



**PREZES
URZĘDU OCHRONY
KONKURENCJI I KONSUMENTÓW
*TOMASZ CHRÓSTNY***

DOK-1.410.2.2022.AG.MR

Warszawa, 9 września 2024 r.

DECYZJA NR DOK-5/2024

- I.** Na podstawie art. 10 ust. 1 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. z 2024 r. poz. 594) oraz art. 3 ust. 1 i art. 5 Rozporządzenia Rady UE nr 1/2003 z dnia 16 grudnia 2002 r. w sprawie wprowadzenia w życie reguł konkurencji ustanowionych w art. 81 i 82 Traktatu (Dz. Urz. UE L 1 z 4.1.2003 r., wersja skonsolidowana Dz. Urz. UE L 148 z 11.6.2009 r.), Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów uznaje za praktykę ograniczającą konkurencję na polskim rynku obrotu samochodami osobowymi zawarcie przez:
- (i) Kia Polska sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie;
 - (ii) AS Motors Classic sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie;
 - (iii) Jacka Woźniaka, prowadzącego działalność gospodarczą pod firmą Autotechnika Woźniak Jacek Woźniak w Pile;
 - (iv) „Gam” – sp. z o.o. z siedzibą we Wrocławiu;
 - (v) Landcar spółka z ograniczoną odpowiedzialnością sp. k. z siedzibą w Starowej Górze;
 - (vi) Marvel sp. z o.o. z siedzibą w Łodzi;
 - (vii) Irenę Patecką, prowadzącą działalność gospodarczą pod firmą Irena Patecka IMP Group w Krakowie, jako wspólnik spółki cywilnej pod nazwą AUTO-CENTRUM I.M. PATECKI S.C. Irena Patecka, Marek Patecki w Krakowie;
 - (viii) Marka Pateckiego, prowadzącego działalność gospodarczą pod firmą Marek Patecki PHU M.Patecki w Krakowie, jako wspólnik spółki cywilnej pod nazwą AUTO-CENTRUM I.M. PATECKI S.C. Irena Patecka, Marek Patecki w Krakowie;

- (ix) Łukasza Pateckiego, prowadzącego działalność gospodarczą pod firmą Łukasz Patecki Lukas Auto-Park w Krakowie, jako wspólnik spółki cywilnej pod nazwą Autocentrum Patecki S.C. Łukasz Patecki, Barbara Patecki w Krakowie;
- (x) Barbarę Patecki, prowadzącą działalność gospodarczą pod firmą Projekt Wola Barbara Patecki w Krakowie, jako wspólnik spółki cywilnej pod nazwą Autocentrum Patecki S.C. Łukasz Patecki, Barbara Patecki w Krakowie;
- (xi) Wadowscy sp. z o.o. z siedzibą w Krakowie;
- (xii) „Wrobud” sp. z o. o. z siedzibą we Wrocławiu;

porozumienia w rozumieniu art. 4 pkt 5 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, a zarazem porozumienia lub praktyki uzgodnionej w rozumieniu art. 101 ust. 1 Traktatu o funkcjonowaniu Unii Europejskiej (wersja skonsolidowana: Dz. Urz. UE C 202 z 7.06.2016 r., s. 1-388), polegającego na:

1. podziale rynku w odniesieniu do samochodów osobowych marki Kia, co stanowi naruszenie art. 6 ust. 1 pkt 3 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów oraz art. 101 ust. 1 lit. c Traktatu o funkcjonowaniu Unii Europejskiej;
2. ustalaniu cen w odniesieniu do samochodów osobowych marki Kia, co stanowi naruszenie art. 6 ust. 1 pkt 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów oraz art. 101 ust. 1 lit. a Traktatu o funkcjonowaniu Unii Europejskiej.

II. Na podstawie art. 10 ust. 2 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. z 2024 r. poz. 594) oraz art. 5 Rozporządzenia Rady UE nr 1/2003 z dnia 16 grudnia 2002 r. w sprawie wprowadzenia w życie reguł konkurencji ustanowionych w art. 81 i 82 Traktatu (Dz. Urz. UE L 1 z 4.1.2003 r., wersja skonsolidowana Dz. Urz. UE L 148 z 11.6.2009 r.) Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów nakazuje:

- (i) Kia Polska sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie;
- (ii) AS Motors Classic sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie;
- (iii) Jackowi Woźniakowi, prowadzącemu działalność gospodarczą pod firmą Autotechnika Woźniak Jacek Woźniak w Pile;
- (iv) „Gam” – sp. z o.o. z siedzibą we Wrocławiu;
- (v) Landcar spółka z ograniczoną odpowiedzialnością sp. k. z siedzibą w Starowej Górze;
- (vi) Marvel sp. z o.o. z siedzibą w Łodzi;

- (vii) Irenie Pateckiej, prowadzącej działalność gospodarczą pod firmą Irena Patecka IMP Group w Krakowie, jako wspólnik spółki cywilnej pod nazwą AUTO-CENTRUM I.M. PATECKI S.C. Irena Patecka, Marek Patecki w Krakowie;
- (viii) Markowi Pateckiemu, prowadzącemu działalność gospodarczą pod firmą Marek Patecki PHU M.Patecki w Krakowie, jako wspólnik spółki cywilnej pod nazwą AUTO-CENTRUM I.M. PATECKI S.C. Irena Patecka, Marek Patecki w Krakowie;
- (ix) Łukaszowi Pateckiemu, prowadzącemu działalność gospodarczą pod firmą Łukasz Patecki Lukas Auto-Park w Krakowie, jako wspólnik spółki cywilnej pod nazwą Autocentrum Patecki S.C. Łukasz Patecki, Barbara Patecki w Krakowie;
- (x) Barbarze Patecki, prowadzącej działalność gospodarczą pod firmą Projekt Wola Barbara Patecki w Krakowie, jako wspólnik spółki cywilnej pod nazwą Autocentrum Patecki S.C. Łukasz Patecki, Barbara Patecki w Krakowie;
- (xi) Wadowscy sp. z o.o. z siedzibą w Krakowie;
- (xii) „Wrobud” sp. z o. o. z siedzibą we Wrocławiu,

zaniechanie praktyki, o której mowa w pkt. I sentencji decyzji, w zakresie, w jakim nie została ona zaprzestana.

III. Na podstawie art. 106 ust. 1 pkt 1 i 2 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. z 2024 r. poz. 594) oraz art. 5 Rozporządzenia Rady UE nr 1/2003 z dnia 16 grudnia 2002 r. w sprawie wprowadzenia w życie reguł konkurencji ustanowionych w art. 81 i 82 Traktatu (Dz. Urz. UE L 1 z 4.1.2003 r., wersja skonsolidowana Dz. Urz. UE L 148 z 11.6.2009 r.), Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów z tytułu naruszenia zakazów, o których mowa w art. 6 ust. 1 pkt 1 i 3 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, a także art. 101 ust. 1 lit. a i c Traktatu o funkcjonowaniu Unii Europejskiej (Dz. Urz. UE L 1 z 4.1.2003 r., wersja skonsolidowana Dz. Urz. UE L 148 z 11.6.2009 r.), w zakresie określonym w pkt. I sentencji niniejszej decyzji, nakłada na:

- (i) Kia Polska sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie karę pieniężną w wysokości **331 021 284,64 zł** (słownie: trzysta trzydzieści jeden milionów dwadzieścia jeden tysięcy dwieście osiemdziesiąt cztery złote sześćdziesiąt cztery grosze), płatną do budżetu państwa;
- (ii) AS Motors Classic sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie karę pieniężną w wysokości **11 617 847,67 zł** (słownie: jedenaście milionów sześćset siedemnaście tysięcy osiemset czterdzieści siedem złotych sześćdziesiąt siedem groszy), płatną do budżetu państwa;

- (iii) Jacka Woźniaka, prowadzącego działalność gospodarczą pod firmą Autotechnika Woźniak Jacek Woźniak w Pile, karę pieniężną w wysokości **1 443 346,52 zł** (słownie: jeden milion czterysta czterdzieści trzy tysiące trzysta czterdzieści sześć złotych pięćdziesiąt dwa grosze), płatną do budżetu państwa;
- (iv) „Gam” – sp. z o.o. z siedzibą we Wrocławiu karę pieniężną w wysokości **6 880 036,14 zł** (słownie: sześć milionów osiemset osiemdziesiąt tysięcy trzydzieści sześć złotych czternaście groszy), płatną do budżetu państwa;
- (v) Landcar spółka z ograniczoną odpowiedzialnością sp. k. z siedzibą w Starowej Górze karę pieniężną w wysokości **3 661 176,51 zł** (słownie: trzy miliony sześćset sześćdziesiąt jeden tysięcy sto siedemdziesiąt sześć złotych pięćdziesiąt jeden groszy), płatną do budżetu państwa;
- (vi) Marvel sp. z o.o. z siedzibą w Łodzi karę pieniężną w wysokości **27 263 871,67 zł** (słownie: dwadzieścia siedem milionów dwieście sześćdziesiąt trzy tysiące osiemset siedemdziesiąt jeden złotych sześćdziesiąt siedem groszy), płatną do budżetu państwa;
- (vii) Irenę Patecką, prowadzącą działalność gospodarczą pod firmą Irena Patecka IMP Group w Krakowie, jako wspólnik spółki cywilnej pod nazwą AUTO-CENTRUM I.M. PATECKI S.C. Irena Patecka, Marek Patecki w Krakowie karę pieniężną w wysokości **1 032 903,49 zł** (słownie: jeden milion trzydzieści dwa tysiące dziewięćset trzy złote czterdzieści dziewięć groszy), płatną do budżetu państwa;
- (viii) Marka Pateckiego, prowadzącego działalność gospodarczą pod firmą Marek Patecki PHU M.Patecki w Krakowie, jako wspólnik spółki cywilnej pod nazwą AUTO-CENTRUM I.M. PATECKI S.C. Irena Patecka, Marek Patecki w Krakowie karę pieniężną w wysokości **4 257 688,04 zł** (słownie: cztery miliony dwieście pięćdziesiąt siedem tysięcy sześćset osiemdziesiąt osiem złotych cztery grosze), płatną do budżetu państwa;
- (ix) Łukasza Pateckiego, prowadzącego działalność gospodarczą pod firmą Łukasz Patecki Lukas Auto-Park w Krakowie, jako wspólnik spółki cywilnej pod nazwą Autocentrum Patecki S.C. Łukasz Patecki, Barbara Patecki w Krakowie karę pieniężną w wysokości **2 068 717,05 zł** (słownie: dwa miliony sześćdziesiąt osiem tysięcy siedemset siedemnaście złotych pięć groszy), płatną do budżetu państwa;
- (x) Barbarę Patecki, prowadzącą działalność gospodarczą pod firmą Projekt Wola Barbara Patecki w Krakowie, jako wspólnik spółki cywilnej pod nazwą

Autocentrum Patecki S.C. Łukasz Patecki, Barbara Patecki w Krakowie karę pieniężną w wysokości **1 878 814,93 zł** (słownie: jeden milion osiemset siedemdziesiąt osiem tysięcy osiemset czternaście złotych dziewięćdziesiąt trzy grosze), płatną do budżetu państwa;

(xi) Wadowscy sp. z o.o. z siedzibą w Krakowie karę pieniężną w wysokości **8 148 931,36 zł** (słownie: osiem milionów sto czterdzieści osiem tysięcy dziewięćset trzydzieści jeden złotych trzydzieści sześć groszy), płatną do budżetu państwa;

(xii) „Wrobud” sp. z o.o. z siedzibą we Wrocławiu karę pieniężną w wysokości **6 687 061,81 zł** (słownie: sześć milionów sześćset osiemdziesiąt siedem tysięcy sześćdziesiąt jeden złotych osiemdziesiąt jeden groszy), płatną do budżetu państwa.

IV. Na podstawie art. 6a i art. 12a w zw. z art. 10 ust. 1 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. z 2024 r. poz. 594), Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów stwierdza, że Michał Krzewiński, jako osoba zarządzająca przez swoje umyślne działanie i zaniechanie dopuścił do naruszenia przez Landcar spółka z ograniczoną odpowiedzialnością sp. k. z siedzibą w Starowej Górze art. 6 ust. 1 pkt 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów oraz art. 101 ust. 1 lit. a Traktatu o funkcjonowaniu Unii Europejskiej, w sposób, o którym mowa w pkt. I sentencji niniejszej decyzji.

V. Na podstawie art. 6a i art. 12a w zw. z art. 10 ust. 1 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. z 2024 r. poz. 594), Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów stwierdza, że Paweł Białkowski, jako osoba zarządzająca przez swoje umyślne działanie i zaniechanie dopuścił do naruszenia przez Marvel sp. z o.o. z siedzibą w Łodzi art. 6 ust. 1 pkt 1 i 3 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów oraz art. 101 ust. 1 lit. a i c Traktatu o funkcjonowaniu Unii Europejskiej, w sposób, o którym mowa w pkt. I sentencji niniejszej decyzji.

VI. Na podstawie art. 6a i art. 12a w zw. z art. 10 ust. 1 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. z 2024 r. poz. 594), Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów stwierdza, że Agnieszka Adrjan, jako osoba zarządzająca przez swoje umyślne działanie i zaniechanie dopuściła do naruszenia przez „Wrobud” sp. z o.o. z siedzibą we Wrocławiu art. 6 ust. 1 pkt 1 i 3 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów oraz art. 101 ust. 1 lit. a i c Traktatu o funkcjonowaniu Unii Europejskiej, w sposób, o którym mowa w pkt. I sentencji niniejszej decyzji.

VII. Na podstawie art. 6a i art. 12a w zw. z art. 10 ust. 1 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. z 2024 r. poz. 594), Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów stwierdza, że Leszek Sukiennik, jako osoba zarządzająca przez swoje umyślne

działanie i zaniechanie dopuścił do naruszenia przez Kia Polska sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie art. 6 ust. 1 pkt 1 i 3 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów oraz art. 101 ust. 1 lit. a i c Traktatu o funkcjonowaniu Unii Europejskiej, w sposób, o którym mowa w pkt. I sentencji niniejszej decyzji.

- VIII.** Na podstawie art. 6a i art. 12a w zw. z art. 10 ust. 1 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. z 2024 r. poz. 594), Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów stwierdza, że Wojciech Szyszko, jako osoba zarządzająca przez swoje umyślne działanie i zaniechanie dopuścił do naruszenia przez Kia Polska sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie art. 6 ust. 1 pkt 1 i 3 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów oraz art. 101 ust. 1 lit. a i c Traktatu o funkcjonowaniu Unii Europejskiej, w sposób, o którym mowa w pkt. I sentencji niniejszej decyzji.
- IX.** Na podstawie art. 106a ust. 1 i 2 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. z 2024 r. poz. 594), Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów z tytułu odpowiedzialności, o której mowa w art. 6a ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, w zakresie określonym w pkt. IV sentencji niniejszej decyzji nakłada na Michała Krzewińskiego karę pieniężną w wysokości **225 000 zł** (słownie: dwieście dwadzieścia pięć tysięcy złotych), płatną do budżetu państwa.
- X.** Na podstawie art. 106a ust. 1 i 2 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. z 2024 r. poz. 594), Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów z tytułu odpowiedzialności, o której mowa w art. 6a ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, w zakresie określonym w pkt. V sentencji niniejszej decyzji nakłada na Pawła Białkowskiego karę pieniężną w wysokości **420 000 zł** (słownie: czterysta dwadzieścia tysięcy złotych), płatną do budżetu państwa.
- XI.** Na podstawie art. 106a ust. 1 i 2 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. z 2024 r. poz. 594), Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów z tytułu odpowiedzialności, o której mowa w art. 6a ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, w zakresie określonym w pkt. VI sentencji niniejszej decyzji nakłada na Agnieszkę Adrjan karę pieniężną w wysokości **137 800 zł** (słownie: sto trzydzieści siedem tysięcy osiemset złotych), płatną do budżetu państwa.
- XII.** Na podstawie art. 106a ust. 1 i 2 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. z 2024 r. poz. 594), Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów z tytułu odpowiedzialności, o której mowa w art. 6a ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, w zakresie określonym w pkt. VII sentencji niniejszej decyzji nakłada na Leszka Sukiennika karę pieniężną w wysokości **437 500 zł** (słownie: czterysta trzydzieści siedem tysięcy pięćset złotych), płatną do budżetu państwa.

- XIII.** Na podstawie art. 106a ust. 1 i 2 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. z 2024 r. poz. 594), Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów z tytułu odpowiedzialności, o której mowa w art. 6a ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, w zakresie określonym w pkt. VIII sentencji niniejszej decyzji nakłada na Wojciecha Szyszko karę pieniężną w wysokości **433 100 zł** (słownie: czterysta trzydzieści trzy tysiące sto złotych), płatną do budżetu państwa.
- XIV.** Na podstawie art. 105 § 1 ustawy z dnia 14 czerwca 1960 r. Kodeks postępowania administracyjnego (Dz. U. z 2024 r. poz. 572) w związku z art. 83 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. z 2024 r. poz. 594) i art. 3 i art. 5 zdanie trzecie Rozporządzenia Rady (WE) nr 1/2003 z dnia 16 grudnia 2002 r. w sprawie wprowadzenia w życie reguł konkurencji ustanowionych w art. 81 i 82 Traktatu ustanawiającego Wspólnotę Europejską (Dz. Urz. UE L 1 z 4.1.2003 r., wersja skonsolidowana Dz. Urz. UE L 148 z 11.6.2009 r.), Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów umarza jako bezprzedmiotowe postępowanie antymonopolowe wszczęte dnia 25 sierpnia 2022 r. przeciwko Leszkowi Liszyńskiemu, prowadzącemu działalność gospodarczą pod firmą Leszek Liszyński Lee Motors w Komornikach.
- XV.** Na podstawie art. 105 § 1 ustawy z dnia 14 czerwca 1960 r. Kodeks postępowania administracyjnego (Dz. U. z 2024 r. poz. 572) w związku z art. 83 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. z 2024 r. poz. 594), Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów umarza jako bezprzedmiotowe postępowanie antymonopolowe wszczęte dnia 25 sierpnia 2022 r. przeciwko Markowi Borzymowskiemu.
- XVI.** Na podstawie art. 77 ust. 1 oraz art. 80 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. z 2024 r. poz. 594) oraz na podstawie art. 263 i art. 264 § 1 ustawy z dnia 14 czerwca 1960 r. Kodeks postępowania administracyjnego (Dz. U. z 2024 r. poz. 572) w związku z art. 83 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów obciąża kosztami postępowania antymonopolowego następujące podmioty:
- (i) Kia Polska sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie w kwocie **349,90 zł** (słownie: trzysta czterdzieści dziewięć złotych dziewięćdziesiąt groszy);
 - (ii) AS Motors Classic sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie w kwocie **291,50 zł** (słownie: dwieście dziewięćdziesiąt jeden złotych pięćdziesiąt groszy);
 - (iii) Jacka Woźniaka, prowadzącego działalność gospodarczą pod firmą Autotechnika Woźniak Jacek Woźniak w Pile, w kwocie **270,50 zł** (słownie: dwieście siedemdziesiąt złotych pięćdziesiąt groszy);

- (iv) „Gam” – sp. z o.o. z siedzibą we Wrocławiu w kwocie **259,30 zł** (słownie: dwieście pięćdziesiąt dziewięć złotych trzydzieści groszy);
- (v) Landcar spółka z ograniczoną odpowiedzialnością sp. k. z siedzibą w Starowej Górze w kwocie **354,50 zł** (słownie: trzysta pięćdziesiąt cztery złote pięćdziesiąt groszy);
- (vi) Marvel sp. z o.o. z siedzibą w Łodzi w kwocie **258,70 zł** (słownie: dwieście pięćdziesiąt osiem złotych siedemdziesiąt groszy);
- (vii) Irenę Patecką, prowadzącą działalność gospodarczą pod firmą Irena Patecka IMP Group w Krakowie, jako wspólnik spółki cywilnej pod nazwą AUTO-CENTRUM I.M. PATECKI S.C. Irena Patecka, Marek Patecki w Krakowie w kwocie **261,30 zł** (słownie: dwieście sześćdziesiąt jeden złotych trzydzieści groszy);
- (viii) Marka Pateckiego, prowadzącego działalność gospodarczą pod firmą Marek Patecki PHU M.Patecki w Krakowie, jako wspólnik spółki cywilnej pod nazwą AUTO-CENTRUM I.M. PATECKI S.C. Irena Patecka, Marek Patecki w Krakowie w kwocie **261,30 zł** (słownie: dwieście sześćdziesiąt jeden złotych trzydzieści groszy);
- (ix) Łukasza Pateckiego, prowadzącego działalność gospodarczą pod firmą Łukasz Patecki Lukas Auto-Park w Krakowie, jako wspólnik spółki cywilnej pod nazwą Autocentrum Patecki S.C. Łukasz Patecki, Barbara Patecki w Krakowie w kwocie **261,30 zł** (słownie: dwieście sześćdziesiąt jeden złotych trzydzieści groszy);
- (x) Barbarę Patecki, prowadzącą działalność gospodarczą pod firmą Projekt Wola Barbara Patecki w Krakowie, jako wspólnik spółki cywilnej pod nazwą Autocentrum Patecki S.C. Łukasz Patecki, Barbara Patecki w Krakowie w kwocie **261,30 zł** (słownie: dwieście sześćdziesiąt jeden złotych trzydzieści groszy);
- (xi) Wadowscy sp. z o.o. z siedzibą w Krakowie w kwocie **62,80 zł** (słownie: sześćdziesiąt dwa złote osiemdziesiąt groszy);
- (xii) „Wrobud” sp. z o.o. z siedzibą we Wrocławiu w kwocie **300,70 zł** (słownie: trzysta złotych siedemdziesiąt groszy);
- (xiii) Michała Krzewińskiego w kwocie **237,10 zł** (słownie: dwieście trzydzieści siedem złotych dziesięć groszy);

- (xiv) Pawła Białkowskiego w kwocie **227,90 zł** (słownie: dwieście dwadzieścia siedem złotych dziewięćdziesiąt groszy);
- (xv) Agnieszkę Adrjan w kwocie **237,10 zł** (słownie: dwieście trzydzieści siedem złotych dziesięć groszy);
- (xvi) Leszka Sukiennika w kwocie **227,90 zł** (słownie: dwieście dwadzieścia siedem złotych dziewięćdziesiąt groszy);
- (xvii) Wojciecha Szyszko w kwocie **227,90 zł** (słownie: dwieście dwadzieścia siedem złotych dziewięćdziesiąt groszy),

i zobowiązuje do uiszczenia tych kosztów na rzecz Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów w terminie 14 dni od daty uprawomocnienia się decyzji.

UZASADNIENIE

1. Przedmiot postępowania

- (1) Postępowanie antymonopolowe w sprawie, której dotyczy niniejsza decyzja, zostało wszczęte po uprzednim przeprowadzeniu przez Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów (dalej: „**Prezes Urzędu**”) postępowania wyjaśniającego pod sygnaturą akt DOK-1.400.10.2020.JM.FW, mającego na celu wstępne ustalenie, czy w związku z działalnością przedsiębiorców zajmujących się obrotem pojazdami marki KIA mogło dojść do naruszenia ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów lub Traktatu o funkcjonowaniu Unii Europejskiej (Dz. Urz. UE L 1 z 4.1.2003 r., wersja skonsolidowana Dz. Urz. UE L 148 z 11.6.2009 r.; dalej: „**TFUE**”), uzasadniającego wszczęcie postępowania antymonopolowego, w tym ustalenie, czy sprawa ma charakter antymonopolowy.
- (2) W toku postępowania wyjaśniającego, Prezes Urzędu dnia 11 maja 2021 r. rozpoczął przeszukania u podmiotów sektora motoryzacyjnego, zajmujących się obrotem pojazdami marki Kia.
- (3) W dniu 25 sierpnia 2022 r. Prezes Urzędu wszczął niniejsze postępowanie antymonopolowe i zawiadomił o tym fakcie jego strony.
- (4) Strony – Kia Polska sp. z o.o., „Gam” – sp. z o.o., Landcar spółka z ograniczoną odpowiedzialnością sp.k., pan Michał Krzewiński, Wadowscy sp. z o.o. – przedstawiły w odpowiedzi na zawiadomienie o wszczęciu postępowania swoje stanowiska w sprawie.
- (5) W dniu 7 marca 2024 r. Prezes Urzędu, zgodnie z określoną w art. 9 ustawy z dnia 14 czerwca 1960 r. – Kodeks postępowania administracyjnego (Dz. U. z 2024 r. poz. 572; dalej: „**k.p.a.**”)

zasadą informowania stron o okolicznościach faktycznych i prawnych, które mogą mieć wpływ na ustalenie ich praw i obowiązków będących przedmiotem postępowania, skierował do stron postępowania antymonopolowego dokument zawierający szczegółowe uzasadnienie zarzutów w niniejszej sprawie (dalej: „SUZ”). W SUZ przedstawiony został ustalony w postępowaniu stan faktyczny oraz zaprezentowana została jego ocena prawna. Ponadto w SUZ wskazane zostały okoliczności mające wpływ na wysokość kar pieniężnych. Jednocześnie strony postępowania zostały poinformowane o możliwości przedstawienia swojego stanowiska w odpowiedzi na SUZ. Z możliwości przedstawienia stanowiska skorzystały następujące strony postępowania: AS Motors Classic sp. z o.o., Jacek Woźniak prowadzący działalność gospodarczą pod firmą Autotechnika Woźniak Jacek Woźniak, „Gam” – sp. z o.o., Wadowscy sp. z o.o., pan Wojciech Szyszko, Kia Polska sp. z o.o., pan Leszek Sukiennik, „Wrobud” sp. z o.o., Marvel sp. z o.o.

- (6) Pismem z 6 czerwca 2024 r. Prezes Urzędu zawiadomił strony o zakończeniu postępowania dowodowego w sprawie oraz o możliwości przedstawienia ostatecznego stanowiska. Co do zebranego materiału w sprawie wypowiedziały się następujące strony postępowania: pan Wojciech Szyszko, AS Motors Classic sp. z o.o., Łukasz Patecki prowadzący działalność gospodarczą pod firmą Łukasz Patecki Lukas Auto-Park, Barbara Patecki prowadząca działalność gospodarczą pod firmą Projekt Wola Barbara Patecki, Łukasz Patecki prowadzący działalność gospodarczą pod firmą Łukasz Patecki Lukas Auto-Park, Barbara Patecki prowadząca działalność gospodarczą pod firmą Projekt Wola Barbara Patecki w Krakowie, Kia Polska sp. z o.o., pan Leszek Sukiennik, „Wrobud” sp. z o.o., pani Agnieszka Adrian, Jacek Woźniak prowadzący działalność gospodarczą pod firmą Autotechnika Woźniak Jacek Woźniak, Landcar spółka z ograniczoną odpowiedzialnością sp.k., pan Michał Krzewiński.
- (7) W związku z postawieniem stronom postępowania zarzutów w oparciu o przepisy prawa unijnego, Prezes Urzędu poinformował o wszczęciu postępowania antymonopolowego Komisję Europejską. Stosownie do art. 11 ust. 4 Rozporządzenia Rady UE 1/2003 z dnia 16 grudnia 2002 r. w sprawie wprowadzenia w życie reguł konkurencji ustanowionych w art. 81 i 82 Traktatu (Dz. Urz. UE L 1 z 4.1.2003 r., wersja skonsolidowana Dz. Urz. UE L 148 z 11.6.2009 r.; dalej: „**Rozporządzenie 1/2003**”), w dniu 7 czerwca 2024 r. Prezes Urzędu przedstawił Komisji przewidywaną decyzję w przedmiotowej sprawie.
- (8) Jednocześnie Prezes Urzędu wskazuje, że w toku postępowania, w dniu 20 maja 2023 r., weszła w życie ustawa z dnia 9 marca 2023 r. o zmianie ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów oraz niektórych innych ustaw (Dz.U. z 2023 r. poz. 852). Zgodnie z art. 13 tej ustawy do spraw, w których postępowanie wszczęto przed jej dniem wejścia w życie stosuje się przepisy dotychczasowe, tj. ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. z 2024 r. poz. 594; dalej: „**u.o.k.k.**”). W tym stanie rzeczy, mając na

uwadze, że postępowanie w niniejszej sprawie zostało wszczęte dnia 25 sierpnia 2022 r., a więc przed dniem wejścia w życie powyższej ustawy, podstawę rozstrzygnięcia Prezesa Urzędu stanowią będą przepisy ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów w brzmieniu obowiązującym przed ww. nowelizacją.

- (9) Część informacji, na których Prezes Urzędu opiera niniejszą decyzję podlega ochronie prawnej i nie może być podana do wiadomości publicznej. Wobec powyższego informacje tego rodzaju zostaną zastąpione nawiasami kwadratowymi wraz z oznaczeniem „**informacja prawnie chroniona**” i pozostaną niewidoczne w publicznie dostępnej treści decyzji.
- (10) Prezes Urzędu stwierdził, że działania stron postępowania naruszały reguły konkurencji określone w art. 6 u.o.k.k. oraz art. 101 TFUE.
- (11) W kolejnych częściach uzasadnienia Prezes Urzędu omawia, jakie działania podejmowały strony postępowania oraz dlaczego stanowiły one naruszenie prawa.

2. Podmioty, których dotyczy sprawa

2.1. Kia Polska sp. z o.o.

- (12) Kia Polska sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie (dalej: „**Kia Polska**”) jest spółką z ograniczoną odpowiedzialnością wpisaną do rejestru przedsiębiorców Krajowego Rejestru Sądowego pod numerem KRS 0000018778. 100% udziałów spółki posiada KIA Deutschland GmbH.
- (13) Kia Polska prowadzi m.in. działalność w zakresie sprzedaży hurtowej i detalicznej samochodów osobowych i furgonetek, a także sprzedaży hurtowej części i akcesoriów do pojazdów samochodowych. Spółka jest dystrybutorem hurtowym i detalicznym pojazdów marki Kia na terenie Polski. Kia Polska dysponuje również możliwością prowadzenia sprzedaży bezpośredniej do określonego kręgu odbiorców.¹

2.2. „Wrobud” sp. z o.o.

- (14) „Wrobud” sp. z o. o. z siedzibą we Wrocławiu (dalej: „**Wrobud**”) to spółka z ograniczoną odpowiedzialnością wpisaną do rejestru przedsiębiorców Krajowego Rejestru Sądowego pod numerem KRS 0000073664.
- (15) Zgodnie z danymi ujawnionymi w rejestrze przedsiębiorców, przedmiotem działalności Wrobud jest m.in. sprzedaż hurtowa i detaliczna samochodów osobowych, części i akcesoriów do samochodów osobowych, a także konserwacja i naprawa pojazdów samochodowych. Od

¹ Sprzedaż bezpośrednia realizowana przez Kia Polska ma marginalny charakter w skali roku i obejmuje pojedyncze auta. Sprzedaż bezpośrednia prowadzona jest m.in. do firm wynajmu długoterminowego i krótkoterminowego, partnerów w transakcjach barterowych, organizacji międzynarodowych i ich urzędów, w celach związanych ze sprzedażą flotową lub sprzedażą na rzecz korporacji lub grup.

2006 r. Wrobud jest autoryzowanym dealerem pojazdów marki Kia. W latach 2006-2021 Wrobud prowadził sprzedaż w jednym punkcie we Wrocławiu.

Dowód: załącznik nr 9 do pisma Kia Polska z 13 listopada 2023 r., k. 1597a.

2.3. AS Motors Classic sp. z o.o.

(16) AS Motors Classic sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie (dalej: „**AS Motors**”) jest spółką z ograniczoną odpowiedzialnością wpisaną do rejestru przedsiębiorców Krajowego Rejestru Sądowego pod numerem KRS 0000225552.

(17) W ramach swojej działalności AS Motors zajmuje się m.in. sprzedażą hurtową i detaliczną samochodów osobowych oraz części i akcesoriów do pojazdów samochodowych, a także konserwacją i naprawą pojazdów samochodowych. Od 2005 r. AS Motors jest autoryzowanym dealerem pojazdów marki Kia. W latach 2005-2021 AS Motors prowadził sprzedaż samochodów marki Kia łącznie w trzech punktach sprzedaży, tj. jednym w Nadarzynie i dwóch w Warszawie.

Dowód: załącznik nr 9 do pisma Kia Polska z 13 listopada 2023 r., k. 1597a.

2.4. Autotechnika Jacek Woźniak

(18) Jacek Woźniak, prowadzący działalność gospodarczą pod firmą Autotechnika Woźniak Jacek Woźniak w Pile (dalej: „**Autotechnika Woźniak**”), jest podmiotem wpisanym do Centralnej Ewidencji i Informacji o Działalności Gospodarczej identyfikującym się numerem REGON 008285172. Zgodnie z danymi ujawnionymi w bazie przedsiębiorców Centralnej Ewidencji i Informacji o Działalności Gospodarczej, przedsiębiorca zajmuje się m.in. sprzedażą oraz naprawą samochodów osobowych, a także sprzedażą części i akcesoriów samochodowych. Od 2011 r. Autotechnika Woźniak jest autoryzowanym dealerem samochodów osobowych marki Kia. W latach 2011-2021 Autotechnika Woźniak prowadził sprzedaż samochodów marki Kia w jednym punkcie sprzedaży w Pile.

