok, w którym stosowana była praktyka ograniczająca konkurencję. W przedmiotowej sprawie podstawą wyliczenia kary pieniężnej jest kwota (tajemnica przedsiębiorcy) zł stanowiąca obrót (przychody netto ze sprzedaży i zrównane z nimi) osiągnięty przez Spokey w 2018 r.
- (90) Kwota wyjściowa dla wyliczenia kary ustalana jest w oparciu o kryterium natury naruszenia. Prezes UOKiK wyróżnia trzy rodzaje naruszeń: bardzo poważne, poważne i pozostałe. Porozumienia wertykalne wpływające na cenę lub warunki oferowania produktu, w tym ustalanie cen odsprzedaży traktowane są jako naruszenia poważne i taka jest klasyfikacja przedmiotowego naruszenia. Prezes UOKiK nie przewiduje możliwości zmiany takiego zakwalifikowania naruszenia i zaliczenia go do grupy naruszeń łagodniejszych określanych w terminologii stosowanej przez UOKiK naruszeniami pozostałymi. Zasadność traktowania ustalania cen odsprzedaży jako poważnego naruszenia konkurencji i surowego sankcjonowania takiej praktyki potwierdza najnowsze orzecznictwo Komisji Europejskiej w sprawach AT.40465 - Asus, AT.40469 - Denon & Marantz, AT.40181 - Philips i AT.40182 - Pioneer.
- (91) W przypadku kwalifikacji naruszenia jako poważnego kwota wyjściowa będąca podstawą dla ustalenia wysokości kary może zostać określona w przedziale od powyżej 0,2% do 1% obrotu. Mając na uwadze ustalone okoliczności sprawy takie jak prowadzenie przez Spokey monitoringu cen, podejmowanie interwencji w sprawie cen oraz stosowanie wobec sprzedawców nacisków i presji (z różnym skutkiem), Prezes UOKiK przyjął za właściwe określenie kwoty wyjściowej dla ustalenia kary na poziomie zbliżonym do górnej granicy przedziału przewidzianego dla praktyk będących naruszeniem poważnym, tj. na poziomie (tajemnica przedsiębiorcy) % obrotu wynoszącym (tajemnica przedsiębiorcy) zł.

- (92) W dalszej kolejności Prezes UOKiK rozważył specyfikę rynku, na jakim doszło do naruszenia konkurencji, działalności przedsiębiorcy, a także skutki rynkowe naruszenia. Kara powinna być bowiem tym większa, im większe jest natężenie negatywnych efektów związanych z naruszeniem prawa konkurencji. Prezes UOKiK uwzględnił, że rynek sprzedaży sprzętu sportowego jest rynkiem konkurencyjnym, na którym działa wielu dystrybutorów, w tym sieci handlowych oraz ich odsprzedawców. Z drugiej strony uwzględnił, że porozumienie zostało wprowadzone w życie i wywierało rzeczywisty wpływ na poziom detalicznych cen sprzętu sportowego oferowanego przez Spokey prowadząc do ich ustalenia na poziomie wyższym od poziomu, jaki zostałby osiągnięty w warunkach swobodnej konkurencji cenowej pomiędzy sprzedawcami detalicznymi. W ocenie Prezesa UOKiK powyższe okoliczności równoważą się wobec czego postanowiono o niezmiennianiu kwoty wyjściowej, to jest (tajemnica przedsiębiorcy) zł.
- (93) W kolejnym etapie rozważono okres naruszenia. Długotrwałość stosowania praktyki ograniczającej konkurencję prowadzi do zwielokrotnienia jej negatywnych skutków, w szczególności wpływa na wysokość korzyści uzyskiwanych przez przedsiębiorcę dopuszczającego się naruszenia lub szkód ponoszonych przez innych uczestników rynku. Zgodnie z uokik i ze stosowaną przez Prezesa UOKiK metodologią, długotrwałość stosowania praktyki i związane z nią zwielokrotnienie negatywnych skutków praktyki, powinno zostać odzwierciedlone w wysokości nakładanej na przedsiębiorcę sankcji. W tym celu Prezes UOKiK może zwiększyć kwotę bazową w przypadku porozumień ograniczających konkurencję maksymalnie o 200%. W przedmiotowej sprawie porozumienie ograniczające konkurencję trwało od początku 2010 r. do lipca 2018 r., tj. przez ponad 8 lat. Mając na uwadze te okoliczności Prezes UOKiK uznał, że czas trwania porozumienia zwiększał jego negatywne skutki w stopniu uzasadniającym dalsze zwiększenie wymiaru kary o 160%, tj. do kwoty (tajemnica przedsiębiorcy) zł.
- (94) Następnie zostały wzięte pod uwagę okoliczności łagodzące i obciążające, które wystąpiły w sprawie. Okolicznościami obciążającymi, jakie uwzględnił Prezes UOKiK są: rola lidera, którą pełnił Spokey, wywieranie presji na kooperantów - dystrybutorów oraz umyślność naruszenia. Aktywna rola Spokey była niezbędna dla funkcjonowania porozumienia. To Spokey ustalał (nie bez udziału dystrybutorów) i przekazywał dystrybutorom ceny, do których przestrzegania byli oni zobowiązani. Stosowanie tych cen przez wielu dystrybutorów warunkowane było podejmowaniem przez Spokey interwencji, z reguły skutecznych. W ocenie Prezesa UOKiK Spokey pełnił zatem rolę strażnika, kontrolera i lidera porozumienia. Nie jest istotne, czy Spółka interweniowała samoistnie, czy w następstwie zachowania-skarg dystrybutorów, gdyż podmioty te nie posiadały żadnych instrumentów bezpośredniego wpływu na konkretnego dystrybutora ich konkurenta i mogły jedynie prowadzić własny monitoring cen oraz zgłaszać Spokey dostrzeżone przypadki ich zaniżania oraz oczekiwać podjęcia przez Spokey działań. Podjęcie interwencji, zastosowanie presji handlowej oraz ewentualne zastosowanie środków represyjnych (w zakresie obniżenia marży, czy wstrzymania dostaw) pozostawało w wyłącznej gestii Spokey. Umyślność naruszenia jest z kolei następstwem ustalenia, że Spokey podejmowała działania w sposób powtarzalny, zaplanowany i przemyślany. Stanowiły one strategię rynkową przedsiębiorcy; element jego funkcjonowania na rynku.