Dowód: załącznik nr 9 do pisma Kia Polska z 13 listopada 2023 r., k. 1597a.

2.5. „Gam” – sp. z o.o.

(19) „Gam” – sp. z o.o. z siedzibą we Wrocławiu (dalej: „**Gam**”) jest spółką z ograniczoną odpowiedzialnością wpisaną do rejestru przedsiębiorców Krajowego Rejestru Sądowego pod numerem KRS 0000135313.

(20) Gam zajmuje się m.in. obrotem pojazdami samochodowymi oraz ich serwisowaniem. Od 2003 r. Gam współpracuje z Kia Polska jako autoryzowany dealer marki Kia. W latach

2003-2021 Gam prowadził sprzedaż łącznie w dwóch punktach sprzedaży, tj. w Długołęce i w Lubinie.

Dowód: załącznik nr 9 do pisma Kia Polska z 13 listopada 2023 r., k. 1597a.

2.6. Landcar spółka z ograniczoną odpowiedzialnością sp.k.

- (21) Landcar spółka z ograniczoną odpowiedzialnością sp. k. z siedzibą w Starowej Górze (dalej: „**Landcar**”) jest spółką komandytową wpisaną do rejestru przedsiębiorców Krajowego Rejestru Sądowego pod numerem KRS 0000466734. Komplementariuszem spółki jest Landcar spółka z ograniczoną odpowiedzialnością z siedzibą w Starowej Górze.
- (22) W ramach swojej działalności Landcar zajmuje się m.in. sprzedażą hurtową i detaliczną samochodów osobowych, konserwacją i naprawą pojazdów samochodowych oraz sprzedażą detaliczną części i akcesoriów do pojazdów samochodowych. Landcar jest autoryzowanym dealerem samochodów osobowych marki Kia od 29 grudnia 2017 r. i prowadzi salon sprzedaży w Starowej Górze. Wcześniej ten punkt sprzedaży prowadzony był przez pana Dariusza Krzewińskiego, prowadzącego działalność gospodarczą pod firmą Autoryzowany Dystrybutor Kia Z.B.L.S. Landcar Dariusz Krzewiński (dalej: „**Landcar Dariusz Krzewiński**”), który był autoryzowanym dealerem pojazdów marki Kia od 2004 r. W 2018 r. Landcar Dariusz Krzewiński wniósł aportem część dotychczasowego przedsiębiorstwa do spółki komandytowej, tj. Landcar spółka z ograniczoną odpowiedzialnością sp.k. Dariusz Krzewiński jest komandytariuszem Landcar spółka z ograniczoną odpowiedzialnością sp.k.

Dowody:

- pismo Landcar z 19 grudnia 2023 r. (str. 2), k. 1669;
- pismo Kia Polska z 15 grudnia 2023 r., k. 1647;
- załącznik nr 9 do pisma Kia Polska z 13 listopada 2023 r., k. 1597a.

2.7. Marvel sp. z o.o.

- (23) Marvel sp. z o.o. z siedzibą w Łodzi (dalej: „**Marvel**”) jest spółką z ograniczoną odpowiedzialnością wpisaną do rejestru przedsiębiorców Krajowego Rejestru Sądowego pod numerem KRS 0000142101.
- (24) Zgodnie z danymi ujawnionymi w rejestrze przedsiębiorców przedmiot działalności spółki obejmuje m.in. sprzedaż hurtową i detaliczną samochodów osobowych i pozostałych pojazdów osobowych, konserwację i naprawę pojazdów samochodowych oraz sprzedaż hurtową i detaliczną części i akcesoriów do pojazdów samochodowych. Od 2005 r. Marvel jest autoryzowanym dealerem pojazdów marki Kia. W latach 2005-2021 Marvel prowadził sprzedaż łącznie w trzech lokalizacjach, tj. w Łodzi, Bełchatowie i Poznaniu.

Dowód: załącznik nr 9 do pisma Kia Polska z 13 listopada 2023 r., k. 1597a.

2.8. Auto-Centrum I.M. Patecki s.c.

- (25) Irena Patecka prowadząca działalność gospodarczą pod firmą Irena Patecka IMP Group w Krakowie oraz Marek Patecki prowadzący działalność gospodarczą pod firmą Marek Patecki PHU M. Patecki w Krakowie, są wspólnikami spółki cywilnej o nazwie AUTO-CENTRUM I.M. PATECKI S.C. Irena Patecka, Marek Patecki w Krakowie (dalej: „**Auto-Centrum I.M. Patecki**”).
- (26) Irena Patecka zgodnie z danymi ujawnionymi w bazie przedsiębiorców Centralnej Ewidencji i Informacji o Działalności Gospodarczej identyfikuje się numerem REGON 351112112 oraz zajmuje się m.in. sprzedażą hurtową i detaliczną samochodów osobowych oraz ich części, a także konserwacją i naprawą pojazdów samochodowych. Marek Patecki zgodnie z danymi ujawnionymi w bazie przedsiębiorców Centralnej Ewidencji i Informacji o Działalności Gospodarczej identyfikuje się numerem REGON 351064732 oraz zajmuje się m.in. sprzedażą hurtową i detaliczną samochodów osobowych oraz ich części, a także konserwacją i naprawą pojazdów samochodowych.
- (27) W ramach swojej działalności Auto-Centrum I.M. Patecki zajmuje się obrotem oraz konserwacją pojazdów samochodowych. Od 2000 r. Auto-Centrum I.M. Patecki współpracuje z Kia Polska jako autoryzowany dealer samochodów osobowych marki Kia. W latach 2000-2015 Auto-Centrum I.M. Patecki prowadziło sprzedaż w Krakowie i Kielcach, natomiast od 2015 r. prowadzi sprzedaż w dwóch punktach sprzedaży w Krakowie. Punkty sprzedaży w Krakowie posługują się adresem mailowym „sprzedaz.patecki@kiamotors.pl”.

Dowody:

- pismo Ireny Pateckiej z 13 lipca 2022 r., k. 534-535;
- pismo Marka Pateckiego z 13 lipca 2022 r., k. 537-538;
- załącznik nr 9 do pisma Kia Polska z 13 listopada 2023 r., k. 1597a.

2.9. Autocentrum Patecki s.c.

- (28) Łukasz Patecki, prowadzący działalność gospodarczą pod firmą Łukasz Patecki Lukas Auto-Park w Krakowie oraz Barbara Patecki, prowadząca działalność gospodarczą pod firmą Projekt Wola Barbara Patecki w Krakowie są wspólnikami spółki cywilnej o nazwie Autocentrum Patecki s.c. Łukasz Patecki, Barbara Patecki w Krakowie (dalej: „**Autocentrum Patecki**”).
- (29) Łukasz Patecki zgodnie z danymi ujawnionymi w bazie przedsiębiorców Centralnej Ewidencji i Informacji o Działalności Gospodarczej identyfikuje się numerem REGON 121179376 oraz zajmuje się m.in. sprzedażą hurtową i detaliczną samochodów osobowych oraz ich części,

a także konserwacją i naprawą pojazdów samochodowych. Barbara Patecki zgodnie z danymi ujawnionymi w bazie przedsiębiorców Centralnej Ewidencji i Informacji o Działalności Gospodarczej identyfikuje się numerem REGON 360372837 oraz zajmuje się m.in. sprzedażą hurtową i detaliczną samochodów osobowych oraz ich części, a także konserwacją i naprawą pojazdów samochodowych.

- (30) Od lipca 2015 r. Autocentrum Patecki jest autoryzowanym dealerem samochodów osobowych marki Kia. W latach 2015-2021 Autocentrum Patecki prowadziło sprzedaż łącznie w dwóch punktach, tj. w Kielcach i Sandomierzu. Punkt sprzedaży w Kielcach posługuje się adresem mailowym „sprzedaz2.patecki@kiamotors.pl”, natomiast punkt sprzedaży w Sandomierzu adresem mailowym „sprzedaz3.patecki@kiamotors.pl”.

Dowody:

- pismo Barbary Patecki z 13 lipca 2022 r., k. 543-544;
- pismo Łukasza Pateckiego z 13 lipca 2022 r., k. 540-541;
- załącznik nr 9 do pisma Kia Polska z 13 listopada 2023 r., k. 1597a.

2.10. Wadowscy sp. z o.o.

- (31) Wadowscy sp. z o. o. z siedzibą w Krakowie (dalej: „**Wadowscy**”) to spółka z ograniczoną odpowiedzialnością wpisana do rejestru przedsiębiorców Krajowego Rejestru Sądowego pod numerem KRS 0000100056.
- (32) Spółka prowadzi działalność w zakresie sprzedaży hurtowej i detalicznej samochodów osobowych, sprzedaży hurtowej i detalicznej części i akcesoriów do pojazdów samochodowych oraz konserwacji i naprawy pojazdów samochodowych. Od 2011 r. Wadowscy prowadzi sprzedaż jako autoryzowany dealer pojazdów marki Kia. W latach 2011-2021 spółka Wadowscy prowadzi sprzedaż w jednym punkcie sprzedaży w Gaju.

Dowód: załącznik nr 9 do pisma Kia Polska z 13 listopada 2023 r., k. 1597a.

2.11. Lee Motors Leszek Liszyński

- (33) Leszek Liszyński, prowadzący działalność gospodarczą pod firmą Leszek Liszyński Lee Motors w Komornikach (dalej: „**Leszek Liszyński Lee Motors**”) do 28 listopada 2023 r. był podmiotem wpisanym do Centralnej Ewidencji i Informacji o Działalności Gospodarczej i identyfikował się numerem REGON 630130485. Zgodnie z danymi ujawnionymi w bazie przedsiębiorców Centralnej Ewidencji i Informacji o Działalności Gospodarczej przedsiębiorca zajmował się m.in. sprzedażą hurtową i detaliczną samochodów osobowych oraz ich części, a także konserwacją i naprawą pojazdów samochodowych.

- (34) Od 1997 r. Leszek Liszyński Lee Motors był autoryzowanym dealerem samochodów osobowych marki Kia. W latach 1997-2021 Leszek Liszyński Lee Motors prowadził sprzedaż samochodów marki Kia w jednym punkcie sprzedaży w Komornikach.
- (35) W dniu 22 listopada 2023 r. działalność gospodarcza Leszek Liszyński Lee Motors prowadzona w formie jednoosobowej działalności gospodarczej została zakończona, a 28 listopada 2023 r. wykreślono tę działalność z rejestru. Dnia 1 stycznia 2024 r. zmarł pan Leszek Liszyński.

- Dowody:**
- pismo Leszek Liszyński Lee Motors z 15 grudnia 2023 r. wraz z załącznikiem stanowiącym informację o wykreśleniu Lee Motors z rejestru CEIDG, k. 1654-1658;
 - pismo pełnomocnika Leszek Liszyński Lee Motors z 9 stycznia 2024 r. wraz z załącznikiem stanowiącym potwierdzoną za zgodność z oryginałem kopię odpisu skróconego aktu zgonu pana Leszka Liszyńskiego, k. 1684-1686;
 - załącznik nr 9 do pisma Kia Polska z 13 listopada 2023 r., k. 1597a.

2.12. Wojciech Szyszko

- (36) Pan Wojciech Szyszko od 1 maja 2004 r. do 29 grudnia 2020 r.² zajmował w Kia Polska stanowisko Dyrektora Zarządzającego. Do zakresu jego obowiązków należało wspieranie zarządu Kia Polska we **[informacja prawnie chroniona]**.

Dowód: pismo Kia Polska z 12 lipca 2022 r. (str. 23 i 24), k. 557.

2.13. Leszek Sukiennik

- (37) Pan Leszek Sukiennik od 8 lutego 2016 r. do 31 grudnia 2020 r. zajmował w Kia Polska stanowisko Kierownika Generalnego Sprzedaży i Marketingu, a od 1 stycznia 2021 r. był zatrudniony w Kia Polska jako Dyrektor Zarządzający. Pełniąc funkcję Kierownika Generalnego Sprzedaży i Marketingu do zakresu jego obowiązków należało m.in.: **[informacja prawnie chroniona]**. Z kolei obowiązki pana Leszka Sukiennika na stanowisku Dyrektora Zarządzającego pokrywały się z zakresem obowiązków pana Wojciecha Szyszko, wymienionymi w akapicie (36) powyżej.

Dowód: pismo Kia Polska z 12 lipca 2022 r. (str. 23 i 24), k. 557.

² Pan Wojciech Szyszko był zatrudniony w Kia Polska do 29 grudnia 2020 r.

2.14. Agnieszka Adrjan

- (38) Pani Agnieszka Adrjan od 24 sierpnia 2012 r. do 31 lipca 2019 r. zajmowała stanowisko kierownika w salonie Wrobud, a od 1 sierpnia 2019 r. pełniła rolę dyrektora sprzedaży we Wrobud. Jednocześnie pani Agnieszka Adrjan od 2 czerwca 2017 r. zajmuje we Wrobud stanowisko prokurenta samoistnego.
- (39) Obowiązki pani Agnieszki Adrjan jako kierownika salonu Wrobud obejmowały m.in.: (i) wykonywanie zleconych przez przełożonego zadań związanych z obsługą klientów salonu, (ii) organizowanie pracy podległym pracownikom w sposób zapewniający prawidłowe i racjonalne funkcjonowanie salonu, (iii) realizowanie założonych celów sprzedażowych oraz realizacja bonusu jakościowego za sprzedaż, (iv) nadzór nad podległymi pracownikami w zakresie zapisywania historii kontaktów z klientem i prawidłowego wprowadzania zamówień produkcyjnych samochodów klientów do systemu Dealer Portal, a także (v) uczestnictwo w szkoleniach organizowanych przez Kia Polska. Z kolei jako dyrektor sprzedaży we Wrobud jej zakres obowiązków obejmował m.in.: (i) planowanie pracy w Dziale Sprzedaży, (ii) zarządzanie zespołem pracowników Działu Sprzedaży, (iii) nadzorowanie i weryfikacja realizowanych zleceń. Z chwilą objęcia przez panią Agnieszkę Adrjan funkcji prokurenta samoistnego zakres jej obowiązków został rozszerzony o uprawnienie do reprezentowania Wrobud jako jej pełnomocnik przy zawieraniu umów z kontrahentami i klientami spółki.

- Dowody:**
- pismo Wrobud z 26 października 2023 r. wraz z załącznikami, k. 1545-1547, 1556-1561.
 - pismo Wrobud z 16 listopada 2023 r., k. 1614;
 - pismo Wrobud z 14 grudnia 2023 r. wraz z załącznikiem, k. 1677-1678.

2.15. Michał Krzewiński

- (40) Pan Michał Krzewiński od 21 lutego 2013 r. jest prezesem zarządu spółki będącej uprawnionym do reprezentacji komplementariuszem Landcar, tj. Landcar sp. z o.o. z siedzibą w Starowej Górze, wpisanej do rejestru przedsiębiorców Krajowego Rejestru Sądowego pod numerem KRS 0000452100. Od 29 grudnia 2017 r., tj. od momentu, w którym Landcar spółka z ograniczoną odpowiedzialnością sp. k. stała się autoryzowanym dealerem pojazdów marki Kia, pan Michał Krzewiński reprezentuje Landcar we wszelkich sprawach dotyczących spółki, za wyjątkiem tych w stosunku do których przepisy prawa przewidują współdziałanie wspólników lub samodzielnie działanie komandytariuszy. Jednocześnie przed 29 grudnia 2017 r. pan Michał Krzewiński sprawował funkcję „pełnomocnika właściciela” Landcar Dariusz Krzewiński.

- Dowody:**
- pismo Landcar z 2 listopada 2023 r., k. 1612;
 - wiadomość e-mail z 20 lipca 2015 r. (15:53); Nadawca: Michał Krzewiński (Landcar Dariusz Krzewiński); Adresat: [informacja prawnie chroniona] (Kia Polska); Temat: FW: [informacja prawnie chroniona], k. 16.

2.16. Paweł Białkowski

- (41) Pan Paweł Białkowski w latach 2013-2021 zajmował w Marvel stanowisko prezesa zarządu. Do zakresu jego obowiązków w Marvel należało zarządzanie, koordynowanie i kierowanie działalnością spółki. Pan Paweł Białkowski podejmował działania mające na celu osiągnięcie określonych celów biznesowych spółki oraz wyznaczał zadania i cele dla osób zarządzających poszczególnymi działami w spółce. Ponadto pan Paweł Białkowski reprezentował Marvel w kontaktach z partnerami biznesowymi.

Dowód: pismo Marvel z 23 października 2023 r., k. 1543.

2.17. Marek Borzymowski

- (42) Pan Marek Borzymowski od 1 stycznia 2013 r. do 19 czerwca 2013 r. zajmował w AS Motors stanowisko prezesa zarządu, od 20 czerwca 2013 r. do 30 sierpnia 2013 r. pełnił funkcję prokurenta spółki, natomiast od 30 sierpnia 2013 r. do 31 grudnia 2021 r. ponownie sprawował w AS Motors funkcję prezesa zarządu.
- (43) W latach 2013-2020 zakres obowiązków pana Marka Borzymowskiego nie ulegał zmianie, niezależnie od nazwy funkcji, jaką pełnił. Do zakresu jego obowiązków należało prowadzenie spraw spółki, w szczególności (i) organizacja poszczególnych działów w AS Motors poprzez dobór kadry kierowniczej i załogi pracowniczej oraz zapewnienie wyposażenia działów w odpowiedni sprzęt i środki, (ii) współpraca z importerem samochodów, (iii) planowanie i prowadzenie inwestycji (nowe salony i oddziały), (iv) planowanie i nadzór działań marketingowych, (v) uczestniczenie w zawieraniu dużych kontraktów na sprzedaż samochodów i usług serwisowych, (vi) bieżący kontakt z opiekunami sprzedaży, posprzedaży i serwisu, (vii) uczestniczenie w spotkaniach, konferencjach, szkoleniach produktowych, (viii) współpraca z bankami i innymi instytucjami finansowymi, (ix) sprawy kadrowe i księgowe.

- Dowody:**
- pismo AS Motors z 23 października 2023 r., k. 1529;
 - pismo AS Motors z 13 listopada 2023 r., k. 1582-1584.

3. Produkty, których dotyczy sprawa

- (44) Przedmiotowe porozumienie dotyczy nowych (nieużywanych) samochodów osobowych marki Kia, będących przedmiotem obrotu w Polsce. Do tej kategorii produktów należą pojazdy

o dopuszczalnej masie całkowitej do 3,5 tony, które przeznaczone są do przewożenia nie więcej niż 9 osób łącznie z kierowcą. Pojazdy te występują w różnych modelach.

- (45) Pojazdy marki Kia sprzedawane w Polsce produkowane są w Słowacji oraz Korei przez podmioty należące do Kia Corporation, części grupy kapitałowej Hyundai Motor Group. Kia Polska pełni rolę hurtowego dystrybutora i podmiotu wprowadzającego te pojazdy do obrotu na rynku polskim.
- (46) Samochody osobowe nabywane są zarówno przez podmioty prowadzące działalność gospodarczą na potrzeby wykonywania tej działalności, jak i przez osoby fizyczne do prywatnego użytku, a także przez podmioty publiczne.

4. Kontekst działań rynkowych

- (47) Dystrybucja nowych pojazdów samochodowych marki Kia na terenie Polski opiera się na systemie dystrybucji selektywnej. Na czele systemu stoi Kia Polska, pełniąc rolę dystrybutora hurtowego i detalicznego pojazdów marki Kia na polski rynek. Na niższym szczeblu systemu funkcjonują dystrybutorzy (dalej: „**dealerzy Kia Polska**”), którzy stanowią oddzielne i niezależne podmioty gospodarcze, niepowiązane kapitałowo ani osobowo z Kia Polska. W latach 2013-2021 Kia Polska współpracowała łącznie z [informacja prawnie chroniona] autoryzowanymi dystrybutorami działającymi na terenie całego kraju.

Tabela 1: Dealerzy Kia Polska w latach 2013-2021

Lp.	Nazwa	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
1	AS Motors	tak	tak	tak	Tak	tak	tak	tak	tak	tak
2	Autotechnika Woźniak	tak	tak	tak	Tak	tak	tak	tak	tak	tak
3	Gam	tak	tak	tak	Tak	tak	tak	tak	tak	
4	Landcar	nie (autoryzowany dealer: Landcar Dariusz Krzewiński)	nie (autoryzowany dealer: Landcar Dariusz Krzewiński)	nie (autoryzowany dealer: Landcar Dariusz Krzewiński)	nie (autoryzowany dealer: Landcar Dariusz Krzewiński)	tak (od 29 grudnia 2017 r.)	tak	tak	tak	tak
5	Marvel	tak	tak	tak	Tak	tak	tak	tak	tak	tak
6	Auto-Centrum I.M. Patecki	tak	tak	Tak	Tak	tak	tak	tak	tak	tak
7	Autocentrum Patecki	nie	nie	tak (od lipca 2015 r.)	Tak	tak	tak	tak	tak	tak
8	Wadowscy	tak	tak	Tak	Tak	tak	tak	tak	tak	tak
9	Wrobud	tak	tak	Tak	Tak	tak	tak	tak	tak	tak
10	Leszek Liszyński Lee Motors	tak	tak	Tak	Tak	tak	tak	tak	tak	tak
11	RM FILIPOWICZ sp. z o.o. sp.k. (dawniej: RM FILIPOWICZ Auto Salon Marek Filipowicz)	tak	tak	Tak	Tak	tak	tak	tak	tak	tak
12	MALIBU-AUTO-CENTRUM sp. z o.o.	tak	tak	Tak	Tak	tak (do czerwca 2017 r.)	nie	nie	nie	nie
13	CONTINENTAL AUTO sp. z o.o.	tak	tak	Tak	Tak	nie	nie	nie	nie	nie
14	POLESZAK sp. z o.o. (dawniej: PPHU „POLESZAK” Zdzisław Polesza)	tak	tak	tak (do marca 2015 r.)	nie	nie	nie	nie	nie	nie

15	P.H.U. AUTO-MONIKA Józef Jasica	tak	tak	tak	tak	tak	tak	tak	tak	tak
16	Top Motors sp. z o.o. (dawniej: PH-U TOP MOTORS Swietlana Topczewska)	tak	tak	tak	tak	tak	tak	tak	tak	tak
17	TECHNOTOP sp. z o.o.	tak	tak	tak	tak	tak	tak	tak	tak	tak
18	„AUTO-MIG P.OKLESINSKI I M.LUBOWSKA” sp. j.	tak	tak	tak	tak	tak	tak	tak	tak	tak
19	RAKOWSKI - Mariusz Rakowski	tak	tak	tak	tak	tak	tak	tak	tak	tak
20	MAKAREWICZ Autoryzowany Dealer KIA Motors Wojciech Makarewicz	tak	tak	tak	tak	tak	tak	tak	tak	tak
21	DEPCZYNSKI HENRYK „Auto Depczyński”	tak	tak	tak	tak	tak	tak	tak	tak	tak
22	Car-Droom sp. z o. o. sp. k.	tak	tak	tak	tak	tak	tak	tak	tak	tak
23	MGT Marta Tataj, Andrzej Dymek sp. j.	tak	tak	tak	tak	tak	tak	tak	tak	tak
24	Moto sp. z o.o. (dawniej: MOTO Kwiatkowski sp. j.)	tak	tak	tak	tak	tak	tak	tak	tak	tak
25	SOLIX sp. z o.o.	tak	tak	tak	tak	tak (do grudnia 2017 r.)	nie	nie	nie	nie
26	Grupa Auto sp. z o.o. sp.k. (dawniej: PHU RYSZARD NOWICKI)	tak	tak	tak	tak	tak	tak	tak	tak	tak
27	PHU K&K KRZYSZTOF WOJTANOWICZ	tak	tak	tak	tak	tak	tak	tak	tak	tak
28	„AUTO-COMA” PM sp. z o.o.	tak	tak	tak (do marca 2015 r.)	nie	nie	nie	nie	nie	nie
29	MULTITRUCK sp. z o.o.	tak	tak	tak	tak	tak	tak	tak	tak	tak
30	PM „AUTO-GDYNIA” sp. z o.o.	tak	tak (do czerwca 2014 r.)	nie	nie	nie	nie	nie	nie	nie
31	P.U.H. Etrans sp. z o.o.	tak	tak	tak	tak	tak	tak	tak	tak	tak
32	P.H.U. ASPOL Zbigniew Krysiak	tak	tak	tak	tak	tak	tak	tak	tak	tak
33	MOTO-BUDREX sp. z o.o.	tak	tak	tak	tak	tak	tak	tak (do czerwca 2019 r.)	nie	nie
34	Auto Salon „SOLEY” Dariusz Solarski	tak	tak	tak	tak	tak (do maja 2017 r.)	nie	nie	nie	nie
35	AUTO-LAKUS Stanisław i Robert Winckiewicz sp. j.	tak	tak	tak	tak	tak	tak	tak	tak	tak
36	BDG sp. z o.o.	tak	tak	tak	tak	tak	tak	tak	tak	tak
37	F.H.U. AUTO-KOMPLEKS Wojciech Butrym	tak	tak	tak (do maja 2015 r.)	nie	nie	nie	nie	nie	nie
38	AUTOTECH sp. z o.o. (dawniej: AGROMAX sp. z o.o.)	tak	tak	tak	tak	tak	tak	tak	tak	tak
39	SKP ROBERT KRZEWSKI	tak	tak	tak	tak	tak (do czerwca 2017 r.)	nie	nie	nie	nie
40	K&K BIELICKIE sp. z o.o.	tak	tak	tak	tak	tak	tak	tak	tak	tak
41	Ankol sp. z o.o.	tak	tak	nie	nie	nie	nie	nie	nie	nie
42	Jacek Ballaun Autoryzowany Dealer	tak	tak	tak	tak	tak	tak	tak	tak (do czerwca 2020 r.)	nie
43	Soley Pro s.c. Sara Solarska, Radosław Lampert	tak	tak	tak (do października 2015 r.)	nie	nie	nie	nie	nie	nie
44	Carserwis sp. z o.o.	tak	tak	tak	tak	tak	tak	tak	tak	tak
45	MOTOGABRA sp. z o.o.	tak	tak	tak (do października 2015 r.)	nie	nie	nie	nie	nie	nie
46	ULTIMA sp. z o.o.	tak	tak	tak	tak	tak	tak	tak	tak	tak
47	Przedsiębiorstwo „EURO-KAS” S.A.	tak	tak	tak	tak	tak	tak	tak	tak	tak

48	ŚRODULA sp. z o. o.	tak	tak	tak	tak	tak	tak	tak	tak	tak
49	P.H.U. BILEX sp. z o.o.	tak	tak	tak	tak (do lipca 2016 r.)	nie	nie	nie	nie	nie
50	Szpot sp. z o.o.	tak	tak	tak	tak	tak	tak (do września 2018 r.)	nie	nie	nie
51	POLMOTOR sp. z o.o.	tak	tak	tak	tak	tak	tak	tak	tak	tak
52	INTER AUTO WIESŁAW SIWEK	tak	tak	tak	tak	tak	tak	tak (do czerwca 2019 r.)	nie	nie
53	PUH Auto Complex sp. z o.o. (dawniej: PUH AUTO-COMPLEX Z. Czerwiński)	tak	tak	tak	tak	tak	tak	tak	tak	tak
54	„Promotor” sp. z o.o. (dawniej: NEOS sp. z o.o.)	tak	tak	tak	tak	tak	tak	tak	tak	tak
55	DELIK sp. j.	tak	tak	tak	tak	tak	tak	tak	tak	tak
56	PLEJADA sp. z o.o.	tak	tak	tak	tak	tak	tak	tak	tak	tak
57	INTERBIS sp. z o.o.	tak	tak	tak	tak	tak	tak	tak	tak	tak
58	EURO MARKETING sp. z o.o.	tak (do czerwca 2013 r.)	nie	nie	nie	nie	nie	nie	nie	nie
59	PHU HADM PLUS Hanna Gramatowska	tak	tak	tak	tak	tak	tak	tak	tak	tak
60	Autopol sp. z o.o. (dawniej: FHU AUTOPOL Sylwia Noskiewicz)	tak	tak	tak	tak	tak	tak	tak	tak	tak
61	Szic sp. z o.o.	tak	tak	tak	tak	tak	tak	tak	tak	tak
62	Wadowski sp.j.	tak	tak	tak	tak	tak	tak	tak	tak	tak
63	ZG Gezet sp. z o.o. (dawniej: GEZET sp. z o.o. sp. komandytowa)	tak	tak	tak	tak	tak	tak	tak	tak	tak
64	Auto Marketing sp. z o.o.	tak (od października 2013 r.)	tak	tak	tak	tak	tak	tak	tak	tak
65	PUHM MOTOZBYT sp. z o.o.	tak (od listopada 2013 r.)	tak	tak	tak	tak	tak	tak	tak	tak
66	JD Kulej Sopot sp. z o.o.	nie	nie	tak (od lutego 2015 r.)	tak	tak	tak	tak	tak	tak
67	GRUPA PGD sp. z o.o. sp.k.	nie	nie	tak (od lutego 2015 r.)	tak	tak	tak	tak	tak	tak
68	PUH „MKT Serwis” Maziarz sp. j.	nie	nie	tak (od maja 2015 r.)	tak	tak	tak	tak	tak	tak
69	Korczyk Plus sp. z o.o. sp.k.	nie	nie	tak (od października 2015 r.)	tak	tak	tak	tak	tak	tak
70	Mitcar D. i P. Krasnodębski sp.j.	nie	nie	nie	tak (od października 2016 r.)	tak	tak	tak	tak	tak
71	Odyssey sp. z o.o.	nie	nie	nie	tak (od lipca 2016 r.)	tak	tak	tak	tak	tak
72	Auto Junior sp. z o.o. sp.k.	nie	nie	nie	nie	tak (od maja 2017 r.)	tak	tak	tak	tak
73	Przedsiębiorstwo motoryzacyjne POL-CAR sp. z o.o.	nie	nie	nie	nie	nie	tak (od października 2018 r.)	tak	tak	tak
74	Dynamica sp. z o.o.	nie	nie	nie	nie	nie	nie	tak (od czerwca 2019 r.)	tak	tak

Dowód: załącznik nr 5 do pisma Kia Polska z 12 lipca 2022 r., k. 583.

- (48) Współpraca Kia Polska z dystrybutorami odbywa się na podstawie umów dystrybucyjnych zawieranych na podstawie wzorca umowy opracowanego przez Kia Polska. Kia Polska utrzymuje stałe kontakty z dystrybutorami, za które odpowiadają przedstawiciele handlowi Kia Polska w regionach, pełniący rolę opiekunów handlowych poszczególnych

dystrybutorów. Przedstawiciele handlowi Kia Polska w regionach przeprowadzają szkolenia dla kierownictwa i pracowników dealerów Kia Polska, na których omawiane są kwestie związane z dystrybucją samochodów marki Kia. Pracownicy pełniący rolę opiekunów handlowych odwiedzają dystrybutorów w różnych odstępach czasu, średnio raz na miesiąc. Podczas wizyt omawiają z pracownikami i kierownictwem dystrybutorów bieżące kwestie organizacyjne i sprzedażowe związane z dystrybucją samochodów marki Kia, jak również kontrolują przestrzeganie przez dystrybutorów postanowień umownych. Przedstawiciele handlowi w regionach podlegają kierownikowi generalnemu, który nadzoruje czynności wykonywane przez wszystkich handlowców w regionach.

(49) W latach 2013-2021 dealerzy Kia Polska, będący stronami niniejszego postępowania, współpracowali z następującymi opiekunami handlowymi:

- a) opiekunem handlowym dla AS Motors w okresie od stycznia 2013 r. do września 2016 r. był pan **[informacja prawnie chroniona]**, natomiast od października 2016 r. do 11 maja 2021 r. pan **[informacja prawnie chroniona]**;
- b) opiekunem handlowym dla Autotechniki Woźniak w okresie od stycznia 2013 r. do września 2016 r. był pan **[informacja prawnie chroniona]**, natomiast od października 2016 r. do 11 maja 2021 r. pan **[informacja prawnie chroniona]**;
- c) opiekunem handlowym dla Gam w okresie od stycznia 2013 r. do września 2016 r. był pan **[informacja prawnie chroniona]**, od października 2016 r. do lutego 2018 r. pan **[informacja prawnie chroniona]**, natomiast od marca 2018 r. do 11 maja 2021 r. pan **[informacja prawnie chroniona]**;
- d) opiekunem handlowym dla Landcar w okresie od 29 grudnia 2017 r. do lutego 2018 r. był pan **[informacja prawnie chroniona]**, natomiast od marca 2018 r. do 11 maja 2021 r. pan **[informacja prawnie chroniona]**;
- e) opiekunem handlowym dla Marvel w okresie od stycznia 2013 r. do września 2016 r. był pan **[informacja prawnie chroniona]**, od października 2016 r. do lutego 2018 r. pan **[informacja prawnie chroniona]**, natomiast od marca 2018 r. do 11 maja 2021 r. pan **[informacja prawnie chroniona]**;
- f) opiekunem handlowym dla Auto-Centrum I.M. Patecki w okresie od marca 2013 r. do lutego 2018 r. pan **[informacja prawnie chroniona]**, natomiast od marca 2018 r. do 11 maja 2021 r. pan **[informacja prawnie chroniona]**;

- g) opiekunem handlowym dla Autocentrum Patecki w okresie od lipca 2015 r. do września 2016 r. był pan **[informacja prawnie chroniona]**, od października 2016 r. do lutego 2018 r. funkcję tę pełnił pan **[informacja prawnie chroniona]**, natomiast od marca 2018 r. do 11 maja 2021 r. opiekunem handlowym był pan **[informacja prawnie chroniona]**;
- h) opiekunem handlowym dla Wadowscy w okresie od stycznia 2013 r. do lutego 2018 r. był pan **[informacja prawnie chroniona]**, natomiast od marca 2018 r. do 11 maja 2021 r. pan **[informacja prawnie chroniona]**;
- i) opiekunem handlowym dla Wrobud w okresie od stycznia 2013 r. do września 2016 r. był pan **[informacja prawnie chroniona]**, od października 2016 r. do lutego 2018 r. pan **[informacja prawnie chroniona]**, natomiast od marca 2018 r. do 11 maja 2021 r. pan **[informacja prawnie chroniona]**.

Dowód: załącznik nr 3 do pisma Kia Polska z 13 listopada 2023 r., k. 1597a.

- (50) Kia Polska organizowała **[informacja prawnie chroniona]** z poszczególnymi dealerami Kia Polska w ich salonach sprzedaży, a także **[informacja prawnie chroniona]**. W latach 2013-2021 odbywały się następujące kategorie spotkań Kia Polska z dealerami:

- a) **[informacja prawnie chroniona]**;
- b) **[informacja prawnie chroniona]**;
- c) **[informacja prawnie chroniona]**;
- d) **[informacja prawnie chroniona]**.

- Dowody:**
- wiadomość e-mail z 20 marca 2017 r. (13:12); Nadawca: **[informacja prawnie chroniona]**, (Kia Polska); Adresat: **[informacja prawnie chroniona]**, sprzedaz.dealer@kiamotors.pl, **[informacja prawnie chroniona]**; Kopia: **[informacja prawnie chroniona]** (Kia Polska), **[informacja prawnie chroniona]** (Kia Polska), **[informacja prawnie chroniona]** (Kia Polska), **[informacja prawnie chroniona]** (Kia Polska), **[informacja prawnie chroniona]** (Kia Polska), **[informacja prawnie chroniona]** (Kia Polska), **[informacja prawnie chroniona]** (Kia Polska), **[informacja prawnie chroniona]** (Kia Polska); Temat: Wiosenna Konferencja Dealerów Kia / informacja, k.1481a;
 - wiadomość e-mail z 20 stycznia 2021 r. (9:51); Nadawca: **[informacja prawnie chroniona]** (Kia Polska); Adresat: **[informacja prawnie chroniona]**; Temat: Konferencja online - kod dostępu, k. 1481d;
 - wiadomość e-mail z 15 kwietnia 2019 r. (11:01); Nadawca: **[informacja prawnie chroniona]** (Kia Polska); Adresat: **[informacja prawnie chroniona]**

chroniona] (Kia Polska); Kopia: **[informacja prawnie chroniona]** (Kia Polska), **[informacja prawnie chroniona]** (Kia Polska), **[informacja prawnie chroniona]** (Kia Polska), **[informacja prawnie chroniona]** (Kia Polska); Temat: podsumowanie tyg.14 – BP, k. 1481d;

- załącznik nr 8 do pisma Kia Polska z 29 kwietnia 2022 r., stanowiący prezentację z kongresu dealerów Kia Polska w Karpaczu w dniach 8-11 stycznia 2013 r., k. 801-805;
- pismo Kia Polska z 13 listopada 2023 r. (str. 3) wraz z załącznikiem nr 5, k. 1590, 1597a.

- (51) W sieci dealerskiej funkcjonował alias pocztowy pod nazwą „sprzedaz.dealer@kiamotors.pl”, tj. specjalny adres dla skrzynki pocztowej służący do kontaktu między wszystkimi podmiotami należącymi do sieci dystrybucyjnej Kia Polska. Wiadomość wysłana na ten adres e-mail była dostarczana do wszystkich dealerów, a także do Kia Polska, która miała dostęp do tej skrzynki pocztowej.³
- (52) Kia Polska prowadzi sprzedaż pojazdów do klientów końcowych poprzez sieć autoryzowanych dystrybutorów prowadzących własne salony sprzedaży⁴. Dystrybutorzy Kia Polska sprzedają samochody osobowe klientom indywidualnym, a także klientom programu flotowego. Przez sprzedaż klientom indywidualnym rozumie się sprzedaż kontrahentom, którzy nie korzystają z rabatów flotowych. Natomiast przez sprzedaż flotową rozumie się sprzedaż do klientów, którzy korzystają ze specjalnych warunków rabatowych opisanych w aktualnym programie polityki flotowej. W latach 2013-2021 zdecydowaną większość sprzedaży Kia Polska do dealerów, zarówno pod względem wartości sprzedaży, jak i liczby pojazdów, **[informacja prawnie chroniona]**. Na przestrzeni lat 2013-2021 polityka flotowa Kia Polska ulegała modyfikacjom zarówno w zakresie liczby i rodzajów klientów należących do grup klientów flotowych, jak również wysokości przyznawanych rabatów. W ramach grupy sprzedaży flotowej wyróżnia się m.in. następujące podkategorie sprzedaży:
- a) **[informacja prawnie chroniona]**;
 - b) **[informacja prawnie chroniona]**;
 - c) **[informacja prawnie chroniona]**;
 - d) **[informacja prawnie chroniona]**;
 - e) **[informacja prawnie chroniona]**;

³ Wynika to z treści wiadomości e-mail z 1 października 2018 r. (16:09); Nadawca: **[informacja prawnie chroniona]** (Kia Polska); Adresat: **[informacja prawnie chroniona]** (Kia Polska); Kopia: **[informacja prawnie chroniona]** (Kia Polska), **[informacja prawnie chroniona]** (Kia Polska), **[informacja prawnie chroniona]** (Kia Polska), **[informacja prawnie chroniona]** (Kia Polska); Temat: FW: Kia Rio 1.2 M – negocjacja ceny, wraz z załącznikiem, k. 1481d.

⁴ Pismo Kia Polska z 29 kwietnia 2022 r. (str. 2), k. 591.

- f) [informacja prawnie chroniona];
- g) [informacja prawnie chroniona];
- h) [informacja prawnie chroniona];
- i) [informacja prawnie chroniona];
- j) [informacja prawnie chroniona];
- k) [informacja prawnie chroniona];
- l) [informacja prawnie chroniona];
- m) [informacja prawnie chroniona];
- n) [informacja prawnie chroniona].

Dowody:

- pismo Kia Polska z 29 kwietnia 2022 r. (str. 30-32), k. 605-606;
- pismo Kia Polska z 13 listopada 2023 r. (str. 10, 11), k. 1593-1594;
- pismo Kia Polska z 24 stycznia 2024 r. (str. 2, 3), k. 1732-1733.

- (53) Zgodnie z umową dystrybucyjną, dealerzy Kia Polska [informacja prawnie chroniona]. Dystrybutorzy nie mogą także dostarczać samochodów marki Kia [informacja prawnie chroniona]⁵.
- (54) Oprócz kanału dystrybucji poprzez sieć dystrybucyjną marki Kia, Kia Polska, zgodnie z umową dystrybucyjną, ma możliwość [informacja prawnie chroniona]. Dotyczy to sprzedaży na rzecz wskazanych enumeratywnie w umowie dystrybucyjnej podmiotów, [informacja prawnie chroniona]⁶.
- (55) Od 1997 r. Kia Polska stosowała podział terytorialny Polski na Wybrane Obszary Analizy (dalej: „WOA”), aby analizować pokrycie kraju pod względem potencjału sprzedażowego i marketingowego, a w konsekwencji strategicznie planować umiejscowienie autoryzowanych salonów sprzedaży. Od 2013 r. Kia Polska w umowach dystrybucyjnych wyznaczała swoim dystrybutorom Obszary Odpowiedzialności. Ich wyznaczenie miało na celu wskazanie dystrybutorom rejonów w kraju, na których powinni promować markę Kia i być jej reprezentantem. W sieci dystrybucyjnej Kia Polska granice terytoriów, wyznaczonych jako Obszary Odpowiedzialności oraz WOA, były tożsame (w związku z tym w dalszej części uzasadnienia decyzji pojęcia te będą stosowane zamiennie). Zgodnie z umową dystrybucyjną wyznaczenie Obszaru Odpowiedzialności nie wiązało się z zagwarantowaniem dystrybutorowi prawa wyłączności lub ochrony terytorialnej. Ponadto, według postanowień

⁵ Załącznik nr 1 do pisma Kia Polska z 29 kwietnia 2022 r. - Wzór Umowy Dystrybucyjnej Kia Polska (artykuł 5 i 3), k. 624-737.

⁶ Pismo Kia Polska z 29 kwietnia 2022 r., k. 591-620.

umowy, dealer miał prawo do sprzedaży pojazdów samochodowych, części zamiennych i akcesoriów marki Kia w jakimkolwiek miejscu, zobowiązany był jednak do pełnego rozwinięcia potencjału sprzedaży powyższych towarów oraz świadczenia posprzedażowych usług serwisowych, a także promocji, na swoim Obszarze Odpowiedzialności.

Dowód: pismo Kia Polska z 29 kwietnia 2022 r. (str. 4-8), k. 592-594.

- (56) Od roku 2013, czyli od czasu wprowadzenia Obszarów Odpowiedzialności do umowy dystrybucyjnej, terytoria wyznaczone jako te obszary (a z racji pokrywania się ich granic z WOA, także WOA) odpowiadają swoim obszarem podziałowi terytorialnemu na powiaty. Na przestrzeni lat 2013-2021 granice Obszarów Odpowiedzialności poszczególnych dealerów Kia Polska ulegały zmianom. Przykładowo w 2021 r. podział obszarów pomiędzy dystrybutorami wyglądał następująco⁷:

Tabela 2: Podział obszarów pomiędzy dealerami Kia Polska w 2021 r.

Dealerzy będący stronami postępowania	
dealer	powiaty
AS Motors	powiaty: [informacja prawnie chroniona]
Autotechnika Woźniak	powiaty: [informacja prawnie chroniona]
Gam	powiaty: [informacja prawnie chroniona]
Landcar	powiaty: [informacja prawnie chroniona]
Marvel	powiaty: [informacja prawnie chroniona]
Auto-Centrum I.M. Patecki	powiaty: [informacja prawnie chroniona]
Autocentrum Patecki	powiaty: [informacja prawnie chroniona].
Wadowscy	powiaty: [informacja prawnie chroniona]
Wrobud	powiaty: [informacja prawnie chroniona]
Dealerzy niebędący stronami postępowania	
dealer	powiaty
Top Motors sp. z o.o.	powiaty: [informacja prawnie chroniona]
Leszek Liszyński Lee Motors	powiaty: [informacja prawnie chroniona]
RM FILIPOWICZ sp. z o.o. sp.k.	powiaty: [informacja prawnie chroniona]
CONTINENTAL AUTO sp. z o.o.	powiaty: [informacja prawnie chroniona]
P.H.U. AUTO-MONIKA Józef Jasica	powiaty: [informacja prawnie chroniona]
TECHNOTOP sp. z o.o.	powiaty: [informacja prawnie chroniona]

⁷ Załącznik nr 9 do pisma Kia Polska z 29 kwietnia 2022 r., k. 807-820.

WADOWSKI sp.j.	powiaty: [informacja prawnie chroniona]
„AUTO-MIG P.OKLESINSKI i M.LUBOWSKA” sp.j.	powiaty: [informacja prawnie chroniona]
RAKOWSKI – Mariusz Rakowski	powiaty: [informacja prawnie chroniona]
MAKAREWICZ Autoryzowany Dealer KIA Motors Wojciech Makarewicz	powiaty: [informacja prawnie chroniona]
PUH „MKT Serwis” Maziarz sp.j.	powiaty: [informacja prawnie chroniona]
DEPCZYŃSKI HENRYK „Auto Depczyński”	powiaty: [informacja prawnie chroniona]
Car-Droom sp. z o.o. sp.k.	powiaty: [informacja prawnie chroniona]
MGT Marta Tataj, Andrzej Dymek sp. j.	powiaty: [informacja prawnie chroniona]
Moto sp. z o.o.	powiaty: [informacja prawnie chroniona]
Grupa Auto sp. z o.o. sp.k.	powiaty: [informacja prawnie chroniona]
MULTITRUCK sp. z o.o.	powiaty: [informacja prawnie chroniona]
PHU K&K Krzysztof Wojtanowicz	powiaty: [informacja prawnie chroniona]
P.U.H. Etrans sp. z o.o.	powiaty: [informacja prawnie chroniona]
P.H.U. ASPOL Zbigniew Krysiak	powiaty: [informacja prawnie chroniona]
Auto Junior sp. z o.o. sp.k.	powiaty: [informacja prawnie chroniona]
AUTO-LAKUS Stanisław i Robert Winckiewicz sp.j.	powiaty: [informacja prawnie chroniona]
BDG sp. z o.o.	powiaty: [informacja prawnie chroniona]
K&K BIELICKIE sp. z o.o.	powiaty: [informacja prawnie chroniona]
Dynamica sp. z o.o.	powiaty: [informacja prawnie chroniona]
Przedsiębiorstwo „EURO-KAS” S.A.	powiaty: [informacja prawnie chroniona]
Carserwis sp. z o.o.	powiaty: [informacja prawnie chroniona]
ULTIMA sp. z o.o.	powiaty: [informacja prawnie chroniona]

ŚRODULA sp. z o.o.	[informacja prawnie chroniona]
Odyssey sp. z o.o.	powiaty: [informacja prawnie chroniona]
Przedsiębiorstwo motoryzacyjne POL-CAR sp. z o.o.	powiaty: [informacja prawnie chroniona]
POLMOTOR sp. z o.o.	powiaty: [informacja prawnie chroniona]
„Promotor” sp. z o.o.	powiaty: [informacja prawnie chroniona]
DELIK sp.j.	powiaty: [informacja prawnie chroniona]
PLEJADA sp. z o.o.	powiaty: [informacja prawnie chroniona]
INTERBIS sp. z o.o.	powiaty: [informacja prawnie chroniona]
PHU HADM PLUS Hanna Gramatowska	powiaty: [informacja prawnie chroniona]
Szic sp. z o.o.	powiaty: [informacja prawnie chroniona]
ZG Gezet sp. z o.o.	powiaty: [informacja prawnie chroniona]
PUH Auto Complex sp. z o.o.	powiaty: [informacja prawnie chroniona]
Auto Marketing sp. z o.o.	powiaty: [informacja prawnie chroniona]
PUHM Motozbyt sp. z o.o.	powiaty: [informacja prawnie chroniona]
AUTOTECH sp. z o.o.	powiaty: [informacja prawnie chroniona]
GRUPA PGD sp. z o.o. Sp. k.	powiaty: [informacja prawnie chroniona]
Mitar D. i P. Krasnodębski sp. j.	powiaty: [informacja prawnie chroniona]
JD Kulej Sopot sp. z o.o.	[informacja prawnie chroniona], powiaty: [informacja prawnie chroniona]

- (57) W sieci dystrybucyjnej Kia Polska funkcjonują dwa systemy umożliwiające dealerom Kia Polska składanie zamówień na nowe samochody – [informacja prawnie chroniona]. Każdy z dealerów ma dostęp do tych programów, jednak widzi tylko te oferty, które sam stworzył, natomiast nie ma wglądu do ofert innych dealerów Kia Polska.

Dowód: pismo Kia Polska z 29 kwietnia 2022 r. (str. 4-8), k. 592-594.

- (58) Kia Polska prowadzi oficjalny cennik sprzedaży w salonach Kia Polska. Dealerzy na terenie całego kraju otrzymują od Kia Polska ten sam cennik. Cenniki są przekazywane do dealerów Kia Polska w ramach korespondencji elektronicznej, w takiej częstotliwości w jakiej zmieniają się ceny. Kia Polska w prowadzonej polityce rabatowej stosuje ogólnie zdefiniowane grupy rabatowe. Punktem odniesienia dla wyznaczania poziomu rabatów są rabaty zawarte w aktualnej polityce flotowej.

Dowód: pismo Kia Polska z 29 kwietnia 2022 r. (str. 35-37), k. 608-609.

5. Opis kontaktów dotyczących sprzedaży pojazdów

5.1. Opis kontaktów w zakresie terytorium sprzedaży

5.1.1. Kontakty dotyczące wyznaczonych Obszarów Odpowiedzialności

(59) W styczniu 2013 r. odbył się **[informacja prawnie chroniona]**, podczas którego Kia Polska poinformowała dystrybutorów działających w sieci dystrybucyjnej marki Kia o wdrożeniu polityki związanej z wytyczeniem Obszarów Odpowiedzialności⁸. Granice rejonu, jaki miał znajdować się w Obszarze Odpowiedzialności każdego z dystrybutorów, były omawiane za pośrednictwem poczty elektronicznej. W wiadomościach e-mail pracownicy Kia Polska przesyłali dystrybutorom wykaz proponowanych powiatów, które według przekonania Kia Polska powinny znaleźć się w Obszarze Odpowiedzialności danego dealera i opatrywali go standardowym opisem o następującej treści: „*W nawiązaniu do informacji przekazanej na spotkaniu dealerskim przesyłamy Państwu propozycję powiatów, które w naszym przekonaniu powinny znaleźć się w Państwa obszarze odpowiedzialności. Wszelkie uwagi, korekty i pytania bardzo proszę kierować do odpowiedniego dla Państwa regionu Kierownika Regionalnego*”.

Dowody:

- wiadomość e-mail⁹ z 23 stycznia 2013 r. (09:33); Nadawca: **[informacja prawnie chroniona]** (Kia Polska); Adresat: **[informacja prawnie chroniona]**; Kopia: **[informacja prawnie chroniona]** (Kia Polska); Temat: obszary odpowiedzialności dealera, k. 1481d;
- wiadomość e-mail z 23 stycznia 2013 r. (10:32); Nadawca: **[informacja prawnie chroniona]** (Kia Polska); Adresat: **[informacja prawnie chroniona]** (Kia Polska); Kopia: **[informacja prawnie chroniona]** (Kia Polska); Temat: FW: obszary odpowiedzialności dealera, k. 1481d.

(60) Dealerzy zwracali uwagę przedstawicielom Kia Polska, że powiat, który pierwotnie zaproponowano im w ramach wyznaczenia Obszaru Odpowiedzialności, jest miejscem wpływów innego dystrybutora. Świadczy o tym poniższa korespondencja. W wiadomości e-mail ze stycznia 2013 r. przedstawiciel dealera **[informacja prawnie chroniona]** wskazał, że powiat dębicki „*jest obszarem, w którym za pośrednictwem [informacja prawnie chroniona] operuje [informacja prawnie chroniona]*”. *Więc ten [powiat – UOKiK] należy wykreślić*”. W przedmiotowej wiadomości przedstawiciel **[informacja prawnie chroniona]** zgłosił także

⁸ Załącznik nr 8 do pisma Kia Polska z 29 marca 2022 r. – prezentacja pn. „**[informacja prawnie chroniona]**”, k. 801-805.

⁹ W całej decyzji przez przywołane jako dowody wiadomości e-mail należy rozumieć całość danej wiadomości e-mail wskazanej jako dowód, tj. treść sporządzoną przez nadawcę wraz z ewentualnymi wiadomościami zacytowanymi w przesłanej wiadomości.

uwagę do przypisania spółce powiatu stalowowolskiego: „*Odległość od nas to 60 km i klienci z tego obszaru trafiają do Lublina. Więc też należy wykreślić*”.

Dowód: wiadomość e-mail z 24 stycznia 2013 r. (08:41); Nadawca: **[informacja prawnie chroniona]** (Kia Polska); Adresat: **[informacja prawnie chroniona]** (Kia Polska); Temat: FW obszary odpowiedzialności dealera, k. 1481d.

- (61) Od początku wprowadzenia polityki związanej z wyznaczeniem Obszarów Odpowiedzialności w 2013 r., Kia Polska monitorowała sprzedaż dystrybutorów w przydzielonym obszarze oraz analizowała udziały dealerów w rynku. Świadczy o tym korespondencja mailowa z lutego 2013 r., w której jeden ze wspólników dealera **[informacja prawnie chroniona]** poinformował, że spółka operuje na większej liczbie powiatów, niż pierwotnie zaproponował jej przedstawiciel Kia Polska. W wiadomości skierowanej do pracownika Kia Polska, odpowiedzialnego za rozwój sieci dealerskiej, przedstawiciel powyższego dystrybutora wskazał: „*NIE WIEM JAKIE TO MA ZNACZENIE, ale operujemy najwięcej na powyższych powiatach*”, a następnie wkleił w treść wiadomości e-mail tabelę z wyszczególnionymi powiatami. W odpowiedzi na tę wiadomość przedstawiciel Kia Polska poinformował: „*Grzegorz, Jeżeli wnioskujesz o więcej to ok. Przypominam, że będziesz odpowiedzialny za te powiaty i rozliczany za udział w rynku. Analogicznie im mniej tym lepiej*”. Po wyjaśnieniach pracownika Kia Polska, wspólnik **[informacja prawnie chroniona]** odpowiedział: „*W takim razie zdecydowanie biorę pierwotną wersję przysłaną przez [informacja prawnie chroniona] [przedstawicielkę Kia Polska, zatrudnioną na stanowisku Asystentki Działu Rozwoju Sieci Dealerskiej – UOKiK]*”.

Dowód: wiadomość e-mail z 1 lutego 2013 r. (12:23); Nadawca: **[informacja prawnie chroniona]**; Adresat: **[informacja prawnie chroniona]** (Kia Polska); Temat: ODP: obszary odpowiedzialności dealera, k. 1481d.

- (62) Jednym z aspektów przeprowadzanej przez Kia Polska analizy, było badanie tzw. „lojalności” dealera wobec własnego WOA. Świadczą o tym m.in. prezentacje przygotowane w lutym 2017 r. przez Dział Sieci Dealerskiej w Kia Polska, w których zawarto szczegółową analizę dotyczącą działalności każdego dystrybutora z sieci. Oprócz danych dotyczących wyników sprzedaży – zarówno zbiorczych, odnoszących się do sprzedaży ogółem, jak i z rozróżnieniem na poszczególne powiaty – w prezentacjach zawarto slajd o tytule: **[informacja prawnie chroniona]**.

Dowód: prezentacje z lutego 2017 r., pozyskane przez Prezesa Urzędu w czasie przeszukania w siedzibie Kia Polska w toku postępowania wyjaśniającego prowadzonego pod sygn. DOK-1.400.10.2020.JM.FW, k. 986-1481.

5.1.2. Ustalenia dotyczące podziału klientów

- (63) Już kilka miesięcy po wdrożeniu polityki związanej z wyznaczeniem Obszarów Odpowiedzialności w sieci dystrybucyjnej Kia Polska, dealerzy zwracali uwagę na to, czy miejsce zamieszkania bądź siedziba klienta, który zgłosił się do nich z prośbą o przedstawienie oferty, jest tożsama z rejonem przypisanym jako ich Obszar Odpowiedzialności. Świadczy o tym wiadomość e-mail z 8 listopada 2013 r., w której przedstawiciel dealera **[informacja prawnie chroniona]** w odpowiedzi na zapytanie klienta odparł: *„Pomimo szczerych chęci proponuję spotkanie z lokalnym dealerem, który z pewnością zrobi dla Pana najlepszą ofertę. Warto wspierać rynek lokalny a co za tym idzie Pana dealera. Z pewnością podczas dalszego serwisowania samochodu w ramach gwarancji opłaci się to Panu.”*.

Dowód: wiadomość e-mail z 8 listopada 2013 r. (07:51); Nadawca: **[informacja prawnie chroniona]** (Polmotor); Adresat: **[informacja prawnie chroniona]**; Temat: RE: Pytanie do **[informacja prawnie chroniona]**, k. 1481a.

- (64) Zgromadzone dowody wskazują na to, że przez następne lata Kia Polska oraz dealerzy przestrzegali ustaleń w zakresie ograniczania się do sprzedaży jedynie wewnątrz wyznaczonych Obszarów Odpowiedzialności oraz dążyli do tego, by klienci kupowali samochody osobowe od lokalnych dealerów Kia Polska, najbliższych względem ich miejsca zamieszkania lub siedziby. W przypadku, gdy do dystrybutora zwrócił się klient spoza wyznaczonego Obszaru Odpowiedzialności, standardową praktyką miało być wskazanie klientowi, aby udał się do najbliższego dealera.
- (65) Na istnienie takich ustaleń wskazuje wiadomość e-mail z maja 2015 r., wysłana przez przedstawiciela Autotechniki Woźniak na wspólny alias pocztowy sieci dystrybucyjnej marki Kia „sprzedaz.dealer@kiamotors.pl”¹⁰. Nadawca wiadomości opisał w niej przypadek sprzedaży przez innego dealera samochodu osobowego klientowi nieprzypisanemu do jego regionu, wprost wskazując: *„Gdzie ustalenia o niewchodzeniu sobie na rynki (...)”*. W odpowiedzi wysłanej na wspólny alias uczestników sieci dealerskiej, przedstawiciel przedsiębiorcy **[informacja prawnie chroniona]** (obecnie: **[informacja prawnie chroniona]**), który sprzedał samochód klientowi wskazał: *„Klient sam zadzwonił z otomoto i nie przedstawił się skąd jest. Wróżbitą Maciejem nie jestem sorry”*. Przedstawiciel Autotechniki Woźniak, wysyłając kolejną wiadomość na adres „sprzedaz.dealer@kiamotors.pl” odrzekł: *„Skoro [klient – UOKiK] ma firmę, to czemu nie sprawdziłeś skąd jest? Po NIPie można to sprawdzić i nie trzeba być tu cytat: «Wróżbitą Maciejem»”*.

¹⁰ Jak wskazano w akapicie (51) powyżej, wiadomości e-mail wymieniane pomiędzy dealerami Kia Polska przy wykorzystaniu wspólnego aliasu były widoczne także dla Kia Polska.

- Dowody:**
- wiadomość e-mail z 27 maja 2015 r. (12:23); Nadawca: **[informacja prawnie chroniona]** (Autotechnika Woźniak); Adresat: sprzedaz.dealer@kiamotors.pl; Temat: podziękowania za dobre oferty..., k. 1481a;
 - wiadomość e-mail z 27 maja 2015 r. (14:24); Nadawca: **[informacja prawnie chroniona]** (Autotechnika Woźniak); Adresat: **[informacja prawnie chroniona]**; Temat: SPAM:RE: podziękowania za dobre oferty ..., k. 1481d.

(66) Jak wynika z powyżej przytoczonego przykładu, w swoich działaniach dealerzy korzystali ze wspólnego aliasu pocztowego „sprzedaz.dealer@kiamotors.pl”. Innym przykładem wykorzystania tego adresu poczty elektronicznej była skarga przedstawiciela Autotechniki Woźniak skierowana do pozostałych uczestników sieci, dotycząca naruszenia ustaleń podziałowych przez innego dealera: „(...) *Poza tym, z łaski swojej proszę przestańcie na słowo Piła [Obszar Odpowiedzialności Autotechniki Woźniak obejmuje powiat pilski – UOKiK] podkradać nam klientów, zwłaszcza tych nad którymi pracuje się od kilku miesięcy!!!*”. Kopia wiadomości została wysłana do kierownika regionalnego Autotechniki Woźniak z Kia Polska.

Dowód: wiadomość e-mail z 21 stycznia 2016 r. (11:54); Nadawca: **[informacja prawnie chroniona]** (Autotechnika Woźniak); Adresat: sprzedaz.dealer@kiamotors.pl; Kopia: **[informacja prawnie chroniona]** (Kia Polska); Temat: pytanie i prośba do kolegów z Bydgoszczy, k. 1481d.

(67) Kolejnym przykładem bezpośrednich kontaktów pomiędzy dealerami Kia Polska w zakresie przestrzegania ustaleń podziałowych jest wiadomość e-mail z listopada 2016 r. wysłana przez przedstawiciela Autotechniki Woźniak do dealera **[informacja prawnie chroniona]**, w której pracownik Autotechniki Woźniak wyraził swoją dezaprobatę dla sprzedaży samochodu osobowego przez gorzowskiego dealera klientowi z Obszaru Odpowiedzialności Autotechniki Woźniak: „*Proszę nie wcinajcie się znowu na nie swoje podwórko i nie psujcie rynku. Wiem że fajnie się sprzedaje na telefon, kiedy klient jest «urobiony», ale czy trzeba przy okazji «ściągać gacie»?* [podkreślenie własne – UOKiK]”.

Dowód: wiadomość e-mail z 23 listopada 2016 r. (11:43); Nadawca: **[informacja prawnie chroniona]** (Autotechnika Woźniak); Adresat: sprzedaz.dealer@kiamotors.pl; Kopia: **[informacja prawnie chroniona]** (Kia Polska); Temat: do kolegów z **[informacja prawnie chroniona]**, k. 1708b.

(68) Oprócz skarg na naruszenia ustaleń podziałowych, dealerzy Kia Polska przekazywali sobie także wiadomości e-mail z zapytaniami ofertowymi klientów w przypadku, gdy ci nie

pochodzili z ich Obszaru Odpowiedzialności. Świadczy o tym przykładowo wiadomość e-mail z maja 2015 r., w której przedstawiciel Wadowskich zasugerował klientowi z Nadarzyna, aby udał się do najbliższego autoryzowanego dealera Kia Polska, wskazując jednocześnie, że w tym przypadku takim dealerem jest AS Motors oraz podając adres tego dystrybutora. Jednocześnie przedstawiciel Wadowskich wysłał kopię powyższego e-maila do wiadomości AS Motors, za co w wiadomości zwrotnej podziękował pan Marek Borzymowski, prezes zarządu w AS Motors.

Dowód: wiadomość e-mail z 8 maja 2015 r. (16:18); Nadawca: **[informacja prawnie chroniona]** (Wadowscy); Adresat: **[informacja prawnie chroniona]** (AS Motors); Temat: Re: zakup nowej KIA Sorento, k. 17.

- (69) Zgromadzony materiał dowodowy wskazuje również na to, że dealerzy informowali się nawzajem o zapytaniach od klientów, którzy otrzymali już ofertę sprzedaży samochodu osobowego od innego dealera Kia Polska. Świadczy o tym wiadomość e-mail z 9 kwietnia 2020 r., w której przedstawiciel Landcar przesłał Marvel wiadomość otrzymaną od klienta. W swojej wiadomości klient zwrócił się do Landcar z prośbą o przygotowanie oferty. Na końcu wiadomości klient zamieścił następujący dopisek: *„Dodam również, że KIA Marvel zrobiła ofertę na **[informacja prawnie chroniona]** pln”*. Przedstawiciel Landcar, przesłał Marvel wiadomość od klienta, wskazując: *„poniżej przesyłam wiadomość, jaką otrzymaliśmy w dniu dzisiejszym od waszego klienta”*.

Dowód: wiadomość e-mail z 9 kwietnia 2020 r. (16:09); Nadawca: **[informacja prawnie chroniona]** (Landcar); Adresat: **[informacja prawnie chroniona]** (Marvel); Kopia: **[informacja prawnie chroniona]** (Marvel), **[informacja prawnie chroniona]** (Landcar), **[informacja prawnie chroniona]** (Landcar), Michał Krzewiński (Landcar); Temat: FW: Oferta, k. 1481d.

- (70) W sytuacjach, gdy dealerzy Kia Polska nie komunikowali się za pośrednictwem aliasu „sprzedaz.dealer@kiamotors.pl”, wysyłali wiadomości na adresy e-mailowe swoich konkurentów. Wówczas częstokroć przesyłali kopie takich wiadomości także na skrzynki poczty elektronicznej przedstawicieli Kia Polska. Jako przykład takiej praktyki można wskazać wiadomość e-mail z lutego 2017 r., skierowaną przez przedstawiciela Autotechniki Woźniak na adres mailowy pracownika Marvel, której kopia została wysłana także do przedstawiciela Kia Polska, będącego kierownikiem regionalnym ds. rozwoju sieci. W treści wiadomości przedstawiciel Autotechniki Woźniak wyraził swoje niezadowolenie z powodu sporządzenia przez Marvel oferty klientowi, który „należał” do Obszaru Odpowiedzialności Autotechniki: *„Czemu ofertujecie klientów z naszego terenu? Właśnie dostałem od naszego*

klienta informacje, że dostał ofertę od Was. *Miało nie być wcinania się sobie nawzajem w rynki* [podkreślenie własne – UOKiK]”.

Dowód: wiadomość e-mail z 6 lutego 2017 r. (10:00); Nadawca: [informacja prawnie chroniona] (Autotech); Adresat: [informacja prawnie chroniona] (Marvel); Kopia: [informacja prawnie chroniona] (Autotechnika Woźniak), [informacja prawnie chroniona] (Kia Polska); Temat: oferty dla szkół jazdy, k. 1481d.