W związku z powyższym na tym etapie ustalania kary zdecydowano o jej podwyższeniu o 30%, t.j. do kwoty (tajemnica przedsiębiorcy) zł. Kara w tej wysokości mieści się w limicie wyznaczonym w art. 106 ust. 1 uokik za rok 2019 r.

- (95) Tak ustalona kara została obniżona na podstawie art. 113c ust. 2 pkt 1 uokik w związku ze spełnieniem przez Spokey warunków do jej obniżenia w następstwie zgłoszonego w tym zakresie wniosku Spółki. Powyższy przepis przewiduje obniżenie kary o wartość w przedziale 30-50%. Ustalając wysokość obniżenia Prezes UOKiK uwzględnił wartość informacji zawartych w dowodach przedstawionych przez Spokey w zestawieniu z informacjami będącymi już w posiadaniu UOKiK. Wartość tych informacji polega przede wszystkim na umożliwieniu określenia długości trwania porozumienia oraz zasad jego funkcjonowania. Mając to na uwadze Prezes UOKiK postanowił obniżyć karę o 50%.
- (96) W związku z odstąpieniem Spółki od procedury dobrowolnego poddania się karze, kara nie podlegała dalszemu obniżeniu. Tym samym kara zostaje obniżona o 50 % to jest do kwoty 568.679,00 zł.
- (97) Prezes Urzędu uznał, że ww. kara jest adekwatna do stwierdzonego naruszenia i osiągnię efekt odstraszący od stosowania podobnych praktyk w przyszłości i efekt edukacyjny w stosunku do przedsiębiorców działających na rynku krajowym, w tym do korzystania przez przedsiębiorców z instrumentów dot. łagodzenia kar.
- (98) Mając na względzie ww. ustalenia należało orzec jak w pkt II sentencji niniejszej decyzji.

Koszty postępowania

- (99) Zgodnie z art. 80 uokik Prezes UOKiK rozstrzyga o kosztach, w drodze postanowienia, które może być zamieszczone w decyzji kończącej postępowanie. Zgodnie z art. 77 ust. 1 uokik, jeżeli w wyniku postępowania stwierdzono naruszenie jej przepisów, przedsiębiorca, który dopuścił się tego naruszenia, jest obowiązany ponieść koszty postępowania. Zgodnie z art. 263 § 1 ustawy z dnia 14 czerwca 1960 r. - Kodeks postępowania administracyjnego (Dz. U. z 2020 r., poz. 256, 685 i 1298 i z 2021 r. poz. 54 i 187), do kosztów postępowania zalicza się m.in. koszty doręczenia stronom pism urzędowych. Zgodnie z art. 264 § 1 ww. Kodeksu postępowania administracyjnego, jednocześnie z wydaniem decyzji organ administracji publicznej ustala w drodze postanowienia wysokość kosztów postępowania, osoby zobowiązane do ich poniesienia oraz termin i sposób ich uiszczenia.
- (100) W związku z faktem, że w wyniku postępowania zakończono przedmiotową decyzją stwierdzono naruszenie przepisów uokik, jego koszty obciążają Spokey. Na koszty postępowania składają się wydatki związane z prowadzoną w jego toku korespondencją w kwocie 51 zł.
- (101) Koszty niniejszego postępowania spółka obowiązana jest wpłacić na konto Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów w Warszawie w NBP O/O WARSZAWA NR 51 1010 1010 0078 7822 3100 0000 w terminie 14 dni od uprawomocnienia się decyzji.
- (102) Mając na względzie ww. okoliczności należało orzec jak w pkt III sentencji niniejszej decyzji.

Pouczenia

- (103) Zgodnie z art. 112 ust. 3 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów karę pieniężną należy uiścić w terminie 14 dni od dnia uprawomocnienia się decyzji na rachunek bankowy UOKiK:

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

- (104) Koszty postępowania Spokey obowiązane jest wpłacić w tym samym terminie na ten sam rachunek.