- (71) O świadomości przedstawicieli Kia Polska w zakresie rozmów pomiędzy dealerami Kia Polska dotyczących nieprzestrzegania ustaleń podziałowych świadczy także korespondencja e-mail z marca 2019 r. Pracownik Kia Polska, będący opiekunem handlowym odpowiedzialnym za Autotechnikę Woźniak, przekazał opiekunowi handlowemu odpowiedzialnemu za dealera [informacja prawnie chroniona] wiadomość, w której przedstawiciel Autotechniki Woźniak odniósł się do przygotowania przez [informacja prawnie chroniona] oferty klientowi, który „należał” do Obszaru Odpowiedzialności Autotechniki Woźniak: *„Właśnie od naszego lokalnego, wieloletniego klienta dostałem waszą ofertę na Opitwę SW L 1.6 TGDI. I szczerze mówiąc opadły mi pióra... Walczę z nim od kilku lat, a z tym autem od kilkunastu dni. Wykonaliśmy jazdy testowe, prezentacje itd. Niestety kolejny raz okazuje się, że «wcinacie się» na nasze podwórko* [podkreślenie własne – UOKiK] *i to z dumpingową ceną auta (...)*”.

Dowód: wiadomość e-mail z 14 marca 2019 r. (15:35); Nadawca: [informacja prawnie chroniona] (Kia Polska); Adresat: [informacja prawnie chroniona] (Kia Polska); Temat: FW: Dziękuję za wspianą ofertę i psucie rynku – KIA OPTIMA SW – auto z salonu, k. 1481d.

- (72) Zgromadzony materiał dowodowy wskazuje na to, że Kia Polska, oprócz świadomości co do regularnej korespondencji pomiędzy uczestnikami sieci dystrybucyjnej w zakresie sprzedaży samochodów osobowych klientom „przypisanym” do danego regionu, dążyła do utrzymania takiego modelu sieci dealerskiej, w którym to dystrybutorzy samodzielnie przestrzegają ustaleń podziałowych i dyscyplinują siebie nawzajem. Świadczy o tym wiadomość z kwietnia 2021 r., w której pracownik Kia Polska, zatrudniony na stanowisku specjalisty ds. sieci dealerskiej oraz mający dostęp do korespondencji kierowanej na wspólny alias pocztowy „sprzedaz.dealer@kiamotors.pl”¹¹, przekazał pozostałym kierownikom regionalnym, wątek wiadomości, w którym dealerzy omawiali pomiędzy sobą przypadek wysłania przez klienta zapytania ofertowego do dystrybutorów z terenu całej Polski. Zgodnie z treścią tej wiadomości, po otrzymaniu zapytania od klienta, z którego nie wynikało, jakie jest jego

¹¹ Akapit (51) decyzji.

miejsce zamieszkania, przedstawiciel salonu Gam w Długołęce nie przedstawił oferty, lecz wysłał następującą wiadomość: „*Mam pytanie do Pana. Z jakiego rejonu Polski Pan jest? Rozesłał Pan zapytanie na cały kraj, a ja panu zasugeruję gdzie stoją auta. Handlowcy zaoszczędzą swój czas a pan kilometry*”. Po otrzymaniu informacji, że klient pochodzi z Sosnowca, przedstawiciel salonu Gam w Długołęce wysłał na alias „sprzedaz.dealer@kiamotors.pl” następującą wiadomość: „*Klient jest z Sosnowca zatem niech [informacja prawnie chroniona] [informacja prawnie chroniona] – dealer, którego salon sprzedaży zlokalizowany jest w [informacja prawnie chroniona] – UOKiK i cały Śląsk atakuje ☺*”. W odpowiedzi na tę wiadomość, na wspólny alias swój komentarz wysłał przedstawiciel Wadowskich: „*i będzie casting ofert ☺*”. Przedstawiciel Marvel odniósł się do przedmiotowej sytuacji następującymi słowami: „*Uwielbiam jak klienci podsyłają oferty do ukrytych odbiorców myśląc, że my tego nie widzimy ☺*”. Klientowi na wiadomość odpowiedział także przedstawiciel salonu sprzedaży Gam w Lubinie: „*widzę, że jest Pan z Sosnowca, zatem polecam kontakt z lokalnymi dealerami na Górnym Śląsku*”. Przekazując powyższy wątek pozostałym kierownikom regionalnym z Kia Polska, przedstawiciel Kia Polska wskazał: „*DW. Sieć nam się chyba zaczyna jakoś tam integrować i pilnować sama. Gorzej będzie jak te @ wpadną w łapy UOKiK. Trzeba będzie z nimi rozmawiać aby nie robili takich korespondencji cokolwiek sugerujących [podkreślenie własne – UOKiK]*”.

- Dowody:**
- wiadomość e-mail z 15 kwietnia 2021 r. (16:16); Nadawca: [informacja prawnie chroniona] (Kia Polska); Adresat: [informacja prawnie chroniona] (Kia Polska), [informacja prawnie chroniona] (Kia Polska), [informacja prawnie chroniona] (Kia Polska), [informacja prawnie chroniona] (Kia Polska); Temat: FW: FW: Kia proceed automat, k. 1481d;
 - wiadomość e-mail z 15 kwietnia 2021 r. (15:30); Nadawca: [informacja prawnie chroniona] (Gam); Adresat: [informacja prawnie chroniona]; Kopia: [informacja prawnie chroniona] (Gam); Temat: Re: Kia proceed automat, k. 1481d.

- (73) Prezes Urzędu jest także w posiadaniu materiału dowodowego wskazującego na to, że regularną praktyką, jaką stosowali dealerzy w przypadku, gdy z prośbą o przygotowanie oferty zwrócił się do nich klient, którego miejsce zamieszkania lub siedziba znajdowały się poza przypisany danemu dealerowi Obszar Odpowiedzialności, było odesłanie klienta do właściwego autoryzowanego salonu sprzedaży marki Kia. Zgromadzony materiał dowodowy potwierdza także, że Kia Polska nie tylko miała świadomość stosowania takiej praktyki przez dealerów (o czym świadczy chociażby wspomniane już przesyłanie kopii wiadomości, odsyłających klienta do lokalnego dealera, na alias pocztowy „sprzedaz.dealer@

kiamotors.pl”, do którego Kia Polska miała dostęp¹²), ale także dostrzegała korzyść w utrzymaniu takiego układu, którego ewentualną konsekwencją byłoby poniesienie odpowiedzialności za naruszenie prawa konkurencji jedynie przez dealerów. Wskazuje na to wiadomość e-mail z marca 2013 r., w której przedstawiciel Kia Polska, odpowiedzialny za rozwój sieci dealerskiej, przesłał kierownikowi generalnemu działu rozwoju sieci Kia Polska wiadomość e-mail, w której jeden z dealerów odstąpił od sporządzenia oferty, przekazując jednocześnie klientowi dane kontaktowe do lokalnego dealera. Pracownik Kia Polska, przesyłając przełożonemu korespondencję dealera do klienta, opatrzył ją komentarzem: „*Nie dość że ma dane nie wiadomo skąd to jeszcze nas w objęcia UOKiKu wpycha ;))))*”, na co kierownik generalny działu rozwoju sieci dealerskiej odpowiedział: „*Nie nas tylko siebie [podkreślenie własne – UOKiK], i lepiej tak niż ma klienta z sieradza [pisownia oryginalna – UOKiK] do Szczecina ściągać*”.

Dowód: wiadomość e-mail z 19 marca 2013 r. (17:46); Nadawca: [informacja prawnie chroniona] (Kia Polska); Adresat: [informacja prawnie chroniona] (Kia Polska), [informacja prawnie chroniona] (Kia Polska); Temat: RE: Odpowiedź na zapytanie, k. 19.

- (74) Scharakteryzowana powyżej praktyka była stosowana przez wszystkich dealerów Kia Polska, będących stronami niniejszego postępowania. Poniżej szczegółowo został opisany materiał dowodowy, wskazujący na to, że dystrybutorzy co najmniej od 2013 r. w odpowiedzi na zapytania ofertowe klientów przesyłali wiadomości polecające udanie się do lokalnego salonu sprzedaży Kia Polska, niekiedy wskazując dokładny adres lub nazwę dystrybutora, do którego klient powinien się zwrócić lub informowali klienta o przekazaniu jego zapytania do właściwego miejscowo dealera.

Gam

- (75) Pierwsza chronologicznie wiadomość, zgromadzona przez Prezesa Urzędu pochodzi ze 7 stycznia 2013 r. Przedstawiciel Gam odpowiedział w niej na pytanie klienta, który poprosił o przedstawienie oferty na samochód osobowy. Pracownik Gam polecił udanie się klientowi do najbliższego dealera, przesyłając jednocześnie kopię odpowiedzi na wspólny alias pocztowy dealerów: „*Po dokładne informacje zapraszam do lokalnego dealera. Informacje nt. punktów dealerskich sieci Kia znajdzie Pani na stronie www.kia.pl w zakładce dealerzy*”.

Dowód: wiadomość e-mail z 7 stycznia 2013 r. (09:35); Nadawca: [informacja prawnie chroniona] (Gam); Adresat: [informacja prawnie chroniona]; Kopia: sprzedaz.dealer@kiamotors.pl; Temat: Re: kia sportage, k. 1481a.

¹² Akapit (51) decyzji.

- (76) W wiadomości e-mail z 24 stycznia 2013 r. przedstawiciel Gam odpowiedział na pytanie klienta, który poprosił o przedstawienie oferty na samochód osobowy w następujący sposób: „*W celu uzyskania najkorzystniejszej oferty proszę skierować się do lokalnego dealera*”. Przedstawiciel Gam przesłał jednocześnie powyższą odpowiedź na alias pocztowy uczestników sieci.

Dowód: wiadomość e-mail 24 stycznia 2013 r. (16:37); Nadawca: **[informacja prawnie chroniona]** (Gam); Adresat: **[informacja prawnie chroniona]**, sprzedaz.dealer@kiamotors.pl; Temat: Re: Zapytanie, k. 1481a.

- (77) W wiadomości e-mail z 6 lutego 2013 r. przedstawiciel Gam w odpowiedzi na pytanie podmiotu, który poprosił o przedstawienie oferty na samochód osobowy, wskazał dokładny adres dealera, do którego klient powinien się udać: „*Po ofertę proszę się zgłosić do lokalnego dealera: [informacja prawnie chroniona]*”.

Dowód: wiadomość e-mail 6 lutego 2013 r. (09:00); Nadawca: **[informacja prawnie chroniona]** (Gam); Adresat: sprzedaz.dealer@kiamotors.pl; Temat: Fwd: Re: Zapytanie o ofertę, k. 1481c.

- (78) Natomiast w wiadomości wysłanej 8 lutego 2013 r., przedstawiciel Gam zaprosił klienta, który poprosił o przedstawienie oferty, do odwiedzenia lokalnego dealera formułując następującą wiadomość: „*wyprzedaż modelu Sportage z 2012 roku zakończyła się ok. 3 tygodni temu. Serdecznie zapraszam do lokalnego dealera po atrakcyjną ofertę z bieżącego roku produkcji*”.

Dowód: wiadomość e-mail z 8 lutego 2013 r. (09:58); Nadawca: **[informacja prawnie chroniona]** (Gam); Adresat: **[informacja prawnie chroniona]**; Temat: Re: KIA Sportage zapy, k. 1481a.

- (79) W wiadomości e-mail z 12 kwietnia 2013 r. przedstawiciel Gam przekazał klientowi dane kontaktowe do lokalnego dealera: „*Po ofertę zapraszam do dealera [informacja prawnie chroniona]*”.

Dowód: wiadomość e-mail z 12 kwietnia 2013 r. (14:46); Nadawca: **[informacja prawnie chroniona]** (Gam); Adresat: **[informacja prawnie chroniona]**; Kopia: **[informacja prawnie chroniona]**, sprzedaz.dealer@kiamotors.pl; Temat: Re: Zapytanie, k. 1481a.

- (80) W wiadomości e-mail z 24 czerwca 2013 r. przedstawiciel Gam odpowiedział na pytanie klienta, który poprosił o przedstawienie oferty: „*Po ofertę zapraszamy jednak do lokalnego dealera marki. Bez problemu powinien Pan zlokalizować dealera na stronie kia.pl w zakładce dealerzy*”. Kopia wiadomości została przesłana także na wspólny alias pocztowy dealerów Kia Polska.

Dowód: wiadomość e-mail z 24 czerwca 2013 r. (12:16); Nadawca: [informacja prawnie chroniona] (Gam); Adresat: [informacja prawnie chroniona]; Kopia: sprzedaz.dealer@kiamotors.pl; Temat: FW: KIA Carens 7 osób, k. 1481c.

- (81) W wiadomości e-mail z 1 lipca 2013 r. przedstawiciel Gam odpowiedział na pytanie klienta, który poprosił o przedstawienie oferty na samochód osobowy: „*W celu uzyskania korzystnej oferty zapraszamy do dealera KIA właściwego dla Pańskiego miejsca zamieszkania. Lokalizację umożliwi strona www.kia.pl – zakładka «dealerzy»*”.

Dowód: wiadomość e-mail z 1 lipca 2013 r. (09:18); Nadawca: [informacja prawnie chroniona] (Gam); Adresat: [informacja prawnie chroniona]; Kopia: sprzedaz.dealer@kiamotors.pl; Temat: Re: kia, k. 1481a.

- (82) Przedstawiciel Gam odstąpił od przygotowania oferty i polecił klientowi skontaktowanie się z jednym z lokalnych dealerów także w wiadomości e-mail z 3 lipca 2013 r.: „*W celu uzyskania korzystnej oferty proszę się zwrócić do lokalnych dealerów marki KIA. Proponuję kontakt z jednym z poniższych*”, załączając zrzut ekranu z widocznym kontaktem do 4 dealerów Kia Polska. Kopia wiadomości została przesłana także na wspólny alias pocztowy uczestników sieci dealerskiej.

Dowód: wiadomość e-mail z 3 lipca 2013 r. (15:39); Nadawca: [informacja prawnie chroniona] (Gam); Adresat: [informacja prawnie chroniona]; Kopia: sprzedaz.dealer@kiamotors.pl; Temat: Re: Zapytanie o KIA RIO rocznik 2013, k. 1481c.

- (83) W wiadomości e-mail z 18 lipca 2013 r. przedstawiciel Gam w odpowiedzi na prośbę o przesłanie wyceny samochodu, jaki klient chciał zakupić w leasingu, wskazał: „*(...) W celu uzyskania korzystnej oferty proszę się zwrócić do dealera Kia w Opolu*”, a następnie wkleił w treść odpowiedzi zrzut ekranu z widoczną zakładką „znajdź dealera” na stronie „www.kia.com.pl”, na której wyświetlały się dane dealera [informacja prawnie chroniona]. Powyższa odpowiedź Gam została także przesłana do wiadomości pozostałych dealerów Kia Polska oraz na adres e-mail dealera [informacja prawnie chroniona].

Dowód: wiadomość e-mail z 18 lipca 2013 r. (10:56); Nadawca: [informacja prawnie chroniona] (Gam); Adresat: [informacja prawnie chroniona]; Kopia: sprzedaz.dealer@kiamotors.pl, [informacja prawnie chroniona]; Temat: Re: Kia Picanto, k. 1481a.

- (84) W wiadomości e-mail z 21 sierpnia 2013 r. przedstawiciel Gam w odpowiedzi na zapytanie klienta wskazał: „*Po ofertę zapraszam do lokalnego, właściwego dla Pani zamieszkania dealera Kia. Lokalizacja dealera jest możliwa na stronie www.kia.pl w zakładce «Dealerzy»*”.

Dowód: wiadomość e-mail z 21 sierpnia 2013 r. (09:42); Nadawca: [informacja prawnie chroniona] (Gam); Adresat: [informacja prawnie chroniona]; Temat: Re: Fw: cee'd kombi, k. 1481a.

- (85) W wiadomości e-mail z 13 stycznia 2014 r. przedstawiciel Gam w odpowiedzi na prośbę klienta z Warszawy o przygotowanie oferty (Obszar Odpowiedzialności Gam obejmuje teren w województwie dolnośląskim) poinformował: „*dziękujemy za zainteresowanie samochodem naszej marki. Jestem przekonany, że najlepszą ofertę zaproponują Panu lokalni – warszawscy dealerzy marki Kia*”.

Dowód: wiadomość e-mail z 13 stycznia 2014 r. (09:13); Nadawca: [informacja prawnie chroniona] (Gam); Adresat: [informacja prawnie chroniona]; Temat: Re: Zapytanie KIA CEED, k. 1481a.

- (86) W wiadomości e-mail z 31 sierpnia 2015 r. przedstawiciel Gam odpowiedział na wiadomość klienta, informującego o tym, że otrzymał już propozycję z kilku salonów: „*Polecam panu najbliższego dealera KIA Motors, który oprócz ceny na auto zapewni Panu kompleksową opiekę posprzedażną (...)*”. Odpowiedź Gam do klienta została także przesłana do pozostałych dealerów sieci.

Dowód: wiadomość e-mail z 31 sierpnia 2015 r. (12:03); Nadawca: [informacja prawnie chroniona] (Gam); Adresat: [informacja prawnie chroniona], pozostali dealerzy Kia Polska; Temat: Re: zapytanie o cene KIA SPORTAGE, k. 1481a.

- (87) Z kolei w wiadomości e-mail z 30 stycznia 2017 r. przedstawiciel Gam polecił klientowi skontaktowanie się z lokalnymi dealerami Kia Polska oraz przesłał swoją odpowiedź na wspólny alias pocztowy dealerów.

Dowód: wiadomość e-mail z 30 stycznia 2017 r. (10:25); Nadawca: [informacja prawnie chroniona] (Gam); Adresat: [informacja prawnie chroniona]; Kopia: sprzedaz.dealer@kiamotors.pl; Temat: Re: KIA CEED KOMBI BUSINESS LINE, k. 1481a.

- (88) W wiadomości e-mail z 5 lipca 2017 r. przedstawiciel Gam w odpowiedzi na prośbę o złożenie oferty cenowej klienta wskazał: „*Dziękuję za złożenie zapytania. Polecam jednak dealerów zlokalizowanych bliżej Pana firmy. Szczególnie dealera [informacja prawnie chroniona]*”. Odpowiedź Gam została wysłana także na bezpośrednie skrzynki e-mail kilku dealerów Kia Polska.

Dowód: wiadomość e-mail z 5 lipca 2017 r. (09:58); Nadawca: [informacja prawnie chroniona] (Gam); Adresat: [informacja prawnie chroniona], [informacja prawnie chroniona] ([informacja prawnie chroniona]), [informacja prawnie

chroniona], [informacja prawnie chroniona] ([informacja prawnie chroniona]), [informacja prawnie chroniona] ([informacja prawnie chroniona]), [informacja prawnie chroniona], [informacja prawnie chroniona] (AS Motors), [informacja prawnie chroniona]; Temat: RE: Zapytanie ofertowe KIA SORENTO, k. 17.

- (89) W wiadomości e-mail z 18 października 2017 r. przedstawiciel Gam, w odpowiedzi na zapytanie ofertowe przedsiębiorcy z Raszyna, wskazał: „*z uwagi na fakt, że w Warszawie działa 7 salonów samochodowych Kia, jestem przekonany, że lokalni dealerzy zaproponują najkorzystniejszą ofertę*”. Odpowiedź Gam została także wysłana na alias pocztowy „sprzedaz.dealer@kiamotors.pl”.

Dowód: wiadomość e-mail z 18 października 2017 r. (11:18); Nadawca: [informacja prawnie chroniona] (Gam); Adresat: [informacja prawnie chroniona], sprzedaz.dealer@kiamotors.pl; Temat: Re: FW: zakup samochodu, k. 1481d.

- (90) Z kolei w wiadomości e-mail z 29 sierpnia 2018 r. przedstawiciel Gam na zapytanie klienta z Łomży odpowiedział: „*Z uwagi na fakt, że wszyscy dealerzy przygotowują oferty w oparciu o ten sam program sprzedaży flotowej, polecam kontakt z dealerem właściwym dla Pana miejsca zamieszkania*”. Jednocześnie odpowiedź Gam do klienta została przesłana na alias pocztowy „sprzedaz.dealer@kiamotors.pl”.

Dowód: wiadomość e-mail z 29 sierpnia 2018 r. (09:57); Nadawca: [informacja prawnie chroniona] (Gam); Adresat: [informacja prawnie chroniona], sprzedaz.dealer@kiamotors.pl; Temat: Re: Zapytanie Kia Optima GT Line, k. 1481d.

- (91) W wiadomości e-mail z 17 stycznia 2019 r. przedstawiciel Gam, w odpowiedzi na pytanie przedsiębiorcy o przedstawienie oferty na zakup samochodu osobowego finansowanego w formie leasingu, wskazał: „*Z przykrością informuję, że nasza firma nie uczestniczy w konkursie ofert. Proszę o skorzystanie z oferty lokalnych dealerów marki Kia. W obrębie Pana miasta jest ich co najmniej 4.*”.

Dowód: wiadomość e-mail z 17 stycznia 2019 r. (10:03); Nadawca: [informacja prawnie chroniona]; Adresat: [informacja prawnie chroniona]; pozostali dealerzy Kia Polska; Temat: RE: Kia proceed, k. 1481a.

- (92) W wiadomości e-mail z 2 lipca 2019 r. przedstawiciel Gam odpowiedział na pytanie spółki, która poprosiła o przedstawienie oferty na zakup samochodu osobowego. Jednocześnie dodał do wiadomości pozostałych dealerów Kia Polska. Pracownik Gam nie przedstawił oferty, prosząc klienta o skontaktowanie się z lokalnym salonem sprzedaży: „*Zapraszam do kontaktu z dealerami Kia w województwie mazowieckim*”.

Dowód: wiadomość e-mail z 2 lipca 2019 r. (16:09); Nadawca: **[informacja prawnie chroniona]** (Gam); Adresat: **[informacja prawnie chroniona]**; Kopia: sprzedaz.dealer@kia.com.pl; Temat: Re: Zapytanie, k. 1481d.

- (93) W wiadomości e-mail z 14 stycznia 2021 r. przedstawiciel Gam, po otrzymaniu numeru NIP od klienta, który był zainteresowany najmem długoterminowym samochodu osobowego marki Kia, zakończonego wykupem, wskazał: „*zapraszam do kontaktu z lokalnymi dealerami KIA w okolicach Łodzi [Łodzi – UOKIK] (Marvel lub Landcar w Łodzi, **[informacja prawnie chroniona]**)*”. W szczególności polecam kontakt z Salonem, w którym w późniejszym okresie planuje Pan serwisować auto. Jestem przekonany, że któryś z lokalnych salonów przygotuje Panu satysfakcjonującą ofertę”. Odpowiedź Gam została przesłana także do wiadomości pozostałych dealerów Kia, na alias pocztowy „sprzedaz.dealer@kiamotors.pl”. Klient wskazał następnie Gam, że źle się wyraził i że jest zainteresowany także leasingiem. Przedstawiciel Gam odpowiedział: „*Znakomicie. Przekazałem Pański mail do Dealerów w Łodzi, na pewno będą się z Panem kontaktować*”.

Dowody:

- wiadomość e-mail z 14 stycznia 2021 r. (11:18); Nadawca: **[informacja prawnie chroniona]** (Gam); Adresat: **[informacja prawnie chroniona]**; Kopia: sprzedaz.dealer@kiamotors.pl; Temat: Re: **[informacja prawnie chroniona]** – prośba o wycenę Kia Stinger, k. 1481a;
- wiadomość e-mail z 14 stycznia 2021 r. (11:31); Nadawca: **[informacja prawnie chroniona]** (Gam); Adresat: **[informacja prawnie chroniona]**; Temat: Re: **[informacja prawnie chroniona]** – prośba o wycenę Kia Stinger, k. 1481d.

- (94) Z kolei w odpowiedzi e-mail z 22 marca 2021 r. na pytanie przedsiębiorcy, który poprosił o przedstawienie oferty na zakup samochodu w drodze leasingu operacyjnego, pracownik Gam wskazał: „*Zapraszam do kontaktu z dealerami Kia w rejonie Rzeszowa*”. Trzy dni później wiadomość o zbliżonej treści przedstawiciel Gam wysłał także do innego klienta: „*Zapraszam do kontaktu z lokalnymi dealerami Kia w rejonie Krakowa*”.

Dowody:

- wiadomość e-mail z 22 marca 2021 r. (10:04); Nadawca: **[informacja prawnie chroniona]** (Gam); Adresat: – **[informacja prawnie chroniona]**; Temat: Re: {Disarmed} leasing operacyjny, k. 1481d;
- wiadomość e-mail z 25 marca 2021 r. (12:30); Nadawca: **[informacja prawnie chroniona]**; Adresat: **[informacja prawnie chroniona]**; Temat: Re: Prośba o wycenę kia sportage, k. 1481d.

- (95) W wiadomości z 30 marca 2021 r. przedstawiciel Gam, po sprawdzeniu numeru NIP klienta, zadał klientowi następujące pytanie: „*Zanim przygotuję odpowiedź, chciałbym się upewnić, że świadomie napisał Pan do salonu w Lubinie, czyli na drugim końcu Polski (woj. dolnośląskie)*”.

i nie pomylił Pan z Lublinem, co w ostatnich miesiącach bardzo często nam się zdarza?”. Klient w odpowiedzi wskazał, że nie, zaznaczył jednak, że jest w kontakcie z salonami w całej Polsce celem znalezienia najlepszej oferty zakupu. Wówczas przedstawiciel Gam poinformował: „*Rozumiem, w tej sytuacji wycofuję się z propozycji przygotowania oferty, ponieważ nie będzie ona odbiegać od standardowej oferty [informacja prawnie chroniona]. Zachęcam do kontaktu z lokalnymi dealerami Kia*”.

Dowód: wiadomość e-mail z 30 marca 2021 r. (11:48); Nadawca: [informacja prawnie chroniona] (Gam); Adresat: [informacja prawnie chroniona]; Temat: Re: KIA CEED Wyprzedaż rocznika 2020, k. 19.

- (96) W wiadomości e-mail z 15 kwietnia 2021 r. pracownik Gam w odpowiedzi na prośbę klienta o przedstawienie oferty na zakup samochodu osobowego odstąpił od przygotowania oferty i wskazał: „*Zapraszam do kontaktu z dealerami z regionu Gniezna. Pełna lista dealerów znajduje się na stronie www.kia.pl*”.

Dowód: wiadomość e-mail z 15 kwietnia 2021 r. (09:40); Nadawca: [informacja prawnie chroniona] (Gam); Adresat: [informacja prawnie chroniona]; Temat: Re: Oferta, k. 1481d.

- (97) Przedstawiciel Gam podobne wiadomości wysłał także do klientów 22 kwietnia 2021 r. W jednej z nich pracownik poradził: „*Polecam skupienie się na kontakcie z lokalnymi dealerami Kia. Szczególnie z tym, u którego nabyty samochód będzie serwisowany*”. W drugiej przedstawiciel Gam wskazał: „*zapraszam do kontaktu i pozyskania oferty u lokalnych dealerów Kia w rejonie Hrubieszowa*”.

Dowody:

- wiadomość e-mail z 22 kwietnia 2021 r. (10:45); Nadawca: [informacja prawnie chroniona] (Gam); Adresat: [informacja prawnie chroniona]; Temat: Re: Zakup Nowa Kia RIO, k. 1481d;
- wiadomość e-mail z 22 kwietnia 2021 r. (10:47); [informacja prawnie chroniona] (Gam); Adresat: [informacja prawnie chroniona]; Temat: Re: Zapytanie ofertowe KIA Stinger, k. 1481d.

AS Motors

- (98) W wiadomości e-mail z 3 października 2016 r., będącej odpowiedzią AS Motors na zapytanie ofertowe klienta, wysłane do wielu dealerów Kia Polska, w którym klient poinformował, że odbył już jazdy próbne w innym salonie, przedstawiciel AS Motors wskazał: „*Mogę zaproponować rabat [informacja prawnie chroniona]- myślę, że taki sam rabat otrzyma Pan u każdego z dealerów, ponieważ jest to standardowy rabat dla tego modelu. Dziękując za zainteresowanie marką odsyłam do najbliższego dealera marki KIA*”.

Dowód: wiadomość e-mail z 3 października 2016 r. (16:54); Nadawca: [informacja prawnie chroniona] (AS Motors); Adresat: [informacja prawnie chroniona]; Temat: RE: Kia Sorento, k. 1481a.

- (99) W wiadomości e-mail z 25 lutego 2019 r. przedstawiciel AS Motors odstąpił od sporządzenia oferty dla klienta z Trójmiasta (WOA AS Motors obejmowało obszar województwa mazowieckiego), zachęcając jednocześnie do przyjęcia oferty przygotowanej przez lokalnego dystrybutora: „*nie będziemy też w stanie przebić oferty którą Pan otrzymał od dealera z Trójmiasta, ponieważ wszyscy dealerzy mają te same możliwości rabatowania. Dlatego zachęcam Pana do skorzystania z oferty w swoim mieście*”.

Dowód: wiadomość e-mail z 25 lutego 2019 r. (17:04); Nadawca: [informacja prawnie chroniona] (AS Motors); Adresat: [informacja prawnie chroniona]; Temat: Oferta KIA AS MOTORS Warszawa, k. 1481a.

- (100) W wiadomości e-mail z 7 października 2020 r. przedstawicielka AS Motors w odpowiedzi na zapytanie klientki, która odwiedziła już salon w Częstochowie, nie przedstawiła oferty, lecz zachęciła do skorzystania z usług lokalnego dystrybutora: „*Oferta, którą Pani dostała, jest zgodna z polityką rabatową KIA MOTORS POLSKA, obowiązującą u wszystkich dealerów marki KIA. Zapraszam zatem do lokalnego dealera celem finalizacji zakupu auta*”.

Dowód: wiadomość e-mail z 7 października 2020 r. (12:13); Nadawca: [informacja prawnie chroniona] (AS Motors); Adresat: [informacja prawnie chroniona] (AS Motors); Temat: RE: oferta kia xceed, wraz z załącznikiem, k. 17.

- (101) Z kolei w wiadomości e-mail z 15 października 2020 r. przedstawicielka AS Motors w odpowiedzi na wiadomość klienta, który rozesłał zapytanie do wielu dealerów z całej Polski, poinformowała: „*Oferty oraz warunki, polityka rabatowa obowiązują te same w całej Polsce u dealerów marki KIA. Zapraszam zatem do lokalnego dealera celem finalizacji zakupu auta oraz uzyskania oferty* [podkreślenie własne – UOKiK]”. Na zapytanie tego samego klienta inny dealer – [informacja prawnie chroniona] – odpowiedział w podobny sposób: „*(...) bardzo dziękuję za zainteresowanie marką KIA i za złożone zapytanie. Bardzo grzecznie chciałbym Pana poinformować, że nie uczestniczymy w konkursie ofert. Jeżeli nasza stacja dealerska jest najbliższym miejscem Pana zamieszkania to serdecznie zapraszam* [podkreślenie własne – UOKiK] *na: prezentację modelu i odbycie jazdy testowej, przedstawienie oferty na samochód i na promocyjne finansowanie, przedstawienie możliwości na pozostawienie w rozliczeniu swojego pojazdu na poczet nowo kupowanego marki KIA. Jeżeli zaś mieszka Pan w innym regionie naszego kraju to zachęcam Pana do złożenia zapytania do swojego miejscowego dealera* [podkreślenie własne – UOKiK]”. Ukryta kopia tej wiadomości została wysłana do Landcar oraz Wadowskich.

- Dowody:**
- wiadomość e-mail z 15 października 2020 r. (10:01); Nadawca: **[informacja prawnie chroniona]** (AS Motors); Adresat: **[informacja prawnie chroniona]**; Temat: RE: {Spam?} Kia Sportage, wraz z załącznikiem, k. 1481a;
 - wiadomość e-mail z 15 października 2020 r. (11:50); Nadawca: Salon KIA **[informacja prawnie chroniona]**; Adresat: **[informacja prawnie chroniona]**; Kopia Ukryta: **[informacja prawnie chroniona]**; Temat: {Spam?} RE: {Spam?} Kia Sportage, k. 1708b;
 - wiadomość e-mail z 15 października 2020 r. (11:50); Nadawca: **[informacja prawnie chroniona]**; Adresat: **[informacja prawnie chroniona]**; Kopia Ukryta: **[informacja prawnie chroniona]** (Wadowscy); Temat: {Spam?} RE: {Spam?} Kia Sportage, k. 1708a.

Autotechnika Woźniak

- (102) W wiadomości e-mail z 17 listopada 2014 r. przedstawiciel Autotechniki Woźniak w odpowiedzi na zapytanie klienta dotyczące zakupu samochodu marki Kia z rabatem **[informacja prawnie chroniona]**, przesłał klientowi kalkulację jednostkową konfiguracji samochodu, wskazując jednocześnie: *„Jeżeli jest Pan z terenu byłego województwa piłskiego oczywiście zapraszam i proszę o zapoznanie się z poniższą ofertą. Jeśli jest Pan z innych terenów zapraszam do najbliższego dealera. Powinien on jednak udzielić Panu identycznej odpowiedzi”*.

Dowód: wiadomość e-mail z 17 listopada 2014 r. (10:10); Nadawca: **[informacja prawnie chroniona]** (Autotechnika Woźniak); Adresat: pozostali dealerzy Kia Polska, **[informacja prawnie chroniona]**; Temat: RE: Oferta na zakup 2 sztuk samochodów Kia Venga, k. 1481a.

- (103) W wiadomości e-mail z 27 lipca 2016 r., przedstawiciel Autotechniki Woźniak w odpowiedzi na zapytanie klienta z Bydgoszczy (Obszar Odpowiedzialności Autotechniki Woźniak znajdował się na terenie województwa wielkopolskiego) wskazał: *„Dziękuję za zainteresowanie naszą ofertą. Zapraszam jednak do lokalnych dealerów w Bydgoszczy”*, a następnie podał nazwy i adresy dystrybutorów bydgoskich. Wiadomość została jednocześnie wysłana na alias pocztowy „sprzedaz.dealer@kiamotors.pl”.

Dowód: wiadomość e-mail z 27 lipca 2016 r. (15:09); Nadawca: **[informacja prawnie chroniona]** (Autotechnika Woźniak); Adresat: **[informacja prawnie chroniona]**, sprzedaz.dealer@kiamotors.pl; Temat: RE: KIA SPORTAGE – dział sprzedaży aut, k. 17.

- (104) W wiadomości e-mail z 2 października 2016 r. przedstawiciel Autotechniki Woźniak, w odpowiedzi na zapytanie klienta, wskazał: *„Dziękuję za zainteresowanie modelem Sorento*

i naszą ofertą. Jednak proszę o kontakt z najbliższym dealerem, który na pewno przedstawi Panu najlepszą możliwą ofertę [podkreślenie własne – UOKiK]”. Należy przy tym wskazać, że temu samemu klientowi odpowiedź odsyłającą do najbliższego salonu wysłał także przedstawiciel AS Motors [por. akapit (98) decyzji].

Dowód: wiadomość e-mail z 2 października 2016 r. (00:10); Nadawca: [informacja prawnie chroniona] (Autotechnika Woźniak); Adresat: [informacja prawnie chroniona]; Kopia: pozostali dealerzy Kia Polska; Temat: RE: Kia Sorento, k. 1481a.

- (105) Z kolei w wiadomości e-mail z 9 października 2016 r. przedstawiciel Autotechniki Woźniak, w odpowiedzi na zapytanie ofertowe klienta, odstąpił od przygotowania oferty, dodając: „*Niemniej jednak zapraszam do najbliższego dealera, który powinien złożyć Panu najlepszą możliwą ofertę*”.

Dowód: wiadomość e-mail z 9 października 2016 r. (15:33); Nadawca: [informacja prawnie chroniona] (Autotechnika Woźniak); Adresat: [informacja prawnie chroniona]; Temat: RE: Proszę o ofertę sprzedaży Kia Sportage, k. 1481a.

- (106) W wiadomości e-mail z 26 lutego 2017 r. pracownik Autotechniki Woźniak przedstawił klientowi następujące stanowisko: „*W przypadku chęci uzyskania spersonalizowanej oferty zapraszam do najbliższego salonu lub jeśli jest Pan z okolic Piły do naszego salonu*”. Przedmiotowa wiadomość została jednocześnie wysłana przez przedstawiciela Autotechniki Woźniak na bezpośrednie skrzynki e-mail pozostałych dealerów Kia Polska.

Dowód: wiadomość e-mail z 26 lutego 2017 r. (16:01); Nadawca: [informacja prawnie chroniona] (Autotechnika Woźniak), pozostali dealerzy Kia; Adresat: [informacja prawnie chroniona], pozostali dealerzy Kia Polska; Temat: RE: Zapytanie ofertowe, wraz z załącznikiem, k. 1481a.

- (107) W wiadomości e-mail z 11 listopada 2017 r. przedstawiciel Autotechniki Woźniak wskazał klientowi prowadzącemu działalność gospodarczą w Gołkowicach (województwo śląskie), aby zwrócił się do dealera [informacja prawnie chroniona] (którego WOA obejmowało obszar w województwie śląskim): „*Z racji miejsca, z którego Pan pisze zapraszam do najbliższego salonu, który znajduje się w Rybniku oddalonym od Pana o ok. 33 km*”. Odpowiedź Autotechniki Woźniak została jednocześnie wysłana do pozostałych dealerów Kia Polska.

Dowód: wiadomość e-mail z 11 listopada 2017 r. (23:11); Nadawca: [informacja prawnie chroniona] (Autotechnika Woźniak); Adresat: [informacja prawnie chroniona], pozostali dealerzy Kia Polska; Temat: RE: Zapytanie ofertowe, k. 17.

- (108) W wiadomości e-mail z 6 sierpnia 2019 r. przedstawicielka Autotechniki Woźniak w odpowiedzi na zapytanie klienta wskazała: „*W celu uzyskania satysfakcjonującej oferty oraz obsługi przed i po sprzedaży [posprzedażowej – UOKiK] zapraszam do najbliższego lokalnego Salonu KIA*”. Wiadomość została również wysłana do pozostałych dystrybutorów Kia Polska.

Dowód: wiadomość e-mail z 6 sierpnia 2019 r. (09:51); Nadawca: [informacja prawnie chroniona] (Autotechnika Woźniak); Adresat: [informacja prawnie chroniona], pozostali dealerzy Kia Polska; Temat: RE: zakup kii optimy, k. 1481a.

- (109) W wiadomości e-mail z 19 lutego 2021 r. przedstawiciel Autotechniki Woźniak po otrzymaniu informacji, że klient uzyskał już ofertę od dealera z innego regionu, poinformował klienta o odstąpieniu przez Autotechnikę Woźniak od przygotowania oferty: „*Zważywszy na fakt, że przesłali Państwo formularz flotowy przygotowany przez dealera [informacja prawnie chroniona] odstępujemy od przygotowania oferty. Szanujemy pracę innych a warunki, które będziemy mogli zaproponować nie będą różniły się od przygotowanych przez kolegów*”.

Dowód: wiadomość e-mail z 19 lutego 2021 r. (9:37); Nadawca: [informacja prawnie chroniona] (Kia Polska); Adresat: [informacja prawnie chroniona] (Kia Polska); Temat: FW: KIA RIO 2020 / 2021 oferta na 3 sztuki - DRUGIE ZAPYTANIE, k. 1708b.

- (110) Z kolei w maju 2020 r. przedstawiciel Autotechniki Woźniak przesłał klientowi z Trójmiasta kalkulację wybranego przez klienta modelu samochodu, zachęcając jednocześnie do wizyty u lokalnego dealera: „*Z tego co widzę w systemie KIA, mieszka Pan w okolicy Trójmiasta. Píše Pan również, [że – UOKiK] odbył już jazdę testową, dlatego zapraszam do dealera, który jak widać dobrze wykonał swoją robotę, skoro przekonał Pana do tego auta. Myślę, że zaproponuje on Panu najlepszą możliwą cenę, a za zakup auta odwdzięczy się wysokim standardem obsługi sprzedaży i serwisowej*”.

Dowód: wiadomość e-mail z 25 maja 2020 r. (14:53); Nadawca: [informacja prawnie chroniona] (Autotechnika Woźniak); Adresat: [informacja prawnie chroniona]; Temat: RE: [informacja prawnie chroniona] – zapytanie w sprawie zakupu modelu Kia Proceed, wraz z załącznikiem, k. 1481a.

Landcar Dariusz Krzewiński

- (111) W wiadomości e-mail z 11 stycznia 2013 r. przedstawicielka Landcar odpowiedziała na pytanie klienta, który poprosił o przedstawienie oferty na samochód osobowy, przesyłając jednocześnie odpowiedź na wspólny alias pocztowy dealerów. Pracownica Landcaru nie przedstawiła oferty, pisząc: „*zachęcam do udania się do najbliższego salonu KIA, w którym koledzy przygotują dla Pana najkorzystniejszą ofertę*”.

Dowód: wiadomość e-mail z 11 stycznia 2013 r. (13:11); Nadawca: [informacja prawnie chroniona] (Landcar Dariusz Krzewiński); Adresat: [informacja prawnie chroniona]; Kopia: sprzedaz.dealer@kiamotors.pl; Temat: RE:, k. 1481a.

- (112) W wiadomości z 11 marca 2013 r. przedstawicielka Landcar Dariusz Krzewiński odpowiedziała na prośbę klienta o ofertę sprzedaży samochodu osobowego marki Kia: „*dziękujemy za zainteresowanie modelem Kia Sportage, w celu uzyskania najkorzystniejszej oferty, zachęcam do skontaktowania się z lokalnym dealerem*”. Odpowiedź Landcar Dariusz Krzewiński została wysłana do wiadomości pozostałym uczestnikom sieci dealerskiej.

Dowód: wiadomość e-mail z 11 marca 2013 r. (08:23); Nadawca: [informacja prawnie chroniona] (Landcar Dariusz Krzewiński); Adresat: [informacja prawnie chroniona]; Kopia: sprzedaz.dealer@kiamotors.pl; Temat: RE: KIA Sportage, k. 1481c.

- (113) W wiadomości z 18 kwietnia 2013 r. przedstawicielka Landcar Dariusz Krzewiński w odpowiedzi na zapytanie ofertowe klienta wskazała: „*dziękujemy za zainteresowanie naszym salonem, zachęcam do odwiedzenia najbliższego salonu i zapoznania się z najlepszą ofertą na interesujący Panią model KIA*”. Kopia wiadomości została przesłana do wiadomości na alias pocztowy „sprzedaz.dealer@kiamotors.pl”.

Dowód: wiadomość e-mail z 18 kwietnia 2013 r. (09:35); Nadawca: [informacja prawnie chroniona] (Landcar Dariusz Krzewiński); Adresat: [informacja prawnie chroniona], sprzedaz.dealer@kiamotors.pl; Temat: Re: KIA, k. 1481b.

Landcar:

- (114) W wiadomości z 27 sierpnia 2018 r. przedstawicielka Landcar, w odpowiedzi na zapytanie klienta, który poinformował, że odwiedził już jeden salon w okolicach Warszawy, wskazała: „*Polityka rabatowa jest taka sama dla wszystkich salonów. Zapraszam więc do najbliższego salonu w Pana miejscowości. Jeśli jesteśmy najbliższym salonem w Pana lokalizacji, zachęcam do spotkania*”. Odpowiedź Landcar została ponadto przesłana do wiadomości wszystkich dealerów Kia Polska, za pośrednictwem wspólnego aliasu pocztowego.

Dowód: wiadomość e-mail z 27 sierpnia 2018 r. (10:32); Nadawca: [informacja prawnie chroniona] (Landcar); Adresat: [informacja prawnie chroniona]; Kopia: sprzedaz.dealer@kiamotors.pl; Temat: RE: Prośba o ofertę KIA STONIC, k. 1481a.

- (115) W wiadomości e-mail z 25 września 2018 r., w której przedstawiciel Landcar wskazał klientowi: „*Ze względu na spójną politykę cenową w sieci dealerskiej KIA proponuję odwiedzić salon najbliższy Pana miejsca zamieszkania* [podkreślenie własne – UOKiK]”.

Dowód: wiadomość e-mail z 25 września 2018 r. (16:50); Nadawca: [informacja prawnie chroniona] (Landcar); Adresat: [informacja prawnie chroniona]; Kopia: [informacja prawnie chroniona] (Landcar); Temat: Re: prosba o wycene, k. 1481b.

- (116) W tym miejscu należy także wskazać na dwie wiadomości e-mail z 29 marca 2019 r., w których przedstawiciel Landcar odpowiedział na pytania osób, które poprosiły o przedstawienie oferty na zakup samochodu osobowego. Pracownik Landcar nie przedstawił oferty, wskazując: *„Ze względu na spójną politykę cenową KIA Motors Polska na terenie kraju, zachęcam do wizyty w dealerstwie KIA położonym najbliżej Pana miejsca zamieszkania. Z pewnością zostaną Panu przedstawione satysfakcjonujące warunki nabycia i finansowania samochodu”*.

Dowody:

- wiadomość e-mail z 29 marca 2019 r. (16:04); Nadawca: [informacja prawnie chroniona] (Landcar); Adresat: [informacja prawnie chroniona]; Kopia: [informacja prawnie chroniona] (Landcar); Temat: Re: {Spam?} Zapytanie o Kia Proceed GT, k. 1481b;
- wiadomość e-mail z 29 marca 2019 r. (14:58); Nadawca: [informacja prawnie chroniona] (Landcar); Adresat: [informacja prawnie chroniona]; Kopia: [informacja prawnie chroniona] (Landcar); Temat: Re: Kia Optima Kombi 1.6 T-GDI – zapytanie, k. 1481b.

- (117) W wiadomości e-mail z 18 kwietnia 2019 r. przedstawiciel Landcar, odpowiadając na pytanie klienta czy salon jest w stanie przedstawić lepsze warunki oferty, wskazał: *„Ze względu na spójną politykę cenową KIA Motors Polska na terenie kraju, zachęcam do wizyty w dealerstwie KIA położonym najbliżej Pana miejsca zamieszkania”*. Wiadomość została przesłana także na wspólny alias „sprzedaz.dealer@kiamotors.pl”.

Dowód: wiadomość e-mail z 18 kwietnia 2019 r. (10:56); Nadawca: [informacja prawnie chroniona] (Landcar); Adresat: [informacja prawnie chroniona]; Kopia: sprzedaz.dealer@kiamotors.pl; Temat: Re: oferta na KIA Proceed, k. 1481d.

- (118) Z kolei w wiadomości e-mail z 6 maja 2019 r. przedstawiciel Landcar w odpowiedzi na prośbę o przedstawienie oferty na zakup samochodu osobowego, nie przedstawił oferty, wskazując: *„Ze względu na spójną politykę cenową importera w Polsce proponuję odwiedzić najbliższego dealera KIA (dla Pana miejsca zamieszkania), z pewnością zostaną Panu przedstawione najlepsze warunki zakupu, finansowania czy ubezpieczenia”*. Wiadomość tożsamej treści pracownik Landcar przesłał również odpowiadając na zapytanie innego klienta, w dniu 20 maja 2019 r.

Dowody:

- wiadomość e-mail z 6 maja 2019 r. (12:41); Nadawca: [informacja prawnie chroniona] (Landcar); Adresat: [informacja prawnie

chroniona]; Kopia: **[informacja prawnie chroniona]** (Landcar); Temat: Re: Zakup Kia Rio, k. 1481b;

- wiadomość e-mail z 20 maja 2019 r. (13:58); Nadawca: **[informacja prawnie chroniona]** (Landcar); Adresat: **[informacja prawnie chroniona]**; Kopia: **[informacja prawnie chroniona]** (Landcar); Temat: Re: Kia ProCeed 2019, k. 1481b.

- (119) W wiadomości e-mail z 3 czerwca 2019 r. przedstawicielka Landcar wskazała klientce: *„Proszę o kontakt z Pani lokalnym dealerem, ponieważ cennik oraz zasady przyznawania rabatów są jednolite w sieci dealerskiej KIA”*. Kopia wiadomości została przesłana na wspólny alias pocztowy funkcjonujący wewnątrz sieci dealerskiej.

Dowód: wiadomość e-mail z 3 czerwca 2019 r. (13:12); Nadawca: **[informacja prawnie chroniona]** (Landcar); Adresat: **[informacja prawnie chroniona]**; Kopia: sprzedaz.dealer@kiamotors.pl; Temat: Oferta Kia Rio IV, k. 1481d.

- (120) W wiadomości e-mail z 25 lipca 2019 r. przedstawicielka Landcar odpowiedziała na pytanie klienta, który poprosił o przedstawienie oferty na zakup samochodu osobowego. Jednocześnie dodała do wiadomości pozostałych dealerów Kia Polska. Pracownica Landcar nie przedstawiła oferty, informując: *„Szanowny Panie nasz salon nie uczestniczy w konkursach ofert. Rabaty we wszystkich salonach Kia w Polsce są jednakowe. Zachęcam do złożenia wizyty w salonie, który jest najbliżej Pana miejsca zamieszkania. Jestem przekonana, że doradcy przygotują dla Pana korzystną ofertę cenową”*.

Dowód: wiadomość e-mail z 25 lipca 2019 r. (15:27); Nadawca: **[informacja prawnie chroniona]** (Landcar); Adresat: **[informacja prawnie chroniona]**; Kopia: sprzedaz.dealer@kiamotors.pl; Temat: RE: Kia Stinger GT, k. 1481d.

- (121) W wiadomości e-mail z 27 listopada 2019 r. przedstawicielka Landcar poleciła klientowi udanie się do lokalnego dealera: *„zapraszam do odwiedzenia najbliższego dealera KIA w Województwie Śląskim [pisownia oryginalna – UOKiK]”*. Odpowiedź Landcar została przesłana do wiadomości ukrytej Wadowskich, których przedstawiciel dzień wcześniej wysłał podobną wiadomość odsyłającą klienta do najbliższego dealera do wiadomości innych dystrybutorów [por. akapit (141) decyzji].

Dowód: wiadomość e-mail z 27 listopada 2019 r. (8:59); Nadawca: **[informacja prawnie chroniona]** (Landcar); Adresat: **[informacja prawnie chroniona]**; Kopia: **[informacja prawnie chroniona]** (Wadowscy); Temat: Zapytanie ofertowe - Stinger 2.0, k. 1481d.

Marvel

- (122) W wiadomości e-mail z 17 stycznia 2019 r. przedstawiciel Marvel w odpowiedzi na zapytanie ofertowe klienta z Poznania poinformował: „**Zapraszam Pana do najbliższego salonu KIA** [podkreślenie własne – UOKiK], *z pewnością doradcy odpowiedzą na każde pytanie oraz przydzielą rabat zgodny z polityką Kia Motors, biorąc pod uwagę najwyższe standardy obsługi jestem przekonany, że lokalny dealer sprosta Pańskim oczekiwaniom*”. Wiadomość została jednocześnie wysłana do pozostałych dealerów Kia Polska.

Dowód: wiadomość e-mail z 17 stycznia 2019 r. (13:23); Nadawca: [informacja prawnie chroniona] (Marvel), Adresat: [informacja prawnie chroniona], pozostali dealerzy Kia Polska; Temat: {Spam?} RE: Kia proceed, k. 1481d.

- (123) W wiadomości z 15 września 2020 r. pracownik Marvel w odpowiedzi na prośbę klienta o przygotowanie oferty, wskazał: „**Zachęcam do skorzystania z usług najbliższego salonu marki Kia** [podkreślenie własne – UOKiK], *ponieważ warunki sprzedaży u każdego są takie same*”.

Dowód: wiadomość e-mail z 15 września 2020 r. (12:42); Nadawca: [informacja prawnie chroniona] (Marvel); Adresat: [informacja prawnie chroniona]; Kopia: pozostali dealerzy Kia Polska; Temat: {Disarmed} Oferta Kia CEED, k. 1481b.

- (124) Z kolei w wiadomości z 14 października 2020 r. przedstawiciel Marvel zachęcił klienta, który poprosił o przedstawienie oferty na zakup samochodu osobowego, do odwiedzenia salonu sprzedaży innego dealera. Jednocześnie dodał do wiadomości pozostałych dealerów Kia Polska. Pracownik Marvel w swojej wiadomości wskazał: „**Zachęcam do skorzystania z usług najbliższego salonu marki Kia**, *ponieważ warunki sprzedaży u każdego są takie same. Jest już Pan Klientem ASO Kia Patecki więc pewno doświadczeni koledzy w Kielcach Panu pomogą*”.

Dowód: wiadomość z 14 października 2020 r. (9:58); Nadawca: [informacja prawnie chroniona] (Marvel); Adresat: [informacja prawnie chroniona]; Kopia: pozostali dealerzy Kia Polska; Temat: RE: Zapytanie ofertowe, k. 17.

- (125) W wiadomości e-mail z 27 października 2020 r. przedstawiciel Marvel odpowiedział na pytanie osoby, która poprosiła o przedstawienie oferty na zakup samochodu osobowego. Jednocześnie dodał do wiadomości pozostałych dealerów Kia Polska. Pracownik Marvel nie przedstawił oferty: „*Ze względu na spójną politykę cenową KIA Motors Polska, zapraszam do odwiedzenia dealera KIA u którego została przedstawiona poniższa oferta. Z pewnością zaproponuje najlepsze warunki zakupu i finansowania*”.

Dowód: wiadomość e-mail z 27 października 2020 r. (18:44); Nadawca: **[informacja prawnie chroniona]** (Marvel); Adresat: **[informacja prawnie chroniona]**; Kopia: pozostali dealerzy Kia Polska; Temat: RE: Zakup samochodu Kia Sorento., k. 1481d.

- (126) W wiadomości e-mail z 4 stycznia 2021 r., przedstawiciel Marvel w odpowiedzi na pytanie klienta, który rozesłał swoją wiadomość jednocześnie do wielu salonów sprzedaży, wskazał: *„Zachęcam do skorzystania z usług najbliższego salonu marki KIA, ponieważ warunki sprzedaży u każdego dealera marki KIA są takie same”*. Wiadomość została wysłana także do innych dealerów Kia Polska. Odpowiedź o podobnej treści przedstawiciel Marvel wystosował do innego klienta w dniu 5 stycznia 2021 r.

Dowody:

- wiadomość e-mail z 4 stycznia 2021 r. (10:45); Nadawca: **[informacja prawnie chroniona]** (Marvel); Adresat: **[informacja prawnie chroniona]**, pozostali dealerzy Kia Polska; Kopia: **[informacja prawnie chroniona]** (Marvel); Temat: RE: Oferta Kia niro hybrid wersja m smart., k. 1481a;
- wiadomość e-mail z 5 stycznia 2021 r. (9:25); Nadawca: **[informacja prawnie chroniona]** (Marvel); Adresat: **[informacja prawnie chroniona]**; Kopia: pozostali dealerzy Kia Polska; Temat: Kia Sportage – oferta, k. 1481d.

Auto-Centrum I.M. Patecki

- (127) W wiadomości e-mail z 14 stycznia 2013 r. pracownik Auto-Centrum I.M. Patecki wskazał klientowi: *„Po optymalną ofertę proszę zgłosić się do lokalnego dealera KIA. Adresy dealerów na www.kia.pl”*. Wiadomość została wysłana na adresy skrzynek poczty elektronicznej pozostałych dystrybutorów Kia Polska. Ten sam klient wcześniej otrzymał wiadomość odsyłającą do najbliższego salonu marki Kia od przedstawiciela Autotechniki Woźniak.

Dowody:

- wiadomość e-mail z 14 stycznia 2013 r. (09:03); Nadawca: **[informacja prawnie chroniona]**¹³ (Auto-Centrum I.M. Patecki); Adresat: **[informacja prawnie chroniona]**; Kopia: pozostali dealerzy Kia Polska; Temat: RE: Prośba o przedstawienie oferty, k. 1481a;
- wiadomość e-mail z 14 stycznia 2013 r. (08:26); Nadawca: **[informacja prawnie chroniona]** (Auto-Centrum I.M. Patecki); Adresat: **[informacja prawnie chroniona]**; Kopia: pozostali dealerzy Kia Polska; Temat: RE: Prośba o przedstawienie oferty, k. 1481a.

- (128) W wiadomości e-mail z 11 grudnia 2013 r. przedstawiciel Auto-Centrum I.M. Patecki w odpowiedzi na wiadomość, w której klientka zwróciła się o przedstawienie ceny samochodu

¹³ Adres e-mail należący do Auto-Centrum I.M. Patecki w 2013 r.

osobowego marki Kia, nie przedstawił oferty, lecz zadał następujące pytanie: „W celu spersonalizowania oferty dla Pani **proszę o informację z jakiej miejscowości wysyła Pani do nas prośbę o ofertę?** [podkreślenie własne – UOKiK] W kolejnym kroku zapraszam na rozmowy i jazdę testową do najbliższego dealera Kia. Najbliższy autoryzowany salon Kia można zlokalizować na tej samej stronie w zakładce «Dealerzy», która znajduje się na stronie głównej po prawej stronie”. Odpowiedź Auto-Centrum I.M. Patecki została wysłana do wiadomości innych dealerów Kia Polska.

Dowód: wiadomość e-mail z 11 grudnia 2013 r. (14:39); Nadawca: **[informacja prawnie chroniona]**¹⁴ (Auto-Centrum I.M. Patecki); Adresat: **[informacja prawnie chroniona]**; Kopia pozostali dealerzy Kia Polska; Temat: RE: Zapytanie cenowe, k. 1481a.

- (129) W wiadomości z 22 czerwca 2017 r. przedstawiciel Auto-Centrum I.M. Patecki poradził udanie się do najbliższego salonu marki Kia klientowi, który wskazał, że kontaktuje się z wieloma dealerami i wybierze ofertę o najniższej cenie.

Dowód: wiadomość e-mail z 22 czerwca 2017 r. (10:42); Nadawca: **[informacja prawnie chroniona]** (Auto-Centrum I.M. Patecki); Adresat: **[informacja prawnie chroniona]**; Temat: Re: Oferta KIA RIO, k. 1481a.

- (130) W wiadomości e-mail z 1 sierpnia 2017 r. pracownik Auto-Centrum I.M. Patecki polecił klientowi zwrócenie się do lokalnego dealera: „*Proszę zwrócić się do najbliższego dealera w celu uzyskania najlepszej obsługi oraz atrakcyjnej ceny (rabat w KIA każdy salon udziela taki sam). Jeżeli nasz salon jest najbliżej proszę o kontakt*”.

Dowód: wiadomość e-mail z 1 sierpnia 2017 r. (09:39); Nadawca: **[informacja prawnie chroniona]** (Auto-Centrum I.M. Patecki); Adresat: **[informacja prawnie chroniona]**; Kopia: sprzedaz.dealer@kiamotors.pl; Temat: Re: {Spam?} KIA RIO 2017, k. 17.

- (131) Z kolei w wiadomości e-mail z 21 lutego 2018 r. przedstawiciel Auto-Centrum I.M. Patecki nie przedstawił oferty klientowi, lecz wskazał: „*Rabat **[informacja prawnie chroniona]** we wszystkich salonach KIA jest identyczny, więc jednak zapraszam do najbliższego dealera w celu otrzymania najlepszej obsługi*”.

Dowód: wiadomość e-mail z 21 lutego 2018 r. (18:20); Nadawca: **[informacja prawnie chroniona]** (Auto-Centrum I.M. Patecki); Adresat: **[informacja prawnie chroniona]**; Temat Re: KIA Stinger GT – oferta, k. 1481d.

¹⁴ Adres e-mail należący do Auto-Centrum I.M. Patecki w 2013 r.

- (132) W wiadomości z 30 marca 2018 r. przedstawiciel Auto-Centrum I.M. Patecki, po otrzymaniu zapytania ofertowego od klienta (który wysłał wiadomość do wielu dystrybutorów z sieci) wskazał: „*Z racji ujednoliconej polityki rabatowej w całej sieci KIA zapraszam do najbliższego Panu salonu KIA* [podkreślenie własne – UOKiK] *w celu uzyskania najlepszej obsługi przed i po sprzedażowej. Lista dealerów znajduje się na stronie www.kia.pl. Jeśli to nasz salon zapraszam na jazdę testową*”.

Dowód: wiadomość e-mail z 30 marca 2018 r. (13:18); Nadawca: [informacja prawnie chroniona] (Auto-Centrum I.M. Patecki); Adresat: [informacja prawnie chroniona]; Temat: KIA Stinger GT Line, k. 1481d.

- (133) Podobną wiadomość przedstawiciel Auto-Centrum I.M. Patecki przesłał także w odpowiedzi na zapytanie ofertowe klienta w wiadomości z 17 kwietnia 2018 r. Swoją odpowiedź pracownik Auto-Centrum I.M. Patecki przesłał także na wspólny alias pocztowy dealerów. Pracownik Autocentrum IM Patecki nie przedstawił oferty, kierując klienta do lokalnego dealera: „*Z racji ujednoliconej polityki rabatowej w KIA zapraszam do najbliższego dealera Kia w celu uzyskania najlepszej obsługi przed i po sprzedażowej. Jeśli to nasz salon zapraszam na jazdę testową*.”.

Dowód: wiadomość e-mail z 17 kwietnia 2018 r. (18:24); Nadawca: [informacja prawnie chroniona] (Auto-Centrum I.M. Patecki); Nadawca [informacja prawnie chroniona]; Kopia: sprzedaz.dealer@kiamotors.pl; Temat: Re: Prośba o wycenę indywidualną - KIA Sportage L Business Line 1.6 T-GDi 6MT 2WD 177 KM + lakier metalik, k. 1481d.

- (134) W wiadomości e-mail z 25 września 2018 r. pracownik Auto-Centrum I.M. Patecki, polecił klientowi, dodając do wiadomości wspólny alias pocztowy uczestników sieci dystrybucyjnej Kia Polska, aby skontaktował się z lokalnym dealerem: „*Z racji takich samych rabatów w każdym salonie marki KIA proszę o kontakt z najbliższym, w celu uzyskania najlepszej obsługi przed i po sprzedaży* [podkreślenie własne – UOKiK]”. Należy przy tym wskazać, że w podobny sposób temu samemu klientowi odpowiedział Landcar [por. akapit (115) decyzji].

Dowód: wiadomość e-mail z 25 września 2018 r. (12:51); Nadawca: [informacja prawnie chroniona] (Auto-Centrum I.M. Patecki); Adresat: [informacja prawnie chroniona], Kopia: sprzedaz.dealer@kiamotors.pl; Temat: Re: prosba o wycene, k. 1481d.

Autocentrum Patecki

- (135) W wiadomości e-mail z 22 czerwca 2017 r., pracownik Autocentrum Patecki odpowiedział klientowi w następujący sposób: „*Zapraszam do najbliższego Dealera Kia od miejsca Pana zamieszkania, na pewno postara się zrobić najlepszą możliwą ofertę dla klienta ze swojego*

regionu”. Wiadomość została także przesłana pozostałym dealerom Kia Polska za pośrednictwem wspólnego aliasu pocztowego „sprzedaz.dealer@kiamotors.pl”. Prezes Urzędu wskazuje, że ten sam klient otrzymał podobną odpowiedź także od dealera Autocentrum I.M. Patecki [por. akapit (129) decyzji].

Dowód: wiadomość e-mail z 22 czerwca 2017 r. (10:33); Nadawca: **[informacja prawnie chroniona]** (Autocentrum Patecki); Adresat: **[informacja prawnie chroniona]**; Kopia; Temat: Re: Oferta KIA RIO, k. 1481d.

- (136) W sierpniu 2018 r. przedstawiciel Autocentrum Patecki otrzymał wiadomość od klienta, który wskazał, że uzyskał wycenę na samochód osobowy marki Kia w salonie w Łodzi, jednak chciał dowiedzieć się od pozostałych dealerów Kia Polska, czy mogą przedstawić mu lepszą ofertę na wybrany model auta. Pracownik Autocentrum Patecki w odpowiedzi na powyższą wiadomość wskazał: „*Proszę docenić zaangażowanie naszych kolegów z salonu w Łodzi*” (Obszar Odpowiedzialności Autocentrum Patecki obejmuje teren w województwie świętokrzyskim). Kopia wiadomości została wysłana do innych dealerów z sieci. Ten sam klient otrzymał później wiadomość od dealera **[informacja prawnie chroniona]**, która także została wysłana do pozostałych dystrybutorów, a jej treść brzmiała następująco: „*Witam Panie Bartłomieju, ... nie tędy droga... Polecam ofertę kolegów z Łodzi*”.

Dowody:

- wiadomość e-mail z 25 sierpnia 2018 r. (11:00); Nadawca: **[informacja prawnie chroniona]** (Autocentrum Patecki); Adresat: **[informacja prawnie chroniona]**; Kopia: pozostali dealerzy Kia; Temat: RE: Sportage, k. 17;
- wiadomość e-mail z 24 sierpnia 2018 r. (22:11); Nadawca: **[informacja prawnie chroniona]**; Adresat: **[informacja prawnie chroniona]**, pozostali dealerzy Kia Polska; Temat: RE: Sportage, k. 1481a.

- (137) W wiadomości e-mail z 14 października 2019 r. przedstawiciel Autocentrum Patecki, w odpowiedzi na zapytanie ofertowe klienta, który rozesłał wiadomość do wielu dealerów Kia Polska, odrzekł: „*Zapraszam do kontaktu z salonem najbliższym Pana miejsca zamieszkania, Pana lokalny Dealer przedstawi najbardziej korzystną ofertę*”. Odpowiedź Autocentrum Patecki została także wysłana do wiadomości pozostałych dystrybutorów Kia Polska, przy użyciu wspólnego aliasu „sprzedaz.dealer@kiamotors.pl”. Tego samego dnia przedstawiciel Autocentrum Patecki przedstawił tożsamą odpowiedź także innemu klientowi, który zaznaczył, że jest już po jeździe próbnej w innym salonie.

Dowody:

- wiadomość e-mail z 14 października 2019 r. (8:59); Nadawca: **[informacja prawnie chroniona]** (Autocentrum Patecki); Adresat: **[informacja prawnie chroniona]**; Kopia: **[informacja prawnie chroniona]** (Patecki

Kielce), sprzedaz.dealer@kiamotors.pl; Temat: RE: Prośba o propozycję oferty dla: Kia Stinger 2.0 GT Line + ECS + TEC, k. 1481d;

- wiadomość e-mail z 14 października 2019 r. (09:03); Nadawca: [informacja prawnie chroniona] (Autocentrum Patecki); Adresat: [informacja prawnie chroniona]; Kopia: [informacja prawnie chroniona] (Patecki Kielce), sprzedaz.dealer@kiamotors.pl; Temat: RE: kupno Kia Sportage, k. 1481d.