- (105) Zgodnie z art. 81 ust. 1 ww. ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów w zw. z art. 479²⁸ § 2 ustawy z 17 listopada 1964 r. - Kodeksu postępowania cywilnego (Dz. U. z 2020 r. poz. 1575, 1578 i z 2021 r. poz. 11) od niniejszej decyzji przysługuje odwołanie do Sądu Okręgowego w Warszawie - Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów w terminie miesiąca od dnia doręczenia decyzji. Odwołanie wnosi się za pośrednictwem Prezesa UOKiK (Delegatura UOKiK w Łodzi, 90-113 Łódź, ul. Traugutta 25).

- (106) Zgodnie z art. 81 ust. 3a ww. ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, w przypadku wniesienia odwołania od decyzji, uwzględniającej ostateczne stanowisko strony o dobrowolnym poddaniu się karze pieniężnej, Prezes UOKiK, nie przekazując akt sądowi, w razie: (1) uznania odwołania za słuszne: (a) uchyla swoją decyzję zgodnie z zasadami określonymi w art. 81 ust. 3 ww. ustawy albo (b) zmienia swoją decyzję w całości lub w części zgodnie z zasadami określonymi w art. 81 ust. 3 ww. ustawy, zmieniając ją również w zakresie kary pieniężnej (karę pieniężną nakłada się w wysokości, w jakiej zostałaby ona nałożona, gdyby strona nie poddała się dobrowolnie karze pieniężnej); (2) nieuznania odwołania za słuszne - zmienia swoją decyzję w zakresie kary pieniężnej, ustalając ją w wysokości, w jakiej zostałaby nałożona, gdyby strona nie poddała się dobrowolnie karze pieniężnej, o czym niezwłocznie powiadamia stronę, przysyłając jej nową decyzję, od której przysługuje odwołanie.

- (107) W przypadku kwestionowania wyłącznie postanowienia o kosztach, zgodnie z art. 81 ust. 5 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów w zw. z art. 479³² ww. Kodeksu postępowania cywilnego oraz art. 264 § 2 ustawy z dnia 14 czerwca 1960 r. - Kodeks postępowania administracyjnego (Dz. U. z 2020 r., poz. 256, 685 i 1298 i z 2021 r. poz. 54 i 187) w zw. z art. 83 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, przysługuje zażalenie do Sądu Okręgowego w Warszawie - Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów, w terminie tygodnia od dnia doręczenia tej decyzji. Zażalenie wnosi się za pośrednictwem Prezesa UOKiK (Delegatura UOKiK w Łodzi, 90-113 Łódź, ul. Traugutta 25).

- (108) Zgodnie z art. 3 ust. 2 pkt 9 w zw. z art. 32 ust. 1 i 2 ustawy z dnia 28 lipca 2005 r. o kosztach sądowych w sprawach cywilnych (Dz. U. z 2020 r., poz. 755, 807, 956 i 2186), odwołanie od decyzji Prezesa UOKiK podlega opłacie stałej w kwocie 1000 zł, a zażalenie na postanowienie Prezesa UOKiK - w kwocie 500 zł.

- (109) Zgodnie z art. 103 ust. 1 ww. ustawy o kosztach sądowych w sprawach cywilnych, sąd może przyznać zwolnienie od kosztów sądowych osobie prawnej lub jednostce organizacyjnej niebędącej osobą prawną, której ustawa przyznaje zdolność prawną,

jeżeli wykazała, że nie ma dostatecznych środków na ich uiszczenie. Zgodnie z art. 105 ust. 1 zd. 1 tej ustawy wniosek o przyznanie zwolnienia od kosztów sądowych należy zgłosić na piśmie lub ustnie do protokołu w sądzie, w którym sprawa ma być wytoczona lub już się toczy.

- (110) Stosownie do treści art. 117 § 1, § 3 i § 4 zd. 1 ww. Kodeksu postępowania cywilnego, strona zwolniona przez sąd od kosztów sądowych w całości lub części, może domagać się ustanowienia adwokata lub radcy prawnego. Osoba prawna lub inna jednostka organizacyjna, której ustawa przyznaje zdolność sądową, niezwolniona przez sąd od kosztów sądowych, może się domagać ustanowienia adwokata lub radcy prawnego, jeżeli wykaże, że nie ma dostatecznych środków na poniesienie kosztów wynagrodzenia adwokata lub radcy prawnego. Wniosek o ustanowienie adwokata lub radcy prawnego strona zgłasza wraz z wnioskiem o zwolnienie od kosztów sądowych lub osobno, na piśmie lub ustnie do protokołu, w sądzie, w którym sprawa ma być wytoczona lub już się toczy.

Z upoważnienia

*Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji
i Konsumentów*

Dyrektor Delegatury w Łodzi

Tomasz Dec

Otrzymuje:

adw. Małgorzata Modzelewska de Raad
adw. Piotr Paśnik
ul. Wiejska 17/5
00-480 Warszawa

reprezentujący:

Spokey sp. z o.o.
al. Walentego Roździeńskiego 188C, 40-203 Katowice