- (138) W wiadomości e-mail z 21 kwietnia 2021 r. przedstawiciel Autocentrum Patecki wskazał w odpowiedzi na zapytanie klienta, który rozesłał swoją wiadomość do wielu dealerów: „*Zachęcam do skorzystania z usług najbliższego salonu marki KIA* [podkreślenie własne – UOKiK], *ponieważ warunki sprzedaży u każdego dealera są takie same. (...). Aktualna lista dealerów jest dostępna na stronie www.kia.pl*”. Odpowiedź Autocentrum Patecki została także wysłana na bezpośrednie adresy mailowe pozostałych dealerów z sieci. Należy przy tym wskazać, że treść wiadomości Autocentrum Patecki była identyczna z treścią wiadomości e-mail, jaką na zapytanie tego samego klienta pół godziny przed Autocentrum Patecki, wysłał dealer [informacja prawnie chroniona], dodając do listy odbiorców pozostałych dealerów Kia Polska.

- Dowody:**
- wiadomość e-mail z 21 kwietnia 2021 r. (15:57); Nadawca: [informacja prawnie chroniona] (Autocentrum Patecki); Adresat: [informacja prawnie chroniona], pozostali dealerzy Kia Polska; Temat: RE: Zakup Nowa Kia RIO, k. 1481d;
 - wiadomość e-mail z 21 kwietnia 2021 r. (15:27); Nadawca: [informacja prawnie chroniona] ([informacja prawnie chroniona]); Adresat: [informacja prawnie chroniona], pozostali dealerzy Kia Polska; Temat: RE: Zakup Nowa Kia RIO, k. 1481d.

Wadowscy

- (139) W wiadomości e-mail z 29 stycznia 2018 r., przedstawiciel Wadowskich na zapytanie ofertowe klienta z Torunia (Obszar Odpowiedzialności Wadowskich obejmuje teren w województwie małopolskim) odpowiedział następująco: „*Proszę o kontakt z Pana lokalnym dealerem* [podkreślenie własne – UOKiK] *ponieważ cennik oraz zasady udzielania rabatów są jednolite w sieci dealerskiej Kia*”. Odpowiedź Wadowskich została także przesłana na wspólny alias pocztowy dealerów.

- Dowód:** wiadomość e-mail z 29 stycznia 2018 r. (15:41); Nadawca: [informacja prawnie chroniona] (Wadowscy); Adresat: [informacja prawnie chroniona], Kopia: sprzedaz.dealer@kiamotors.pl; Temat: Re: Kia Optima 2018, k. 1481d.

- (140) W wiadomości e-mail z 6 sierpnia 2019 r. pracownik Wadowskich odpowiedział na zapytanie ofertowe klienta: „*Ponieważ nie bierzemy udziału w konkursie ofert sugeruję, aby udał się Pan do najbliższego Panu Autoryzowanego punktu sprzedaży marki KIA, gdzie z pewnością zostanie Panu przedstawiona bardzo dobra oferta*”. Wiadomość została jednocześnie wysłana do pozostałych dealerów Kia Polska. Należy przy tym zaznaczyć, że ten sam klient otrzymał podobną odpowiedź także od przedstawiciela Autotechniki Woźniak [por. akapit (108) decyzji],

Dowód: – wiadomość e-mail z 6 sierpnia 2019 r. (15:47); Nadawca: [informacja prawnie chroniona] (Wadowscy); Adresat: [informacja prawnie chroniona], pozostali dealerzy Kia Polska; Temat: ODP zakup kii optimy, k. 1481d.

- (141) Z kolei w wiadomości e-mail z 26 listopada 2019 r. pracownik Wadowskich w odpowiedzi na zapytanie ofertowe klienta wskazał: „*Polityka flotowa określa zasady, które w taki sam [sposób – UOKiK] obowiązują wszystkich dealerów marki KIA. W związku z powyższym proszę o kontakt z najbliższym dla Pana dealerem, który z pewnością przygotuje dla Pana ciekawą ofertę. Jeśli to my jesteśmy najbliższym dealerem to zapraszam serdecznie do kontaktu z nami*”. Wiadomość została jednocześnie wysłana do pozostałych dealerów sieci.

Dowód: wiadomość e-mail z 26 listopada 2019 r. (15:11); Nadawca: [informacja prawnie chroniona] (Wadowscy); Adresat: [informacja prawnie chroniona]; pozostali dealerzy Kia Polska; Temat: ODP: Zapytanie ofertowe - Stinger 2.0, k. 16.

Wrobud

- (142) W wiadomości z 13 sierpnia 2013 r., pracownica Wrobudu w następujący sposób odpowiedziała klientowi: „*dziękujemy za zainteresowanie samochodami naszej marki. Po dokładne informacje zapraszamy do lokalnego dealera.* [podkreślenie własne – UOKiK]. *Informacje nt. punktów dealerskich sieci Kia znajdzie Pan na stronie www.kia.pl w zakładce dealerzy*”. Tego samego dnia wiadomość o tożsamej treści przedstawicielka Wrobudu wysłała także innemu klientowi.

Dowody: – wiadomość e-mail z 13 sierpnia 2013 r. (15:10); Nadawca: [informacja prawnie chroniona] (Wrobud); Adresat: [informacja prawnie chroniona]; Temat: KIA, k. 1481c;
– wiadomość e-mail z 13 sierpnia 2013 r. (15:11); Nadawca: [informacja prawnie chroniona]; Adresat: [informacja prawnie chroniona]; Temat: KIA, k. 1481c.

- (143) Z kolei w wiadomości e-mail z 29 sierpnia 2016 r. przedstawiciel Wrobudu odpowiedział na pytanie klienta, który poprosił o przedstawienie oferty na zakup samochodu osobowego

realizowanego za pomocą leasingu. Przesłał jednocześnie odpowiedź na wspólny adres e-mail dealerów. Pracownik Wrobu du nie przedstawił oferty klienta, wskazując: „*Zapraszam Pana do Autoryzowanego Salonu Kia w Pana mieście*” oraz załączając dane kontaktowe do dealera [informacja prawnie chroniona].

Dowód: wiadomość e-mail z 29 sierpnia 2016 r. (13:42); Nadawca: [informacja prawnie chroniona] (Wrobu du); Adresat: [informacja prawnie chroniona]; sprzedaz.dealer@kiamotors.pl; Temat: RE: Prośba o przedstawienie oferty nabycia pojazdu Kia Sportage, k. 1481a.

- (144) W wiadomości e-mail z 2 sierpnia 2017 r. przedstawicielka Wrobu du w odpowiedzi na zapytanie klienta, który wysłał wiadomość jednocześnie do wielu dealerów Kia Polska, wskazała: „*Z racji że mail z prośbą o ofertę nie został wysłany bezpośrednio na nasz adres mailowy domniemam, że poszukuje Pan najlepszej oferty cenowej. W takim przypadku prosiłabym o kontakt z Pana najbliższym dealerem w celu uzyskania najlepszej oferty, ponieważ wszyscy operujemy na takich samych rabatach. Jeśli to my jesteśmy Pana najbliższym dealerem proszę o informację zwrotną*”.

Dowód: wiadomość e-mail z 2 sierpnia 2017 r. (15:12); Nadawca: [informacja prawnie chroniona] (Wrobu du); Adresat: [informacja prawnie chroniona]; Temat: RE: Kupno samochodu, k. 18.

- (145) W wiadomości e-mail z 11 września 2017 r., pani Agnieszka Adrjan (Wrobu du) odpowiedziała na zapytanie klienta: „*Proszę o kontakt z Pana lokalnym dealerem (...)*”. Wiadomość została przesłana także na bezpośrednie skrzynki pocztowe innych dealerów z sieci.

Dowód: wiadomość e-mail z 11 września 2017 r. (11:08); Nadawca: [informacja prawnie chroniona] (Wrobu du); Adresat: [informacja prawnie chroniona], pozostali dealerzy Kia Polska; Temat: RE: {Spam?} Kia picanto, k. 1481c.

- (146) W wiadomości e-mail z 15 września 2020 r., pracownik Wrobu du w odpowiedzi na zapytanie klienta, który wysłał wiadomość do wielu dealerów, wskazał: „*Zachęcam do skorzystania z usług najbliższego salonu marki KIA, ponieważ warunki sprzedaży u każdego dealera marki KIA są identyczne*”. Ten sam klient otrzymał podobną odpowiedź także od przedstawiciela Marvel [por. akapit (123) decyzji].

Dowód: wiadomość e-mail z 15 września 2020 r. (10:28); Nadawca: [informacja prawnie chroniona] (Wrobu du); Adresat: [informacja prawnie chroniona]; Temat: {Disarmed} Oferta Kia CEED [informacja prawnie chroniona] , k. 1481b.

Pozostali dealerzy Kia Polska

(147) Prezes Urzędu jest także w posiadaniu dowodów świadczących o tym, że praktyka polegająca na odsyłaniu klientów do lokalnych dealerów była stosowana także przez innych uczestników sieci dystrybucyjnej Kia Polska. Potwierdza to poniższa korespondencja.

(148) W styczniu 2019 r. klient wysłał zapytanie ofertowe do wielu dealerów jednocześnie. Przedstawiciel salonu **[informacja prawnie chroniona]** w odpowiedzi na zapytanie klienta wskazał: „Zapraszam Pana do najbliższego dealera KIA, z pewnością udzieli fachowej rady oraz przydzieli rabat taki jak każdy inny dealer. Zaoszczędzi Pan tym samym czas na wysyłanie zapytań ofertowych oraz wyjazdy do innych zakątków kraju”. Klient został zaproszony do odwiedzenia lokalnego dealera także przez dealera **[informacja prawnie chroniona]** oraz dealera **[informacja prawnie chroniona]**, którego pracownik wskazał: „(...) jestem przekonany, że lokalny dealer sprostą Pańskim oczekiwaniom. Dzięki temu oszczędzi Pan czas, który jest tak bardzo dziś cenny”.

- Dowody:**
- wiadomość e-mail z 16 stycznia 2019 r. (23:37); Nadawca: **[informacja prawnie chroniona]**; Adresat: **[informacja prawnie chroniona]**, pozostali dealerzy Kia Polska; Temat: RE: Kia proceed, k. 1481d;
 - wiadomość e-mail z 17 stycznia 2019 r. (11:42); Nadawca: **[informacja prawnie chroniona]**; Adresat: **[informacja prawnie chroniona]**, pozostali dealerzy Kia Polska; Temat: RE: Kia proceed, k. 1481d;
 - wiadomość e-mail z 17 stycznia 2019 r. (12:37); Nadawca: **[informacja prawnie chroniona]**; Adresat: **[informacja prawnie chroniona]**, pozostali dealerzy Kia Polska; Temat: RE: Kia proceed, k. 1481d.

(149) Innym przypadkiem, wskazującym na powszechność praktyki kierowania klientów do najbliższych salonów sprzedaży, jest sytuacja z lipca 2019 r., kiedy to klient rozesłał swoje zapytanie jednocześnie do wielu dealerów Kia Polska. Przedstawiciel dystrybutora **[informacja prawnie chroniona]** w swojej odpowiedzi do klienta wskazał: „Nie uczestniczymy w przetargach z innymi dealerami, ponieważ polityka rabatowa w każdym salonie jest jednakowa” oraz zaprosił klienta do zakupu samochodu u dealera w okolicy. Wiadomość o zbliżonej treści klient otrzymał także od dealera **[informacja prawnie chroniona]**. Przedstawiciel tego dystrybutora również wskazał na to, że: „Nie uczestniczymy w przetargach z innymi dealerami, ponieważ polityka rabatowa w sieci KIA jest jednakowa”, a następnie zachęcił do odwiedzenia salonu sprzedaży **[informacja prawnie chroniona]**, jeżeli jest to najbliższy autoryzowany punkt dla klienta. Warto w tym miejscu wskazać, że dealerzy swoje odpowiedzi przesyłali także na adresy e-mail pozostałych dealerów Kia Polska.

- Dowody:**
- wiadomość e-mail z 25 lipca 2019 r. (13:41); Nadawca: **[informacja prawnie chroniona]**; Adresat: **[informacja prawnie chroniona]**, pozostali dealerzy Kia Polska; Temat: RE: Kia Stinger GT, k. 1481d;

- wiadomość e-mail z 25 lipca 2019 r. (16:08); Nadawca: **[informacja prawnie chroniona]**; Adresat: **[informacja prawnie chroniona]**, pozostali dealerzy Kia Polska; Temat: RE: Kia Stinger GT, k. 1481d.

(150) Kolejnym przykładem stosowania powyżej opisanej praktyki przez podmioty niebędące adresatem merytorycznego rozstrzygnięcia decyzji jest wiadomość e-mail z stycznia 2020 r., w której przedstawiciel dealera Leszek Liszyński Lee Motors, w odpowiedzi na zapytanie ofertowe klienta, wskazał: „*Zachęcam do skorzystania z usług najbliższego salonu marki KIA, ponieważ warunki sprzedaży u każdego dealera marki KIA są takie same. Z pewnością pozwoli to na zaoszczędzenie czasu oraz zaowocuje korzystną współpracą w zakresie ewentualnego zakupu i serwisowania samochodu*”. Wiadomości o niemalże identycznej treści były wysyłane przez pracowników tego dealera do klientów także w późniejszych miesiącach 2020 r. oraz w 2021 r.

- Dowody:**
- wiadomość e-mail z 24 czerwca 2020 r. (13:10); Nadawca: **[informacja prawnie chroniona]** (Leszek Liszyński Lee Motors); Adresat: **[informacja prawnie chroniona]**; Temat: RE: Kia Picanto GT-Line + NAVI, MY20, Kolor biały, k. 1481c;
 - wiadomość e-mail z 22 maja 2020 r. (9:02); Nadawca: **[informacja prawnie chroniona]** (Leszek Liszyński Lee Motors); Adresat: **[informacja prawnie chroniona]**; Temat: RE: Zakup samochodu, k. 1481a;
 - wiadomość e-mail z 20 sierpnia 2020 r. (13:05); Nadawca: **[informacja prawnie chroniona]** (Leszek Liszyński Lee Motors); Adresat: **[informacja prawnie chroniona]**; Temat: RE: Zapytanie o oferte., k. 1481a;
 - wiadomość e-mail z 22 września 2020 r. (7:50); Nadawca: **[informacja prawnie chroniona]** (Leszek Liszyński Lee Motors); Adresat: **[informacja prawnie chroniona]**; Temat: RE: Zakup samochodu, k. 1481d;
 - wiadomość e-mail z 28 października 2020 r. (10:38); Nadawca: **[informacja prawnie chroniona]**; Adresat: **[informacja prawnie chroniona]** (Marvel), **[informacja prawnie chroniona]**, pozostali dealerzy Kia Polska; Temat: RE: Zakup samochodu Kia Sorento, k. 1481d;
 - wiadomość e-mail z 30 listopada 2020 r. (08:42); Nadawca: **[informacja prawnie chroniona]** (Leszek Liszyński Lee Motors); Adresat: **[informacja prawnie chroniona]**; Temat: RE: KIA SPORTAGE-prośba o przedstawienie oferty, k. 17;
 - wiadomość e-mail z 5 stycznia 2021 r. (09:03); Nadawca: **[informacja prawnie chroniona]** (Leszek Liszyński Lee Motors); Adresat: **[informacja prawnie chroniona]**; Temat: RE: KIA SPORTAGE BLACK EDITION 2021 czarny 1.6TGDI 177DCT 2WD, k. 1481d;

- wiadomość e-mail z 11 stycznia 2021 r. (09:44); Nadawca: **[informacja prawnie chroniona]** (Leszek Liszyński Lee Motors); Adresat: **[informacja prawnie chroniona]**; Temat: RE: oferta Stonic, k. 1481d;
- wiadomość e-mail z 9 marca 2021 r. (14:46); Nadawca: **[informacja prawnie chroniona]** (Leszek Liszyński Lee Motors); Adresat: **[informacja prawnie chroniona]**; Temat: RE: Zapytanie Ofertowe - Stinger 2.0 (ewentualnie 3.3), k. 1481d;
- wiadomość e-mail z 21 kwietnia 2021 r. (14:29); Nadawca: **[informacja prawnie chroniona]** (Leszek Liszyński Lee Motors); Adresat: **[informacja prawnie chroniona]**; Temat: RE: Zakup Nowa Kia Rio, k. 1481a.

(151) Również w wiadomościach e-mail z 4 oraz 7 lutego 2020 r. przedstawiciel dealera Leszek Liszyński Lee Motors, w odpowiedzi na zapytanie ofertowe klientów, którzy wysłali wiadomości jednocześnie do wielu dealerów Kia Polska, wskazał: „*Zachęcam do skorzystania z usług najbliższego salonu marki KIA, ponieważ warunki sprzedaży dla firm są takie same u każdego dealera*”. Pracownik przesłał kopię jednej ze swoich odpowiedzi do wiadomości pozostałych dealerów Kia Polska.

- Dowody:**
- wiadomość e-mail z 7 lutego 2020 r. (15:59); Nadawca: **[informacja prawnie chroniona]** (Leszek Liszyński Lee Motors); Adresat: **[informacja prawnie chroniona]**; Kopia: pozostali dealerzy Kia Polska; Temat: RE: Zapytanie ofertowe KIA CEED SW 1.4 7DCT BL1/BL2 My2020 (2019,2020), k. 18;
 - wiadomość e-mail z 4 lutego 2020 r. (14:27); Nadawca: **[informacja prawnie chroniona]** (Leszek Liszyński Lee Motors); Adresat: **[informacja prawnie chroniona]**; Temat: RE: Wynajem kia xceed, k. 1481b.

(152) Z kolei w wiadomości e-mail z 16 kwietnia 2021 r. przedstawiciel dealera Leszka Liszyńskiego Lee Motors wskazał klientowi dokładny adres dystrybutora z **[informacja prawnie chroniona]** wraz z zachęceniem do skorzystania z usług tamtejszego salonu jako punktu sprzedaży najbliższego klientowi.

- Dowód:** wiadomość e-mail z 16 kwietnia 2021 r. (11:28); Nadawca: **[informacja prawnie chroniona]** (Leszek Liszyński Lee Motors); Adresat: **[informacja prawnie chroniona]**; Temat: RE: Zakup Kia e-Niro XL 2021 64 kWh, k. 1481a.

5.1.3. Monitorowanie przez Kia Polska sprzedaży wewnątrz i poza WOA

(153) Od czasu wprowadzenia Obszarów Odpowiedzialności do umów dystrybucyjnych w 2013 r. Kia Polska monitorowała sprzedaż w ramach sieci dealerskiej pod względem sprzedaży wewnątrz i poza wyznaczonymi Obszarami Odpowiedzialności. Wzmógł nadzór Kia

Polska nad działalnością dealerów lub podejmowane interwencje niekiedy miały swój początek w sygnałach, jakie przedstawiciele Kia Polska otrzymywali od dystrybutorów prowadzących działalność w ramach sieci dealerskiej Kia Polska.

- (154) Świadczy o tym m.in. korespondencja dotycząca praktyki sprzedażowej dealera **[informacja prawnie chroniona]** którego WOA obejmowało obszar Lublina oraz okolicznych powiatów. W wiadomości e-mail z listopada 2015 r. dealer **[informacja prawnie chroniona]** którego Obszar Odpowiedzialności obejmował rejon okolic **[informacja prawnie chroniona]**, poskarżył się swojemu opiekunowi handlowemu z Kia Polska na działalność **[informacja prawnie chroniona]**, wskazując że dystrybutor ten przedstawił przez telefon klientowi **[informacja prawnie chroniona]** ofertę sprzedaży samochodu niezgodną z polityką cenową marki, a także że jest to już trzeci przypadek takiej praktyki odnotowany przez **[informacja prawnie chroniona]** na przestrzeni dwóch tygodni. Skarga od dealera była następnie przekazana przez przedstawiciela Kia Polska do opiekuna handlowego dealera **[informacja prawnie chroniona]** z prośbą o interwencję. Następnie opiekun **[informacja prawnie chroniona]** wysłał opiekunowi **[informacja prawnie chroniona]** ponowną prośbę o interwencję, wskazując: „(...) *tylko dzisiaj dzwonili do mnie [informacja prawnie chroniona]* – dealer działający w rejonie Śląska, którego opiekunem handlowym był pracownik Kia Polska, będący opiekunem **[informacja prawnie chroniona]** – UOKiK] i **[informacja prawnie chroniona]** (dawniej: **[informacja prawnie chroniona]** – dealer, którego WOA obejmowało tereny w województwie małopolskim i podkarpackim oraz którego opiekunem handlowym także był pracownik, będący opiekunem **[informacja prawnie chroniona]** – UOKiK] że **[informacja prawnie chroniona]** idzie po bandzie”. Opiekun handlowy dealera **[informacja prawnie chroniona]** odpowiedział następująco: „*«Zawsze coś musi się dziać;) Kazałem zdjąć ogłoszenia. Powinno się uspokoić.» Mają sprzedawać w WOA!!!* [podkreślenie własne – UOKiK]”.

- Dowody:**
- wiadomość e-mail z 18 listopada 2015 r. (16:19); Nadawca: **[informacja prawnie chroniona]** (Kia Polska); Adresat: **[informacja prawnie chroniona]** (Kia Polska); Temat: RE: 711 - Praktyka sprzedażowa innego dealera, k. 19;
 - wiadomość e-mail z 18 listopada 2015 r. (16:18); Nadawca: **[informacja prawnie chroniona]**; Adresat: **[informacja prawnie chroniona]**; Temat: RE: 711 - Praktyka sprzedażowa innego dealera, k. 1481d;
 - wiadomość e-mail z 18 listopada 2015 r. (16:19); Nadawca: **[informacja prawnie chroniona]**; Adresat: **[informacja prawnie chroniona]**; Temat: RE: 711 - Praktyka sprzedażowa innego dealera., k. 1481d.

- (155) Działalność dealera [informacja prawnie chroniona] pozostała w kręgu szczególnego zainteresowania Kia Polska. W marcu 2017 r. przedstawiciel Kia Polska, pełniący w tym okresie funkcję opiekuna handlowego [informacja prawnie chroniona], odbył wizytę u tego dealera, w czasie której zwrócił uwagę na niską „lojalność” [informacja prawnie chroniona] wobec wyznaczonego Obszaru Odpowiedzialności. W wiadomości skierowanej do Auto Marketing sp. z o. o. pracownik Kia Polska wskazał: „*Proszę zwrócić uwagę i przeanalizować aktualną sytuację firmy w kontekście sprzedaży w rynku. Analiza [informacja prawnie chroniona] pokazuje bardzo niską lojalność wobec własnego WOA* [podkreślenie własne – UOKiK]. *Większa sprzedaż poza WOA i niepełne wykorzystanie potencjału rynku lokalnego*”.

Dowód: wiadomość e-mail z 22 marca 2017 r. (23:22); Nadawca: [informacja prawnie chroniona] (Kia Polska); Adresat: [informacja prawnie chroniona] (Auto Marketing); Kopia: [informacja prawnie chroniona] (Kia Polska); [informacja prawnie chroniona] (Kia Polska); Temat: krótkie podsumowanie tematów z wizyty, k. 19.

- (156) Ponad rok później, we wrześniu 2018 r., do [informacja prawnie chroniona] udał się ówczesny opiekun handlowy tego dealera, który następnie w wiadomości skierowanej do kierownika generalnego Działu Rozwoju Sieci Dealerskiej Kia Polska, wskazał, że mimo wielu próśb dealer nadal sprzedaje samochody klientom spoza swojego WOA: „*We wrześniu salon wydał [informacja prawnie chroniona] aut z czego [informacja prawnie chroniona] pochodzi z poza [pisownia oryginalna – UOKiK] jego regionu. Poniżej masz zrzut [informacja prawnie chroniona] rejestracji z poza [pisownia oryginalna – UOKiK] regionu w samym tylko wrześniu*”. Do wiadomości e-mail opiekun handlowy [informacja prawnie chroniona] dołączył zrzuty ekranu z systemu sprzedażowego [informacja prawnie chroniona], przedstawiające transakcje [informacja prawnie chroniona], z podkreślonymi na czerwono kodami pocztowymi oraz nazwami miejscowości, które nie znajdowały się w WOA [informacja prawnie chroniona]. W dalszej części swojej wiadomości pracownik Kia Polska wskazał: „*Uważam, iż powinniśmy rozwiązać problem tego dealera definitywnie. Nie wykazuje on chęci zrozumienia ani utożsamienia się z naszą siecią sprzedaży. Tłumaczyłem mu, że będzie pod stałym nadzorem* [podkreślenie własne – UOKiK] *i że będziemy sprawdzać każdy sygnał o jego fenomenalnych ofertach*”. Kopia e-maila została przesłana do wiadomości innych pracowników Działu Rozwoju Sieci w Kia Polska.

Dowód: wiadomość e-mail z 1 października 2018 r. (16:09); Nadawca: [informacja prawnie chroniona] (Kia Polska); Adresat: [informacja prawnie chroniona] (Kia Polska); Kopia: [informacja prawnie chroniona] (Kia Polska), [informacja prawnie chroniona] (Kia Polska), [informacja prawnie chroniona] (Kia Polska),

[informacja prawnie chroniona] (Kia Polska); Temat: FW: Kia Rio 1.2 M – negocjacja ceny, wraz z załącznikiem, k. 1481d.

- (157) Wizytacje pracowników Kia Polska u dealerów były procedurą stosowaną w całej sieci. Świadczy o tym wiadomość e-mail z lutego 2021 r., w której pracownik Kia Polska, odpowiedzialny za rozwój sieci dealerskiej, streszczał kierownikowi generalnemu Działu Rozwoju Sieci Dealerskiej, przebieg wizyty u dealera [informacja prawnie chroniona]: „Z *Pawłem* [pracownikiem [informacja prawnie chroniona] – UOKiK] *przegadaliśmy również temat sprzedaży poza region* [podkreślenie własne – UOKiK] – *pokłosie akcji* z [informacja prawnie chroniona]. *Przypomniałem, że, obserwujemy* [podkreślenie własne – UOKiK]. *Mają świadomość, twierdzą że kontrolują sytuację*”.

Dowód: wiadomość e-mail z 5 lutego 2021 r. (17:55); Nadawca: [informacja prawnie chroniona] (Kia Polska); Adresat: [informacja prawnie chroniona] (Kia Polska), Kopia: [informacja prawnie chroniona] (Kia Polska), [informacja prawnie chroniona] (Kia Polska), [informacja prawnie chroniona] (Kia Polska); Temat: piątek 05.02, k 19..

- (158) Na wizytowanie dealerów i monitorowanie sprzedaży przez Kia Polska wskazuje także wiadomość e-mail z grudnia 2017 r., w której pracownik Kia Polska, odpowiedzialny za rozwój sieci dealerskiej streścił pozostałym pracownikom Działu Rozwoju Sieci Dealerskiej przebieg wizyty u trzech dealerów z sieci. Dwóch z odwiedzonych wówczas przez przedstawiciela Kia Polska dystrybutorów – Landcar Dariusz Krzewiński i Marvel – operowało na WOA, których granice częściowo na siebie nachodziły. Wspólnymi obszarami ww. dealerów były powiaty łódzki wschodni, pabianicki, piotrkowski, a także Łódź oraz Piotrków Trybunalski. W czasie wizyty pracownik Kia Polska dał dystrybutorom do zrozumienia, że próba podkupienia sobie nawzajem klientów skończy się wyciągnięciem przez Kia Polska konsekwencji, o czym wspomina w swojej wiadomości: „*Omówiłem z Dealerem* [Landcar Dariusz Krzewiński – UOKiK] *problem wewnętrznej konkurencji. Marvel poskarżył się na Landcar. Jak zwykle w takich sytuacjach Landcar nie omieszkał się poskarżyć na Marvel. Przekazałem im że jak zostaną złapani na podkupywaniu klientów, będziemy wyciągać daleko idące konsekwencje* [podkreślenie własne – UOKiK]”.

Dowód: wiadomość e-mail z 18 grudnia 2017 r. (15:03); Nadawca: [informacja prawnie chroniona] (Kia Polska); Adresat: [informacja prawnie chroniona] (Kia Polska); Kopia: [informacja prawnie chroniona] (Kia Polska), [informacja prawnie chroniona] (Kia Polska), [informacja prawnie chroniona] (Kia Polska); Temat: Wizyty z zeszłego tygodnia, k. 19.

- (159) Na interwencje podejmowane przez Kia Polska w przypadku „podkupowania” klientów wskazuje także korespondencja e-mail z marca 2016 r. Przedstawiciel AS Motors skierował wówczas wiadomość do przedstawicieli Kia Polska, w tym do swojego opiekuna handlowego oraz do kierownika sprzedaży flotowej, w której poinformował, że dealer **[informacja prawnie chroniona]** (operujący na obszarze pokrywającym się z WOA dealera AS Motors) zaoferował znacznie lepszą ofertę klientowi, który najpierw z polecenia innego nabywcy zgłosił się do AS Motors. „*Może dealer [informacja prawnie chroniona] po prostu się pomylił?*” pytał przedstawicieli Kia Polska pracownik AS Motors w swojej wiadomości informującej o tym zdarzeniu. Kierownik generalny Działu Rozwoju Sieci Dealerskiej również włączył się w dyskusję dotyczącą przedstawienia oferty klientowi AS Motors przez dealera **[informacja prawnie chroniona]**: „*popieram Cię w 100% i mam nadzieję, iż klientka Was wkręca*”. Przedstawiciel AS Motors kończąc wymianę wiadomości poinformował pracowników Kia Polska o tym, że klientka na skutek interwencji wróciła do AS Motors, gdzie sprzedano jej samochód: „*Wiem, że [informacja prawnie chroniona] wycofał się z obsługi tej Pani, za co dziękuję*” wskazał przedstawiciel AS Motors.

Dowód: wiadomość e-mail z 15 marca 2016 r. (12:00); Nadawca: **[informacja prawnie chroniona]** (AS Motors); Adresat: **[informacja prawnie chroniona]** (Kia Polska); Kopia: **[informacja prawnie chroniona]** (Kia Polska); Temat: Re: zapytanie o Kie sportage, k. 19.

- (160) Przykładem kolejnego sygnału pochodzącego z sieci dealerskiej o naruszeniu ustaleń jest wiadomość z lutego 2014 r., w której przedstawiciel Autotechniki Woźniak poinformował o kolejnym przypadku złożenia klientowi z Piły – miasta należącego do WOA Autotechniki Woźniak – oferty przez dealera **[informacja prawnie chroniona]** który operował na rynku poznańskim. Pracownik Autotechniki Woźniak w swojej wiadomości wskazał: „*Niestety znowu jest problem z [informacja prawnie chroniona], która **nie przestrzega właściwości terytorialnej i składa klientom z naszego obszaru*** [podkreślenie własne – UOKiK] *propozycję zakupu samochodów z upustem przekraczającym zdrowy rozsądek*”. Przedstawiciel dealera dodał, że próbował uzyskać od klientów ofertę, jaką zaproponowała im **[informacja prawnie chroniona]** Klienci początkowo zgodzili się przesłać ofertę, jednak „*po krótkiej chwili oddzwonili z informacją, że [informacja prawnie chroniona] nie prześle im oferty, bo jak to określili «wiedzą czemu ma to służyć»*”. Przedstawiciel Autotechniki Woźniak zakończył swoją wiadomość pytaniem: „*jak się do takich działań konkurencji mają ustalenia ze spotkań z dealerami?*”. W odpowiedzi na powyższą skargę przedstawiciel Kia Polska podziękował za informację, przesyłając kopię odpowiedzi do wiadomości kierownika generalnego Działu Rozwoju Sieci Dealerskiej w Kia Polska.

Dowód: wiadomość e-mail z 17 lutego 2014 r. (14:41); Nadawca: [informacja prawnie chroniona] (Kia Polska); Adresat: [informacja prawnie chroniona] (Autotechnika Woźniak); Kopia: [informacja prawnie chroniona] (Autotechnika Woźniak), [informacja prawnie chroniona] (Kia Polska); Temat: RE: [informacja prawnie chroniona] znowu podkopuje nasz rynek, k. 1481d.

- (161) Przedstawiciel Autotechniki Woźniak wysłał ponowną skargę do pracowników Kia Polska w listopadzie 2014 r., gdzie opisał przypadek sprzedaży samochodu osobowego klientowi Autotechniki Woźniak przez dealera z Bydgoszczy. Pracownik Autotechniki Woźniak zwrócił się do przedstawicieli Kia Polska: „*Proszę o sprawdzenie wszystkiego i wyciągnięcie konsekwencji, tym bardziej, że to klient z «naszego terenu»* [podkreślenie własne – UOKiK]”. Opiekun handlowy Autotechniki Woźniak w sieci sprawdził transakcję i poinformował Autotechnikę Woźniak o swoich ustaleniach: „*Klient z [informacja prawnie chroniona]. Co oczywiście nie zmienia faktu sprzedaży poza regionem* [podkreślenie własne – UOKiK]”.

Dowód: wiadomość e-mail z 14 listopada 2014 r. (11:40); Nadawca: [informacja prawnie chroniona] (Kia Polska); Adresat: [informacja prawnie chroniona] (Autotechnika Woźniak); Temat: RE: KIA RIO – MAKAREWICZ, k. 1708b.

- (162) Także i w późniejszych latach Autotechnika Woźniak raportowała przedstawicielom Kia Polska o przypadkach ofertowania przez innych dystrybutorów klientów, których miejsce zamieszkania lub siedziba wskazywały na przynależność do WOA Autotechniki Woźniak. W wiadomości e-mail z czerwca 2017 r. pracownik Autotechniki Woźniak poprosił ówczesnego opiekuna handlowego z Kia Polska o sprawdzenie, czy wskazany klient zamówił samochód u któregoś z dealerów z Bydgoszczy. Przedstawiciel Autotechniki Woźniak wskazał: „*Po raz kolejny mamy przypadek dealera z Bydgoszczy, który na telefon sprzedaje taniej auto klientowi z rejonu Piły, czy samej Piły – nie dalej jak w tym miesiącu w podobny sposób klientkę straciła Mariola. Gdzie w tym wszystkim są słowa o konieczności generowania zysku na sprzedawanych autach i nie wchodzenie na sąsiednie rynki innym dealerom w parę?* [podkreślenie własne – UOKiK]”.

Dowód: wiadomość e-mail z 24 czerwca 2017 r. (08:35); Nadawca: [informacja prawnie chroniona] (Autotechnika Woźniak); Adresat: [informacja prawnie chroniona] (Kia Polska); Kopia: [informacja prawnie chroniona] (Autotechnika Woźniak); Temat: pytanie o klienta i sprzedaż w Bydgoszczy, k. 1481d.

- (163) O monitorowaniu przez Kia Polska przypadków sprzedaży samochodów osobowych przez dealerów poza WOA świadczy także wiadomość e-mail, z lipca 2018 r., w której pracownik Kia Polska przekazał opiekunowi handlowemu dealera [informacja prawnie chroniona]

następujące informacje na temat ofertowania przez tego dealera klienta spoza jego WOA: „Mam temat, klient z Jarosławia. Dostał ofertę w [informacja prawnie chroniona] [Obszar Odpowiedzialności tego dealera obejmował region Śląska – UOKiK] z gaciami założonymi na głowę. **Wyciągnęli klienta z regionu** [podkreślenie własne – UOKiK] **bez mydła. Jeżeli masz takie słuchy, że [informacja prawnie chroniona] robi ceny po bandzie to przydałoby się dać im pałą w łeb**”.

Dowód: wiadomość e-mail z 13 lipca 2018 r. (13:02); Nadawca: [informacja prawnie chroniona] (Kia Polska); Adresat: [informacja prawnie chroniona] (Kia Polska); Temat: FW: Oferta, k. 1481d.

- (164) Kolejnym przykładem raportowania przez dealera o ofertach złożonych klientom z jego Obszaru Odpowiedzialności przez innych dystrybutorów jest wiadomość e-mail ze stycznia 2019 r. Pracownik Wrobud poprosił pracownika Kia Polska, będącego opiekunem handlowym Wrobud, by podjął interwencję w zakresie klienta, który „należał” do WOA Wrobud (obejmującego teren w województwie dolnośląskim). Jak wskazano w wiadomości e-mail, klient otrzymał korzystniejszą ofertę od dealera z Katowic. Przedstawiciel Wrobudu przesłał pracownikowi Kia Polska ofertę, jaką przedstawił katowicki salon, a także wskazał, że osoba, która otrzymała tę ofertę „to klient z Wrocławia, któremu poświęciłem wiele czasu na wprowadzenie do marki KIA (...) pewien salon w Katowicach zaproponował klientowi [informacja prawnie chroniona] % rabatu (!) (...). **Prosiłbym jeśli to możliwe o zblokowanie tego klienta i interwencję** [podkreślenie własne – UOKiK]”. Kopia skargi została przesłana do wiadomości pani Agnieszki Adrjan z Wrobud.

Dowód: wiadomość e-mail z 18 stycznia 2019 r. (15:56); Nadawca: [informacja prawnie chroniona] (Wrobud); Adresat: [informacja prawnie chroniona] (Kia Polska); Kopia: [informacja prawnie chroniona] (Wrobud); Temat: FW: Kia Ceed L+BL+WIN+JBL+FUN, k. 1481c.

- (165) Na okoliczność, że dealerzy Kia Polska byli świadomi, że mogą zgłaszać Kia Polska przypadki niestosowania się do porozumienia wskazuje również sytuacja z listopada 2020 r. Klientka udała się najpierw do dealera [informacja prawnie chroniona], a następnie skontaktowała się z dealerem [informacja prawnie chroniona], gdzie uzyskała korzystniejszą ofertę ze względu na osobiste powiązania z pracownikiem salonu. Następnie klientka wróciła do [informacja prawnie chroniona], prezentując tańszą ofertę, otrzymaną w [informacja prawnie chroniona], co zdenerwowało pracowników [informacja prawnie chroniona], którzy przesłali ofertę z [informacja prawnie chroniona] do przedstawicieli Kia Polska. Pracownicy Kia Polska zweryfikowali zgłoszenie. Pracownica [informacja prawnie chroniona], przedstawiając całą sytuację z jej punktu widzenia, wskazała, że zaistniała sytuacja przebiccia oferty innego dealera nie jest wyjątkiem, podkreślając przy tym swoją

aprobatę dla faktu, że Kia Polska czuwa nad siecią dealerską: „*Nasz przypadek nie jest odosobniony na rynku i dobrze że Wy jako Importer tego pilnujecie uważam jednak że w tych trudnych czasach za dużo tracimy energii na bicie się między sobą* [podkreślenie własne – UOKiK]”. W trakcie weryfikacji skargi opiekun handlowy [informacja prawnie chroniona] wykorzystał także dane umieszczone w systemie [informacja prawnie chroniona], aby sprawdzić, kiedy klientka udała się do dealera z [informacja prawnie chroniona], a kiedy do salonu z [informacja prawnie chroniona].

Dowód: wiadomość e-mail z 6 listopada 2020 r. (13:35); Nadawca: [informacja prawnie chroniona] (Kia Polska); Adresat: [informacja prawnie chroniona] (Kia Polska); Temat: RE: leasing [informacja prawnie chroniona], k. 1708b.

5.1.4. Ustalenia dotyczące podziału klientów będących ośrodkami szkolenia kierowców

- (166) Prezes Urzędu jest w posiadaniu materiału dowodowego, wskazującego na to, że co najmniej od 2017 r. w sieci dealerskiej Kia Polska mógł funkcjonować także podział związany z przedstawianiem ofert klientom prowadzącym ośrodki szkolenia kierowców (dalej jako: „**OSK**”) przez wyznaczonego dealera Kia Polska. Podział ten wynikał z faktu, że Kia Polska stosowała specjalne zasady polityki rabatowej w przypadku sprzedaży samochodów osobowych przeznaczonych do szkolenia kierowców. Polityka ta przewidywała oferowanie przez Kia Polska wsparcia sprzedaży aut do nauki jazdy jedynie takim dealerom, którzy w danym regionie wygrali przetarg na sprzedaż pojazdów egzaminacyjnych dla wojewódzkich ośrodków ruchu drogowego (dalej: „**WORD**”). Oznacza to, że jeśli szkoła nauki jazdy w danym regionie chciała kupić samochody osobowe marki Kia, tylko dealer, który uprzednio wygrał przetarg na sprzedaż samochodów egzaminacyjnych dla WORD w tym regionie, mógł jej zaoferować specjalny, dodatkowy rabat. Niemniej z materiału dowodowego wynika, że powyższe ustalenia w praktyce prowadziły do wyłączności dla dealera, który wygrał przetarg w WORD w zakresie oferowania pojazdów do ośrodków szkolenia kierowców z regionu danego WORD.
- (167) O funkcjonowaniu powyższej polityki świadczy wiadomość e-mail z maja 2017 r., w której przedstawiciel Autocentrum Patecki zapytał się pracownika Kia Polska: „*czy zabroniona jest sprzedaż do szkół jazdy samochodów Kia Rio? Dostajemy telefony z zapytaniem o cenę Rio w wersji M. Przekazujemy informację, że jest rabat [informacja prawnie chroniona] % Co gdy okaże się, że to była szkoła jazdy? Dostaniemy wsparcie [informacja prawnie chroniona] %?*”. W odpowiedzi na powyższe zapytanie pracownik Kia Polska wskazał: „*Samochodów nie zabraniamy sprzedawać. Jedynie wsparcie dla Szkół nauki jazdy mają dealerzy którzy wygrali przetargi dla WORDów (w zależności od regionu)* [podkreślenie własne – UOKiK]”. Na pytanie Autocentrum Patecki odpowiedział też kierownik sprzedaży flotowej w Kia

Polska, informując, że sprzedaż do szkół jazdy przez Autocentrum Patecki „nie jest wskazana co oznacza, że nie wspieramy tego rodzaju transakcji”. Przedstawiciel Autocentrum Patecki wytłumaczył, że handlowiec najpierw zaproponował klientowi rabat [informacja prawnie chroniona], a dopiero później okazało się, że klientem jest OSK. Wniosek o wsparcie transakcji Autocentrum Patecki został odrzucony przez Kia Polska, choć przedstawiciel dealera wskazywał: „Postaramy się już nie sprzedawać do szkół jazdy. Nie mieliśmy rozmawiając z klientem świadomości, że to szkoła jazdy. Proszę wyjątkowo o wsparcie [informacja prawnie chroniona] % [wartość wsparcia przyznawanego dealerowi przez Kia Polska przy transakcjach sprzedaży do klienta z rabatem [informacja prawnie chroniona] % – UOKiK]”. Kierownik sprzedaży flotowej powtórzył, że Kia Polska nie wspiera tego rodzaju transakcji, a następnie wyjaśnił, że temat sprzedaży do OSK został omówiony na [informacja prawnie chroniona].

- Dowody:**
- wiadomość e-mail z 4 maja 2017 r. (10:58); Nadawca: [informacja prawnie chroniona] (Kia Polska); Adresat: [informacja prawnie chroniona] (Autocentrum Patecki); Kopia: [informacja prawnie chroniona] (Kia Polska); Temat: RE: Sprzedaż do OSK, k. 1708b;
 - wiadomość e-mail z 10 maja 2017 r. (15:51); Nadawca: [informacja prawnie chroniona] (Autocentrum Patecki); Adresat: [informacja prawnie chroniona] (Kia Polska); Temat: RE: Sprzedaż do OSK, k. 1708b;
 - tabela pn. „Tabela rabatowa nr 1/2017 (All in 1)”, stanowiąca załącznik nr 7 do pisma Kia Polska z 13 listopada 2023 r., k. 1597a.

- (168) W lutym 2017 r. w Koninie odbyło się spotkanie informacyjne z ośrodkami szkolenia kierowców, które przeprowadził pan Paweł Białkowski, prezes zarządu Marvel. Dealer [informacja prawnie chroniona], zgłosił swojemu kierownikowi regionalnemu, że otrzymał informację, że na powyższym spotkaniu padły słowa o braku autoryzacji dealera Kia Polska w [informacja prawnie chroniona]. Kierownik regionalny zgłosił ten przypadek kierownikowi generalnemu Działu Rozwoju Sieci Dealerskiej w Kia Polska, który następnie poprosił pana Pawła Białkowskiego o przedstawienie jego stanowiska w tej sprawie. W odpowiedzi pan Paweł Białkowski wyjaśnił, że spotkanie w [informacja prawnie chroniona] miało charakter informacyjny, uczestniczył w nim dyrektor WORD oraz przedstawiciele okolicznych szkół jazdy, a prezes zarządu Marvel przedstawił na nim model samochodu oraz założenia programu sprzedażowego dla szkół jazdy. Pan Paweł Białkowski wskazał, że zwrócił uwagę osób uczestniczących w szkoleniu na to, że w [informacja prawnie chroniona] dealerem Kia Polska, do którego powinni się zwrócić w celu zakupu pojazdów do nauki jazdy, jest dealer [informacja prawnie chroniona]: „Jednoznacznie poinformowałem wszystkich uczestników (około 50 osób na sali), że Dealerem dedykowanym do obsługi Auto Szkół w [informacja prawnie chroniona] jest firma [informacja prawnie

chroniona] – Autoryzowany Dealer Kia (...). Kilkakrotnie zaznaczałem, że zależy nam – Dealerom oraz KMP [Kia Polska – UOKiK], na stworzeniu spójnego i sprawnego systemu dostawy i serwisu do Auto Szkół”. Na końcu swojej wiadomości pan Paweł Białkowski przedstawił swoje wnioski z zaistniałej sytuacji: „1. Odnoszę wrażenie, że **[informacja prawnie chroniona]** [dealer działający pod firmą **[informacja prawnie chroniona]** – UOKiK] nie zna założeń programu i traktuje nas jak konkurencję na swoim rynku, a przecież jest odwrotnie [podkreślenie własne – UOKiK]. 2. Wydaje mi się, że jeśli jeden Dealer słyszy «opowiadane takie bzdury», to powinien to sam ocenić lub skonfrontować po prostu dzwoniąc i wyjaśniając”.

Dowód: wiadomość e-mail z 1 lutego 2017 r. (20:06); Nadawca: **[informacja prawnie chroniona]** (Kia Polska); Adresat: **[informacja prawnie chroniona]** (Marvel); Kopia: Wojciech Szyszko (Kia Polska), **[informacja prawnie chroniona]** (Kia Polska), Leszek Sukiennik (Kia Polska); Temat: Re: Szkoły jazdy, k. 1708b.

- (169) Wprowadzenie omawianej polityki sprzedaży pojazdów do szkół jazdy wzbudziło wątpliwości wśród niektórych dealerów Kia Polska. Zgromadzony materiał dowodowy wskazuje, że zagadnienie sprzedaży samochodów osobowych do OSK przez dealerów uzyskujących wsparcie od Kia Polska, stało się przedmiotem konfliktu pomiędzy dealerami działającymi w województwie pomorskim: **[informacja prawnie chroniona]** oraz **[informacja prawnie chroniona]**. Opiekun handlowy odpowiedzialny za dealera **[informacja prawnie chroniona]** w maju 2017 r. odbył spotkanie z tym dystrybutorem, z którego zdał relację przedstawicielom Kia Polska, w tym panu Wojciechowi Szyszko oraz panu Leszkowi Sukiennikowi. Streszczając przebieg spotkania, opiekun handlowy wskazał na to, że: „Zależy mu [dealerowi **[informacja prawnie chroniona]** – UOKiK] na współpracy a najbardziej na formalnym załatwieniu tej sprawy. Formalnym w następującym znaczeniu: Po poniedziałkowym spotkaniu, **[informacja prawnie chroniona]** konsultował się ze swoimi prawnikami od których usłyszał, że obecna formuła podejścia do tematów WORDów i sprzedaży poprzez wyznaczonych dealerów może nosić znamiona zмовы cenowej. Wobec tego **[informacja prawnie chroniona]** oczekuje, zgodnie z deklaracją z poniedziałku, naszego prawnego komentarza/spojrzenia na całą sprawę, łącznie z ewentualnymi zapisami w programach flotowych (czy też publikacją nowych). **Generalnie deklaruje, że nie będą sprzedawać/konkurować z [informacja prawnie chroniona]** [podkreślenie własne – UOKiK]. Z drugiej strony, nie wyobrażają sobie również wysyłania klientów bezpośrednio do Sopotu [miasto należące do Obszaru Odpowiedzialności **[informacja prawnie chroniona]**, lecz pozostające poza WOA **[informacja prawnie chroniona]** – UOKiK]. Chodzi im o możliwość zagospodarowania klientów, którzy mimo korzystniejszej, ze względu na rabaty oferty Sopotu będą chcieli mimo wszystko kupić u nich”. Pan Leszek Sukiennik w odpowiedzi

na powyższą wiadomość odrzekł: „*Straszenie Importera Prawnikami... Już przekazałem do naszej koleżanki [informacja prawnie chroniona] [przedstawicielki Kia Polska zatrudnionej na stanowisku [informacja prawnie chroniona] – UOKiK] kształt aktualnej polityki «WORD» celem rewizji prawnej, aby udowodnić Dealerowi, że nie ma racji*”.

Dowód: wiadomość e-mail z 26 maja 2017 r. (14:25); Nadawca: Leszek Sukiennik (Kia Polska); Adresat: Wojciech Szyszko (Kia Polska), [informacja prawnie chroniona] (Kia Polska); Temat: FW: notatka, k. 1708b.

- (170) Pan Leszek Sukiennik, opisując pracownicy sytuację z dealerem [informacja prawnie chroniona], wskazał następujące założenia polityki Kia Polska w zakresie sprzedaży pojazdów do OSK: „*1. Dealer, który wygrywa WORD dostaje prawo do sprzedaży do szkół na specjalnych warunkach. Każdy z Dealerów, kto zgłosi się do startu w przetargu WORD zgodnie z regulaminem 3 dni po ogłoszeniu, otrzymuje te same warunki handlowe. 4. Spec [specjalne – UOKiK] warunki do sprzedaży do Szkół Nauki Jazdy KMP [informacja prawnie chroniona] %+[informacja prawnie chroniona] %=>Szkoła [informacja prawnie chroniona] %. Dealer nie ma dodatkowych [informacja prawnie chroniona], oznacza to [informacja prawnie chroniona] % marży dla Dealera. Jest to akt [aktualna – UOKiK] strategia. 4. Dealer nie obsługujący [pisownia oryginalna – UOKiK] WORD nie otrzyma, żadnych rabatów od KMP do sprzedaży do Szkół. OZN [oznacza – UOKiK] to, iż może realizować taką sprzedaż na bazie warunków ogólnych oficjalna promocja + zadysponowanie częścią marży jaką posiada*”.

Dowód: wiadomość e-mail z 26 maja 2017 r. (15:50); Nadawca: Leszek Sukiennik (Kia Polska); Adresat: [informacja prawnie chroniona] (Kia Polska), Temat: RE: notatka, k. 1708b.

- (171) Kilka dni po odbyciu wizyty kierownika regionalnego u dealera [informacja prawnie chroniona], do Kia Polska wpłynęła skarga klienta prowadzącego OSK w województwie pomorskim. Klient wskazał, że z racji tego, że w województwie pomorskim przetarg na sprzedaż samochodów egzaminacyjnych do WORD wygrał dealer [informacja prawnie chroniona], po ogłoszeniu wyników przetargu klient niezwłocznie udał się do tego dealera, aby zakupić pojazdy do nauki jazdy do swojej szkoły. Klient nie był zadowolony ze współpracy z tym dealerem, dlatego też następnie udał się do innego dystrybutora samochodów osobowych marki Kia działającego w regionie – do dealera [informacja prawnie chroniona] – gdzie był usatysfakcjonowany obsługą, lecz gdzie nie mógł otrzymać rabatu na zakupywane przez siebie pojazdy. W swojej skardze klient wskazał: „*Martwi mnie mocno dziwi a momentami i denerwuje jedna sprawa a mianowicie utrudnienia jakie stawia KIA MOTOR POLSKA dealerowi KIA [informacja prawnie chroniona], które bezpośrednio*

mają przełożenie na moją sytuację. Nie mogę uzyskać rabatu z tytułu prowadzenia OSK na poziomie takim jaki uzyskałbym w [informacja prawnie chroniona], pragnę zauważyć iż byłem w stanie zrezygnować z części rabatu ale [aby – UOKiK] wiedzieć, że jestem poważnie traktowany tak jak powinno być w gospodarce wolnorynkowej i konkurencyjnej”. Skarga klienta została następnie przesłana przez kierownika sprzedaży flotowej w Kia Polska do kierownika generalnego Działu Rozwoju Sieci Dealerskiej Kia Polska, a także pana Wojciecha Szyszko oraz pana Leszka Sukiennika z komentarzem: „[informacja prawnie chroniona] jednak nie odpuszcza”.

Dowód: wiadomość e-mail z 31 maja 2017 r. (17:09); Nadawca: [informacja prawnie chroniona] (Kia Polska); Adresat: Wojciech Szyszko (Kia Polska), [informacja prawnie chroniona] (Kia Polska), [informacja prawnie chroniona] (Kia Polska), Leszek Sukiennik (Kia Polska); Temat: RE: Historie z zakupem samochodów szkoleniowych KIA RIO woj. Pomorskie, k. 1708b.

- (172) Prezes Urzędu jest także w posiadaniu materiału dowodowego, wskazującego na to, że Kia Polska podejmowała interwencje w przypadku nieprzestrzegania przez uczestników sieci dealerskiej polityki sprzedaży samochodów do OSK jedynie przez wyznaczonego dealera z regionu (tj. dealera, który wygrał przetarg na sprzedaż samochodów egzaminacyjnych do WORD i tym samym otrzymywał wsparcie od Kia Polska). W lutym 2017 r. kierownik sprzedaży flotowej w Kia Polska wysłał wiadomość do opiekuna handlowego, który miał pod swoją pieczę dealera [informacja prawnie chroniona]. W wiadomości kierownik sprzedaży flotowej poprosił o podjęcie interwencji u [informacja prawnie chroniona], wskazując: „Cena wyjściowa niezgodna z cennikiem KMP ([informacja prawnie chroniona] zł niższa od oficjalnego cennika). *Ofertuję klienta (Szkoła nauki jazdy), na którego nie ma wsparcia z naszej strony o czym wszystkich zainteresowanych informowaliśmy* [podkreślenie własne – UOKiK]”.

Dowód: wiadomość e-mail z 24 lutego 2017 r. (09:38); Nadawca: [informacja prawnie chroniona] (Kia Polska); Adresat: [informacja prawnie chroniona] (Kia Polska), [informacja prawnie chroniona] (Kia Polska); Temat: FW: NAUKI JAZDY I CENNIKI KIA [informacja prawnie chroniona], wraz z załącznikiem, k. 1708b.

- (173) Dealerzy także sami zgłaszali przedstawicielom Kia Polska przypadki nieprzestrzegania przez innych dystrybutorów ustaleń dotyczących podziału klientów będących ośrodkami szkolenia kierowców. W marcu 2017 r. przedstawiciel Marvel wysłał do kierownika sprzedaży flotowej z Kia Polska następującą wiadomość: „Przesyłam ofertę OSK i korespondencje z Lee Motors [dealer Leszek Liszyński Lee Motors – UOKiK]. *Poproszę o interwencję*”. W tym miejscu należy wskazać, że dealerzy Marvel i Leszek Liszyński Lee Motors prowadzili swoje salony sprzedaży w tym samym województwie (wielkopolskim), ale w 2016 r. to Marvel wygrał

przetarg na dostarczenie samochodów egzaminacyjnych do WORD w [informacja prawnie chroniona].

- Dowody:**
- wiadomość e-mail z 17 marca 2017 r. (11:56); Nadawca: [informacja prawnie chroniona] (Marvel); Adresat: [informacja prawnie chroniona] (Kia Polska); Temat: FW: Rio dla OSK w LEE MOTORS, k. 1481d;
 - pismo Wojewódzkiego Ośrodka Ruchu Drogowego w [informacja prawnie chroniona] z 26 stycznia 2024 r., k. 1846.

- (174) Innym przykładem zgłaszania przez dealerów przypadków nieprzestrzegania ustaleń podziałowych w zakresie klientów prowadzących OSK jest wiadomość e-mail z marca 2018 r., w której pani Agnieszka Adrjan (Wrobud) przekazała kierownikowi sprzedaży flotowej w Kia Polska ofertę Gam złożoną takiemu właśnie klientowi: „*W nawiązaniu do naszej rozmowy przesyłam Panu ofertę GAM jaka otrzymali w tym tygodniu właściciele szkół jazdy*”. W tym miejscu należy wskazać, że dystrybutorzy Wrobud oraz Gam prowadzili swoje salony sprzedaży w tym samym województwie (dolnośląskim), ale w 2018 r. to Wrobud wygrał przetarg na dostarczenie samochodów egzaminacyjnych do WORD [informacja prawnie chroniona].

- Dowody:**
- wiadomość e-mail z 22 marca 2018 r. (12:25); Nadawca: Agnieszka Adrjan (Wrobud); Adresat: [informacja prawnie chroniona] (Wrobud); Temat: FW: oferta GAM, k. 1708d;
 - pismo [informacja prawnie chroniona] Ośrodka Ruchu Drogowego [informacja prawnie chroniona] z 31 stycznia 2024 r., k. 1850.

- (175) Zgromadzony materiał dowodowy wskazuje także na to, że w sytuacjach, w których do danego dealera Kia Polska zgłosił się klient prowadzący OSK, a dealer ten nie wygrał przetargu na dostarczenie samochodów egzaminacyjnych do WORD w danym województwie, dealer odsyłał takiego klienta do właściwego salonu sprzedaży. Wskazuje na to m.in. wiadomość z marca 2018 r., w której przedstawiciel AS Motors wskazał klientowi: „*Niestety w przypadku zakupu aut dla ośrodków szkolenia musi Pan zgłosić się po ofertę do lokalnego dealera który obsługiwał WORD*”. W kolejnej wiadomości, wysłanej temu klientowi, pracownik AS Motors wprost wskazał, że klient powinien udać się do salonu sprzedaży Wrobud. Kopię tej wiadomości przesłano także na adres e-mail Wrobud. Pracownik Wrobud, obsługujący tego klienta, wytłumaczył pozostałym pracownikom Wrobud powyższą sytuację: „*Mamy pana na linii od wczoraj, postawił sobie za punkt honoru że znajdzie wyższy rabat ☺ zalatwiamy temat (...)*”.

- Dowód:** wiadomość e-mail z 13 marca 2018 r. (12:04); Nadawca: [informacja prawnie chroniona] (Wrobud); Adresat: [informacja prawnie chroniona] (Wrobud);

Kopia: [informacja prawnie chroniona] (Wrobud); Temat: RE: zapytanie o zakup samochodu, k. 1708d.

- (176) O praktyce odsyłania klientów zajmujących się szkoleniem kierowców do dealera, który wygrał przetarg na sprzedaż samochodów egzaminacyjnych do WORD w danym województwie świadczy także wiadomość e-mail z czerwca 2019 r., w której pracownik Wrobud, w odpowiedzi na prośbę o przedstawienie oferty, złożoną przez przedstawiciela OSK w [informacja prawnie chroniona] (województwo wielkopolskie – Obszar Odpowiedzialności Wrobudu obejmował obszar w województwie dolnośląskim) wyjaśnił: *„Jeżeli chodzi o sprzedaż samochodów przeznaczonych do nauki jazdy to w naszej marce obowiązuje rejonizacja [podkreślenie własne – UOKiK] i takiej sprzedaży mogą dokonywać tylko dealerzy autoryzowani przez Kia Motors Polska, którzy w danym regionie obsługują dostawę pojazdów do WORD. Widzę, że Pana firma zlokalizowana jest w woj. wielkopolskim, jeżeli natomiast jest to tylko adres siedziby, ale samochody będą użytkowane na terenie Dolnego Śląska, wówczas proszę o informację zwrotną”*.

Dowód: wiadomość e-mail z 19 czerwca 2019 r. (13:07); Nadawca: [informacja prawnie chroniona] (Wrobud); Adresat: [informacja prawnie chroniona]; Temat: RE: Wymiana pojazdów, k. 1481c.

- (177) Na powyższą praktykę wskazuje także wiadomość e-mail z października 2020 r. Przedstawiciel Wrobud odpowiedział w niej na pytanie podmiotu zajmującego się leasingiem i wynajmem długoterminowym samochodów, który poprosił dealera o przedstawienie oferty na samochód osobowy wraz z doposażeniem do nauki jazdy. Pracownik Wrobud nie przedstawił oferty, powołując się na obowiązującą w sieci dealerskiej rejonizację: *„niestety jeśli chodzi o sprzedaż aut do nauki jazdy w Kia obowiązuje rejonizacja i klienci z danego województwa mogą być obsługiwani przez lokalnych dealerów ☹️”*.

Dowód: wiadomość e-mail z 30 października 2020 r. (11:12); Nadawca: [informacja prawnie chroniona] (Wrobud); Adresat: [informacja prawnie chroniona]; Temat: RE: [informacja prawnie chroniona] – zapytanie ofertowe, k. 1481c.

5.2. Opis kontaktów dotyczących cen sprzedaży

- (178) Z ustaleń Prezesa Urzędu wynika, że od co najmniej początku 2013 r. Kia Polska i pozostali uczestnicy sieci dealerskiej zmierzali do ujednolicenia wysokości cen sprzedaży w sieci dystrybucyjnej Kia Polska. Kia Polska przekazywała dealerom cenniki, które miały wyznaczać ceny odsprzedaży po odliczeniu ewentualnych, aktualnie obowiązujących rabatów flotowych. Materiał dowodowy zebrany w sprawie wskazuje, że Kia Polska i dealerzy

uzgadniali maksymalne rabaty flotowe, które mogły być udzielane przez dealerów ich kontrahentom.¹⁵

- (179) Zgodnie ze zgromadzonymi informacjami, wprowadzenie kwestionowanego systemu cenowego było spowodowane chęcią uniknięcia rywalizacji cenowej pomiędzy dealerami Kia Polska, która mogłaby doprowadzić do utraty klientów przez niektórych z nich oraz „psucia rynku” czy „psucia branży”. Dealerzy wskazywali, że prowadzenie przez nich działalności staje się nieopłacalne, w sytuacji kiedy uczestnicy sieci dealerskiej zaniżają ceny odsprzedaży: **(i)** „Może od razu zabrać im marzę skoro lubią oddawać auta za bezcen!?!?”, **(ii)** „Właśnie straciliśmy Klienta z Łodzi...za [informacja prawnie chroniona] zł też przejechałabym się do plocka...tylko pytam po cholere strzelać sobie w kolano i psuć rynek ! Może wszyscy dokładajmy do interesu ?!”, **(iii)** „Tylko, po co robić coś takiego!? Dla sztuki, z której nie ma się ani grosza, a ktoś to musi przygotować, wydać, etc. W tym wypadku to nawet papier i tusz do drukarki, które posłużyły do wydrukowania FV się nie zwróciły... Porażka!!!”, **(iv)** „Naprawdę nie chcecie zarabiać ? ☹”. Korespondencja pochodząca z wewnątrz sieci dealerskiej Kia Polska wskazuje, że dealerzy zmierzali do maksymalizacji zysków: „Gdzie ustalenia o niewchodzeniu sobie na rynki? Gdzie próba sprzedaży z maksymalizacją zysku, o którym tyle mówiono podczas spotkania półrocznego, które się wczoraj zakończyło??? Nic, tylko pogratulować... ☹” i wyeliminowania ryzyka wynegocjowania przez klientów niższej ceny u innego dealera Kia Polska: „Widzę, że w Rzeszowie [u dealera [informacja prawnie chroniona] – UOKiK] jakieś Turbo Promocje obowiązują, dzięki którym klient ma mocny argument aby negocjować z innymi salonami.”.

- Dowody:**
- wiadomość e-mail z 18 maja 2015 r. (16:19); Nadawca: [informacja prawnie chroniona]; Adresat: sprzedaz.dealer@kiamotors.pl; Temat: Sprzedaż do brokera w Szczecinku, k. 1481a;
 - wiadomość e-mail z 20 maja 2016 r. (13:22); Nadawca: [informacja prawnie chroniona] (Wadowscy); Adresat: [informacja prawnie chroniona] (Kia Polska), [informacja prawnie chroniona]; Kopia: sprzedaz.dealer@kiamotors.pl; Temat: Re: FW: Prośba o złożenie oferty, k. 1481d;
 - wiadomość e-mail z 18 października 2013 r. (12:25); Nadawca: [informacja prawnie chroniona]; (Autocentrum Patecki) Adresat: [informacja prawnie chroniona] (AS Motors); Temat: RE: BEZ MARŻY!!!???, k. 1481a;

¹⁵ Punktem odniesienia dla wyznaczenia tych rabatów były ceny zawarte w aktualnym programie polityki flotowej [por. akapit (58) decyzji].

- wiadomość e-mail z 20 listopada 2020 r. (17:43); Nadawca: **[informacja prawnie chroniona]**; Adresat: **[informacja prawnie chroniona]** (Kia Polska); Temat: FW: RIO, k. 1481d;
- wiadomość e-mail z 6 czerwca 2016 r. (16:04); Adresat: **[informacja prawnie chroniona]** (Kia Polska); Nadawca: **[informacja prawnie chroniona]** (Kia Polska); Temat: FW: Ogłoszenie otomoto Kia Optima DEMO, k. 1481d;
- wiadomość e-mail z 19 sierpnia 2016 r. (13:49); Nadawca: **[informacja prawnie chroniona]** (Wadowscy); Adresat: **[informacja prawnie chroniona]**, sprzedaz.dealer@kiamotors.pl; Temat: Re: Fw: GRATULUJEMY SALONOWI SPRZEDAŻY RIO, k. 1481a;
- wiadomość e-mail z 27 maja 2015 r. (12:24); Nadawca: **[informacja prawnie chroniona]** (Autotechnika Woźniak); Adresat: sprzedaz.dealer@kiamotors.pl; Temat: podziękowania za dobre oferty ..., k. 1481a;
- wiadomość e-mail z 30 lipca 2014 r. (15:03); Nadawca: **[informacja prawnie chroniona]**; Adresat: **[informacja prawnie chroniona]** (Kia Polska); Temat: Atrakcyjne ceny od dealera na otomoto, k. 1481d.

5.2.1. Korespondencja dystrybutorów z klientami

- (180) O ustalaniu cen odsprzedaży samochodów marki Kia świadczą działania dealerów Kia Polska, którzy w korespondencji z klientami wskazywali na jednolity poziom cen obowiązujący w całej sieci. W odpowiedzi na zapytania klientów o warunki zakupu samochodu lub przedstawienie konkurencyjnej oferty do tej otrzymanej od innego dealera, dealerzy wskazywali, że w sieci dealerskiej Kia Polska warunki sprzedaży u każdego dealera są jednolite. Do części wiadomości e-mail zawierających odmowę przedstawienia oferty niedoszłemu kontrahentowi, dealerzy dodawali wspólny alias pocztowy „sprzedaz.dealer@kiamotors.pl”, dzięki czemu do korespondencji wymienianej z klientami mieli dostęp wszyscy dealerzy i Kia Polska¹⁶.

Marvel

- (181) W wiadomości e-mail ze stycznia 2019 r. na pytanie klienta o ofertę na samochód marki Kia pracownica Marvel odpowiedziała, dodając do wiadomości pozostałych uczestników sieci dealerskiej Kia Polska: „*Zapraszam Pana do najbliższego salonu KIA, z pewnością doradcy odpowiedzą na każde pytanie oraz przydzielą rabat zgodny z polityką Kia Motors, biorąc pod*

¹⁶ Akapit (51) decyzji.

uwagę najwyższe standardy obsługi jestem przekonany, że lokalny dealer sprosta Pańskim oczekiwaniom”.

Dowód: wiadomość e-mail z 17 stycznia 2019 r. (13:23); Nadawca: [informacja prawnie chroniona] (Marvel), Adresat: [informacja prawnie chroniona], pozostali dealerzy Kia Polska; Temat: {Spam?} RE: Kia proceed, k. 1481d.

- (182) Następnie w wiadomości e-mail z lipca 2019 r. odpowiadając na pytanie klienta o ofertę na samochód marki Kia przedstawicielka Marvel wskazała, dodając do wiadomości pozostałych dealerów Kia Polska: „*Szanowny Panie nie uczestniczymy w przetargach z innymi dealerami, ponieważ polityka rabatowa w każdym salonie jest jednakowa* [podkreślenie własne – UOKiK].”.

Dowód: wiadomość e-mail z 25 lipca 2019 r. (14:09); Nadawca: [informacja prawnie chroniona] (Marvel), Adresat: [informacja prawnie chroniona]; Kopia: pozostali dealerzy Kia Polska; Temat: RE: Kia Stinger GT, k. 1481d.

- (183) W wiadomość e-mail ze stycznia 2020 r. w odpowiedzi na pytanie klienta o konkurencyjną ofertę, do tej przedstawionej przez innego dealera, przedstawiciel Marvel wyjaśnił, dodając do wiadomości wspólny adres e-mail uczestników sieci dystrybucyjnej Kia Polska: „*Ze względu na spójną politykę cenową KIA Motors Polska* [podkreślenie własne – UOKiK], *zapraszam do odwiedzenia dealera KIA u którego została przedstawiona poniższa oferta.*”.

Dowód: wiadomość e-mail z 29 stycznia 2020 r. (16:41); Nadawca: [informacja prawnie chroniona] (Marvel); Adresat: [informacja prawnie chroniona]; Kopia: sprzedaz.dealer@kiamotors.pl; Temat: RE: wycena KIA ceed kombi 2020, k. 1481d.

- (184) Również w wiadomości e-mail z lutego 2020 r. na pytanie klienta o ofertę na samochód marki Kia przedstawicielka Marvel odpowiedziała, dodając do wiadomości pozostałych dealerów Kia Polska: „*Ze względu na spójną politykę cenową KIA Motors Polska* [podkreślenie własne – UOKiK], *zapraszam do odwiedzenia najbliższego dealera KIA położonego w pobliżu miejsca Pana zamieszkania/pracy*”.

Dowód: wiadomość e-mail z 7 lutego 2020 r. (17:09); Nadawca: [informacja prawnie chroniona] (Marvel), Adresat: [informacja prawnie chroniona]; Kopia: pozostali dealerzy Kia Polska; Temat: RE: Zapytanie ofertowe KIA CEED SW 1.4 7DCT BL1/BL2 My200 (2019,2020), k. 1481a.

- (185) Natomiast w wiadomości e-mail z września 2020 r. na pytanie klienta o ofertę na samochód marki Kia przedstawiciel Marvel odpowiedział, dodając do wiadomości pozostałych dealerów Kia Polska: „*Zachęcam do skorzystania z usług najbliższego salonu marki KIA, ponieważ warunki sprzedaży u każdego są takie same* [podkreślenie własne – UOKiK].”.

Dowód: wiadomość e-mail z 15 września 2020 r. (12:43); Nadawca: [informacja prawnie chroniona] (Marvel), Adresat: [informacja prawnie chroniona]; Kopia: pozostali dealerzy Kia Polska; Temat: {Disarmed} Oferta Kia CEED, k. 1481a.

- (186) W wiadomości e-mail z października 2020 r. na pytanie klienta o ofertę zakupu samochodu marki Kia pracownik Marvel odpowiedział, dodając do wiadomości pozostałych uczestników sieci dealerskiej Kia Polska: „*Zachęcam do skorzystania z usług najbliższego salonu marki Kia, ponieważ warunki sprzedaży u każdego są takie same. Jest już Pan Klientem ASO Kia Patecki więc pewno doświadczeni koledzy w Kielcach Panu pomogą* [podkreślenie własne – UOKiK]. *Z pewnością pozwoli to na zaoszczędzenie czasu oraz zaowocuje korzystną współpracą w zakresie ewentualnego zakupu i serwisowania samochodu.*”.

Dowód: wiadomość e-mail z 14 października 2020 r. (9:58); Nadawca: [informacja prawnie chroniona] (Marvel), Adresat: [informacja prawnie chroniona]; Kopia: pozostali dealerzy Kia Polska; Temat: RE: Zapytanie ofertowe, k. 17.

- (187) Z kolei w wiadomości e-mail ze stycznia 2021 r. odpowiadając na pytanie klienta o ofertę zakupu samochodu marki Kia przedstawiciel Marvel wskazał, dodając do wiadomości pozostałych uczestników sieci dealerskiej Kia Polska: „*Zachęcam do skorzystania z usług lokalnego salonu KIA, lub u którego przeprowadził Pan jazdę próbną. Warunki sprzedaży u każdego Dealera Marki KIA są takie same* [podkreślenie własne – UOKiK].”.

Dowód: wiadomość e-mail z 5 stycznia 2021 r. (9:25); Nadawca: [informacja prawnie chroniona] (Marvel); Adresat: [informacja prawnie chroniona]; Kopia: pozostali dealerzy Kia Polska; Temat: Kia Sportage – oferta, k. 1481d.

- (188) Następnie w wiadomości e-mail z kwietnia 2021 r. na pytanie klienta o konkurencyjną ofertę, do tej przedstawionej przez innego dealera, pracownik Marvel odpowiedział, dodając do wiadomości pozostałych uczestników sieci dealerskiej Kia Polska: „*Zachęcam do skorzystania z usług salonu KIA w którym dokonał pierwszego zakupu lub innego najbliższego Dealera. Warunki sprzedaży u każdego Dealera marki KIA są takie same* [podkreślenie własne – UOKiK].”.

Dowód: wiadomość e-mail z 26 kwietnia 2021 r. (13:08); Nadawca: [informacja prawnie chroniona] (Marvel); Adresat: [informacja prawnie chroniona]; Kopia: pozostali dealerzy Kia Polska; Temat: RE: KIA SORENTO, k. 1481a.

- (189) Powyżej wymieniona została korespondencja pomiędzy przedstawicielami Marvel oraz jego klientami świadcząca o przejawach niedozwolonej z punktu widzenia prawa konkurencji współpracy uczestników sieci dealerskiej Kia Polska. Korespondencja ta przedstawiona jest w ujęciu chronologicznym. Z uwagi na znaczną ilość zgromadzonego przez Prezesa Urzędu

materiału dowodowego oraz powtarzalność treści dowodów, poniżej został przywołany pozostały materiał dowodowy dotyczący wiadomości wymienianych pomiędzy wskazanym dealerem i jego kontrahentami, w ujęciu zbiorczym bez jego szczegółowego omawiania.

- Dowody:**
- wiadomość e-mail z 29 stycznia 2020 r. (16:41); Nadawca: [informacja prawnie chroniona] (Marvel); Adresat: [informacja prawnie chroniona]; Kopia: sprzedaz.dealer@kiamotors.pl; Temat: RE: wycena KIA ceed kombi 2020, k. 1481d;
 - wiadomość e-mail z 27 października 2020 r. (18:44); Nadawca: [informacja prawnie chroniona] (Marvel), Adresat: [informacja prawnie chroniona], pozostali dealerzy Kia Polska; Temat: RE: Zakup samochodu Kia Sorento, k. 1481d;
 - wiadomość e-mail z 4 stycznia 2021 r. (10:45); Nadawca: [informacja prawnie chroniona] (Marvel), Adresat: [informacja prawnie chroniona], pozostali dealerzy Kia Polska; Kopia: [informacja prawnie chroniona] (Marvel); Temat: RE: Oferta Kia niro hybrid wersja m smart, k. 1481a;
 - wiadomość e-mail z 4 stycznia 2021 r. (18:05); Nadawca: [informacja prawnie chroniona] (Marvel), Adresat: [informacja prawnie chroniona]; Kopia: pozostali dealerzy Kia Polska; Temat: Kia – oferta, k. 1481b.

Landcar

- (190) W wiadomości e-mail z sierpnia 2018 r. w odpowiedzi na zapytanie klienta o sprzedaż samochodu marki Kia przedstawicielka Landcar wyjaśniła, dodając do wiadomości alias pocztowy uczestników sieci dystrybucyjnej Kia Polska: „**Polityka rabatowa jest taka sama dla wszystkich salonów** [podkreślenie własne – UOKiK]. *Zapraszam więc do najbliższego salonu w Pani miejscowości.*”.

- Dowód:** wiadomość e-mail z 29 sierpnia 2018 r. (10:09); Nadawca: [informacja prawnie chroniona] (Landcar); Adresat: [informacja prawnie chroniona]; Kopia: sprzedaz.dealer@kiamotors.pl; Temat: RE: Zapytanie Kia Optima GT Line, k. 1481a.

- (191) Z kolei w wiadomości e-mail z marca 2019 r. na pytanie klienta o ofertę sprzedaży samochodu marki Kia pracownik Landcar odpowiedział: „**Ze względu na spójną politykę cenową KIA Motors Polska na terenie kraju** [podkreślenie własne – UOKiK] *zachęcam do wizyty w dealerstwie KIA położonym najbliżej Pana miejsca zamieszkania*”.

- Dowód:** wiadomość e-mail z 29 marca 2019 r. (14:59); Nadawca: [informacja prawnie chroniona] (Landcar); Adresat: [informacja prawnie chroniona]; Kopia: [informacja prawnie chroniona] (Landcar); Temat: Re: Kia Optima Kombi 1.6 T-GDI – zapytanie, k. 1481b.

- (192) W wiadomości e-mail z kwietnia 2019 r. pracownik Landcar odpowiadając na pytanie klienta o przedstawienie oferty sprzedaży samochodu marki Kia wyjaśnił: „*Ze względu na **spójną politykę cenową KIA Motors Polska na terenie kraju*** [podkreślenie własne – UOKiK] *zachęcam do wizyty w dealerstwie KIA położonym najbliżej Pana miejsca zamieszkania*”.

Dowód: wiadomość e-mail z 18 kwietnia 2019 r. (10:54); Nadawca: [informacja prawnie chroniona] (Landcar); Adresat: [informacja prawnie chroniona]; Kopia: sprzedaz.dealer@kiamotors.pl; Temat: Re: Oferta na KIA Proceed, k. 1481d.

- (193) Następnie w wiadomości e-mail z maja 2019 r. na pytanie klienta o ofertę sprzedaży samochodu marki Kia pracownik Landcar odpowiedział: „*Ze względu na **spójną politykę cenową importera w Polsce*** [podkreślenie własne – UOKiK] *proponuję odwiedzić najbliższego dealera KIA (dla Pana miejsca zamieszkania)*”.

Dowód: wiadomość e-mail z 6 maja 2019 r. (12:42); Nadawca: [informacja prawnie chroniona] (Landcar); Adresat: [informacja prawnie chroniona]; Kopia: [informacja prawnie chroniona] (Landcar); Temat: Re: Zakup Kia Rio, k. 1481b.

- (194) Z kolei w wiadomości e-mail z czerwca 2019 r. w odpowiedzi na pytanie klienta o ofertę sprzedaży samochodu marki Kia pracowniczka Landcar wskazała: „*Proszę o kontakt z Pani lokalnym dealerem, ponieważ **cennik oraz zasady przydzielania rabatów są jednolite w sieci dealerskiej KIA*** [podkreślenie własne – UOKiK]”.

Dowód: wiadomość e-mail z 3 czerwca 2019 r. (13:13); Nadawca: [informacja prawnie chroniona] (Landcar); Adresat: [informacja prawnie chroniona]; Kopia: sprzedaz.dealer@kiamotors.pl; Temat: Oferta Kia Rio IV, k. 1481d.

- (195) W wiadomość e-mail z lipca 2019 r. przedstawicielka Landcar wyjaśniła klientowi kierującemu zapytanie o ofertę sprzedaży samochodu marki Kia: „***Polityka rabatowa dla całej sieci KIA jest jednakowa. Zapraszam serdecznie do najbliższego salonu w obrębie Pana miejsca zamieszkania*** [podkreślenie własne – UOKiK]”.

Dowód: wiadomość e-mail z 15 lipca 2019 r. (8:36); Nadawca: [informacja prawnie chroniona] (Landcar); Adresat: [informacja prawnie chroniona]; Kopia: [informacja prawnie chroniona] (Landcar); Temat: RE: Zapytanie ofertowe: KIA Venga XL, k. 1481b.

- (196) Również w wiadomości e-mail z sierpnia 2019 r. na pytanie klienta o konkurencyjną ofertę, do tej przedstawionej przez innego dealera, pracownik Landcar odpowiedział, dodając do wiadomości wspólny alias pocztowy uczestników sieci dystrybucyjnej Kia Polska: „*Ponieważ **nie biorę udziału w konkursie ofert*** [podkreślenie własne – UOKiK], *nie zdecyduje się na złożenie oferty korzystniejszej niż ta, którą Pan otrzymał*”.

Dowód: wiadomość e-mail z 23 sierpnia 2019 r. (8:59); Nadawca: [informacja prawnie chroniona] (Landcar); Adresat: [informacja prawnie chroniona]; Kopia: sprzedaz.dealer@kiamotors.pl; Temat: RE: Kia, k. 1481d.

- (197) W wiadomości e-mail z września 2019 r. na pytanie klienta o sprzedaży samochodu marki Kia przedstawicielka Landcar odpowiedziała, dodając do wiadomości wspólny alias pocztowy uczestników sieci dystrybucyjnej Kia Polska: „*Proszę o kontakt z Pani lokalnym dealerem, ponieważ cennik oraz zasady przydzielania rabatów są jednolite w sieci dealerskiej KIA* [podkreślenie własne – UOKiK].”.

Dowód: wiadomość e-mail z 25 września 2019 r. (14:51); Nadawca: [informacja prawnie chroniona] (Landcar); Adresat: [informacja prawnie chroniona]; Kopia: [informacja prawnie chroniona] (Landcar), sprzedaz.dealer@kiamotors.pl; Temat: Oferta Kia Rio IV, k. 1481d.

- (198) W wiadomości e-mail z listopada 2019 r. na pytanie klienta o ofertę cenową na zakup samochodu marki Kia przedstawicielka Landcar wyjaśniła: „*Ze względu na spójną politykę cenową KIA Motors Polska* [podkreślenie własne – UOKiK], *zapraszam do odwiedzenia najbliższego dealera KIA w Województwie Śląskim.*”.

Dowód: wiadomość e-mail z 27 listopada 2019 r. (8:59); Nadawca: [informacja prawnie chroniona] (Landcar); Adresat: [informacja prawnie chroniona]; Kopia: [informacja prawnie chroniona] (Wadowsky); Temat: Zapytanie ofertowe - Stinger 2.0, k. 1481d.

- (199) Natomiast w wiadomości e-mail ze stycznia 2020 r. w odpowiedzi na pytanie klienta o konkurencyjną ofertę, do tej przedstawionej przez innego dealera, przedstawicielka Landcar wyjaśniła, dodając do wiadomości wspólny alias pocztowy uczestników sieci dystrybucyjnej Kia Polska: „*Ze względu na spójną politykę cenową KIA Motors Polska* [podkreślenie własne – UOKiK], *zapraszam do odwiedzenia dealera KIA u którego została przedstawiona poniższa oferta.*”.

Dowód: wiadomość e-mail z 29 stycznia 2020 r. (16:30); Nadawca: [informacja prawnie chroniona] (Landcar); Adresat: [informacja prawnie chroniona]; Kopia: sprzedaz.dealer@kiamotors.pl; Temat: wycena KIA ceed kombi 2020, k. 1481d.

- (200) Powyżej wymieniona została korespondencja pomiędzy przedstawicielami Landcar oraz jego klientami świadcząca o przejawach niedozwolonej z punktu widzenia prawa konkurencji współpracy uczestników sieci dealerskiej Kia Polska. Korespondencja ta przedstawiona jest w ujęciu chronologicznym. Z uwagi na znaczną ilość zgromadzonego przez Prezesa Urzędu materiału dowodowego oraz powtarzalność treści dowodów, poniżej został przywołany

pozostały materiał dowodowy dotyczący wiadomości wymienianych pomiędzy powołanym dealerem i jego kontrahentami, w ujęciu zbiorczym bez jego szczegółowego omawiania.

- Dowody:**
- wiadomość e-mail z 6 sierpnia 2019 r. (8:39); Nadawca: **[informacja prawnie chroniona]** (Landcar); Adresat: **[informacja prawnie chroniona]**; Kopia: **[informacja prawnie chroniona]** (Landcar); Temat: RE: zakup kii optimy, k. 1481d;
 - wiadomość e-mail z 14 listopada 2019 r. (8:30); Nadawca: **[informacja prawnie chroniona]** (Landcar); Adresat: **[informacja prawnie chroniona]**; Kopia: sprzedaz.dealer@kiamotors.pl; Temat: RE: zapytanie o cenę, k. 16;
 - wiadomość e-mail z 19 listopada 2019 r. (14:51); Nadawca: **[informacja prawnie chroniona]** (Landcar); Adresat: **[informacja prawnie chroniona]**; Kopia: **[informacja prawnie chroniona]** (Landcar); Temat: RE: Zapytanie o Kia Sportage, wraz z załącznikiem, k. 1481b;
 - wiadomość e-mail z 18 kwietnia 2019 r. (10:27); Nadawca: **[informacja prawnie chroniona]** (Landcar); Adresat: **[informacja prawnie chroniona]**; Kopia: **[informacja prawnie chroniona]** (Landcar); Temat: RE: Zamówienie samochodu Kia Stinger, k. 1481b;
 - wiadomość e-mail z 29 marca 2019 r. (16:04); Nadawca: **[informacja prawnie chroniona]** (Landcar); Adresat: **[informacja prawnie chroniona]**; Kopia: **[informacja prawnie chroniona]** (Landcar); Temat: Re: {Spam?} Zapytanie o Kia Proceed GT, k. 1481b;
 - wiadomość e-mail z 18 kwietnia 2019 r. (10:56); Nadawca: **[informacja prawnie chroniona]** (Landcar); Adresat: **[informacja prawnie chroniona]**; Kopia: **[informacja prawnie chroniona]** (Landcar); Temat: Re: oferta na KIA Proceed, k. 1481d.

Gam

- (201) W wiadomości e-mail z sierpnia 2018 r. odpowiadając na pytanie klienta o ofertę zakupu samochodu marki Kia, pracownik Gam wskazał, dodając do wiadomości wspólny alias pocztowy uczestników sieci dystrybucyjnej Kia Polska: „*Z uwagi na fakt, że **wszyscy dealerzy przygotowują oferty w oparciu o ten sam program sprzedaży flotowej*** [podkreślenie własne – UOKiK], *polecam kontakt z dealerem właściwym dla Pani miejsca zamieszkania*”.

- Dowód:** wiadomość e-mail z 29 sierpnia 2018 r. (9:58); Nadawca: **[informacja prawnie chroniona]** (Gam); Adresat: **[informacja prawnie chroniona]**, sprzedaz.dealer@kiamotors.pl; Temat: Re: Zapytanie Kia Optima GT Line, k. 1481d.

- (202) Również w wiadomości e-mail ze stycznia 2019 r. na pytanie klienta o ofertę zakupu samochodu, przedstawiciel Gam odpowiedział dodając do wiadomości pozostałych uczestników sieci dealerskiej Kia Polska: „*Z przykrością informujemy, że **nasza firma nie uczestniczy w konkursie ofert*** [podkreślenie własne – UOKiK].”.

Dowód: wiadomość e-mail z 17 stycznia 2019 r. (10:03); Nadawca: [informacja prawnie chroniona] (Gam); Adresat: [informacja prawnie chroniona], pozostali dealerzy Kia; Temat: RE: Kia proceed, k. 1481a.

- (203) Natomiast w wiadomości e-mail z marca 2021 r. w odpowiedzi na pytanie klienta, który w swojej wiadomości poinformował: „*(...) jestem w kontakcie z salonami w całej Polsce celem najlepszej dla mnie oferty zakupu o ofertę zakupu samochodu marki Kia*”, pracownik Gam wskazał: „*Rozumiem, w tej sytuacji wycofuję się z propozycji przygotowywania oferty, ponieważ **nie będzie ona odbiegać od standardowej oferty z rabatem*** [informacja prawnie chroniona] % [informacja prawnie chroniona] [podkreślenie własne – UOKiK]. *Zachęcam do kontaktu z lokalnymi dealerami Kia.*”.

Dowód: wiadomość e-mail z 30 marca 2021 r. (11:48); Nadawca: [informacja prawnie chroniona] (Gam); Adresat: [informacja prawnie chroniona]; Temat: Re: KIA CEED Wyrzedaż rocznika 2020, k. 19.

Autotechnika Woźniak

- (204) W wiadomości e-mail z listopada 2014 r. w odpowiedzi na zapytanie klienta o wycenę samochodu marki Kia pracownik dealera Autotechnika Woźniak przedstawił ofertę, zapraszając klienta do odwiedzenia najbliższego salonu marki Kia. Jednocześnie pracownik zaznaczył, że w każdym salonie klient powinien otrzymać identyczną ofertę zakupu.

Dowód: wiadomość e-mail z 17 listopada 2014 r. (10:10); Nadawca: [informacja prawnie chroniona] (Autotechnika Woźniak); Adresat: pozostali dealerzy Kia Polska, [informacja prawnie chroniona]; Temat: RE: Oferta na zakup 2 sztuk samochodów Kia Venga, k. 1481a.

- (205) W wiadomości e-mail z marca 2018 r. na pytanie klienta o możliwą ofertę na zakup samochodu Kia i dostępne rabaty, pracownik Autotechnika Woźniak wskazał, dodając do wiadomości wspólny alias pocztowy uczestników sieci dystrybucyjnej Kia Polska: „*Wszystkie salony w Polsce **posługują się tymi samymi cennikami***. *Grupy rabatowe wszędzie są takie same* [podkreślenie własne – UOKiK].”.

Dowód: wiadomość e-mail z 7 marca 2018 r. (23:20); Nadawca: [informacja prawnie chroniona] (Autotechnika Woźniak); Adresat: [informacja prawnie chroniona]; Kopia: sprzedaz.dealer@kiamotors.pl; Temat: Re: KIA ceed kombi zakup, k. 17.

- (206) Następnie w innej wiadomości e-mail z marca 2018 r. w odpowiedzi na pytanie klienta o ofertę zakupu samochodu Kia, przedstawiciel Autotechnika Woźniak wyjaśnił: „*W przypadku tego auta i [informacja prawnie chroniona] maksymalny możliwy do uzyskania upust to [informacja prawnie chroniona] %. Identyczne zasady wyceny aut obowiązują w całej sieci KIA* [podkreślenie własne – UOKiK].”.

Dowód: wiadomość e-mail z 27 marca 2018 r. (19:29); Nadawca: [informacja prawnie chroniona] (Autotechnika Woźniak); Adresat: [informacja prawnie chroniona]; Temat: RE: Zapytanie cenowe KIA STINGER 3,3 T-GDI GT 4WD AT GT+SRF (H4R) HIGH CHROMA RED M, k. 1481d.

- (207) Z kolei w wiadomości e-mail z kwietnia 2018 r. odpowiadając na zapytanie klienta o wycenę samochodu marki Kia pracownik dealera Autotechnika Woźniak wyjaśnił, dodając do wiadomości pozostałych dealerów Kia Polska: „*Identyczne zasady wyceny aut obowiązują w całej sieci KIA*”.

Dowód: wiadomość e-mail z 3 kwietnia 2018 r. (11:06); Nadawca: [informacja prawnie chroniona] (Autotechnika Woźniak); Adresat: [informacja prawnie chroniona]; Kopia: pozostali dealerzy Kia Polska; Temat: RE: KIA Stinger GT Line, k. 1481a.

- (208) W wiadomości e-mail z sierpnia 2018 r. pracownik Autotechnika Woźniak odpowiedział na zapytanie klienta o ofertę zakupu samochodu Kia wskazał: „*Ze względu na to, że dealerzy w Polsce posługują się tymi samymi cennikami, a polityka upustowa w przypadku zakupu na firmę jest taka sama* [podkreślenie własne – UOKiK], *proponuje skontaktować się z najbliższym dealerem*.”.

Dowód: wiadomość e-mail z 29 sierpnia 2018 r. (10:34); Nadawca: [informacja prawnie chroniona] (Autotechnika Woźniak); Adresat: [informacja prawnie chroniona]; Temat: RE: Zapytanie Kia Optima GT Line, k. 1481d.

- (209) Także w wiadomości e-mail ze stycznia 2019 r. pracownik Autotechnika Woźniak odpowiedział na zapytanie klienta o ofertę zakupu samochodu Kia: „*Ze względu na jednolitą politykę rabatową* [podkreślenie własne – UOKiK] *podobną ofertę przedstawi Panu najbliższy dealer, do którego proszę się zwrócić*”.

Dowód: wiadomość e-mail z 21 stycznia 2019 r. (11:07); Nadawca: [informacja prawnie chroniona] (Autotechnika Woźniak); Adresat: [informacja prawnie chroniona]; Temat: RE: KIA, k. 1708d.

- (210) Natomiast w wiadomości e-mail z lutego 2021 r. pracownik Autotechnika Woźniak odpowiadając na zapytanie klienta o przedstawienie konkurencyjnej oferty, do tej przesłanej przez innego dealera Kia Polska, wskazał: „*Zważywszy na fakt, że przesłali Państwo formularz*

flotowy przygotowany przez dealera [informacja prawnie chroniona] - *Przeźmierowa odstępujemy od przygotowania oferty. Szanujemy pracę innych a warunki, które będziemy mogli zaproponować nie będą różniły się od przygotowanych przez kolegów* [podkreślenie własne – UOKiK]”.

Dowód: wiadomość e-mail z 19 lutego 2021 r. (9:37); Nadawca: [informacja prawnie chroniona] (Kia Polska); Adresat: [informacja prawnie chroniona] (Kia Polska); Temat: FW: KIA RIO 2020 / 2021 oferta na 3 sztuki - DRUGIE ZAPYTANIE, k. 1708b.

AS Motors

- (211) W wiadomości e-mail z października 2016 r., w odpowiedzi na pytanie klienta o ofertę na wybrany model samochodu marki Kia, przedstawiciel AS Motors wskazał: *„Mogę zaproponować rabat [informacja prawnie chroniona] % - myślę, że taki sam rabat otrzyma Pan u każdego z dealerów KIA, ponieważ jest to standardowy rabat dla tego modelu. Dziękując za zainteresowanie marką odsyłam do najbliższego dealera marki KIA.”*.

Dowód: wiadomość e-mail z 3 października 2016 r. (16:54); Nadawca: [informacja prawnie chroniona] (AS Motors); Adresat: [informacja prawnie chroniona], Temat: RE: Kia Sorento, k. 1481a.

- (212) Następnie w wiadomości e-mail z listopada 2018 r., na pytanie klienta o ofertę zakupu samochodu Kia, pracownik AS Motors odpowiedział: *„W nawiązaniu do rozmowy z [informacja prawnie chroniona] [dyrektor sprzedaży w AS Motors – UOKiK] przesyłam ofertę na KIA Stonic w opcji do [informacja prawnie chroniona] pln brutto. Jeżeli chodzi o kwestię utrzymania ceny w okresie dłuższym niż pół roku to z przykrością nie będę w stanie tego potwierdzić. Mogę jedynie zagwarantować rabaty z najwyższej grupy rabatowej – taka przysługuje przy Państwa potencjale zakupowym, niemniej jednak i tu nie będę w stanie podać konkretnej wartości upustu procentowego. Rabaty są sygnowane przez KIA Polska i nie mam wpływu na ich wysokość* [podkreślenie własne – UOKiK], *dodatkowo cenniki danych modeli zmieniają się przynajmniej [informacja prawnie chroniona] i jak sam Pan rozumie podanie konkretnej ceny na dłuższy okres może być kłopotliwe.”*.

Dowód: wiadomość e-mail z 21 listopada 2018 r. (16:48); Nadawca: [informacja prawnie chroniona] (AS Motors); Adresat: [informacja prawnie chroniona], Kopia: [informacja prawnie chroniona] (AS Motors); Temat: RE: Zapytanie ofertowe [informacja prawnie chroniona], k. 1481a.

- (213) W wiadomości e-mail z czerwca 2019 r. odpowiadając na zapytanie klienta o możliwość przedstawienia oferty na zakup samochodu marki Kia, przedstawicielka AS Motors wskazała: *„Ofertę, która Panu przygotowałam z [informacja prawnie chroniona] % rabatem, jest*

ogólnie przyjętym poziomem maksymalnym rabatowania [informacja prawnie chroniona], uznanym przez KIA MOTORS POLSKA [podkreślenie własne – UOKiK]. Zasady obowiązuje we wszystkich salonach całej Polsce.”.

Dowód: wiadomość e-mail z 3 czerwca 2019 r. (15:18); Nadawca: [informacja prawnie chroniona] (AS Motors); Adresat: [informacja prawnie chroniona]; Temat: RE: KIA Sorento, k. 1481a.

- (214) Z kolei w wiadomości e-mail z lutego 2019 r. na zapytanie klienta o ofertę zakupu samochodu Kia, przedstawiciel AS Motors odpowiedział: „*Dziękuję za zainteresowanie naszą ofertą oraz kontakt z salonem. Niestety nie mamy w swojej ofercie formy cyklicznej najmu długoterminowego, nie będziemy też w stanie przebić oferty którą Pan otrzymał od dealera z Trójmiasta, ponieważ wszyscy dealerzy mają te same możliwości rabatowania* [podkreślenie własne – UOKiK]. Dlatego zachęcam Pana do skorzystania z oferty w swoim mieście.”.

Dowód: wiadomość e-mail z 25 lutego 2019 r. (17:04); Nadawca: [informacja prawnie chroniona] (AS Motors); Adresat: [informacja prawnie chroniona]; Temat: Oferta KIA AS MOTORS Warszawa, k. 1481a.

- (215) Natomiast w wiadomości ze stycznia 2020 r., w odpowiedzi na zapytanie klienta o przedstawienie konkurencyjnej oferty nabycia pojazdu marki Kia, do tej którą klient otrzymał w punkcie sprzedaży innego dealera Kia Polska, pracownik AS Motors otrzymał polecenie: „*(...) odpisz grzecznie że nie bierzemy udziału w konkursie ofert* [podkreślenie własne – UOKiK]”.

Dowód: wiadomość e-mail z e-mail z 21 stycznia 2020 r. (15:21); Nadawca: [informacja prawnie chroniona] (AS Motors); Adresat: [informacja prawnie chroniona] (AS Motors); Temat: RE: Zapytanie o samochód Kia Rio, k. 17.

- (216) Również w wiadomości z października 2020 r., w odpowiedzi na zapytanie klienta o przedstawienie konkurencyjnej oferty nabycia pojazdu marki Kia, do tej którą klient otrzymał w punkcie sprzedaży innego dealera Kia Polska, pracownik AS Motors otrzymał polecenie: „*(...) odpisz proszę że nie mamy wozów i nie przebijamy ofert* [podkreślenie własne – UOKiK] – grzecznie rzecz jasna”.

Dowód: wiadomość e-mail z 7 października 2020 r. (12:04); Nadawca: [informacja prawnie chroniona] (AS Motors); Adresat: [informacja prawnie chroniona] (AS Motors); Kopia: [informacja prawnie chroniona] (AS Motors); Temat: RE: oferta kia xceed, k. 1481a.

- (217) W innej wiadomości e-mail z października 2020 r. w odpowiedzi na pytanie klienta o ofertę na wybrany model samochodu marki Kia, przedstawicielka AS Motors wskazała: „*Oferty oraz*

warunki, polityka rabatowa obowiązują te same w całej Polsce u dealerów marki KIA [podkreślenie własne – UOKiK]. *Zapraszam zatem do lokalnego dealera celem realizacji zakupu auta oraz uzyskania oferty*”.

Dowód: wiadomość e-mail z 15 października 2020 r. (10:01); Nadawca: [informacja prawnie chroniona] (AS Motors); Adresat: [informacja prawnie chroniona]; Temat: RE: {Spam?} Kia Sportage, k. 1481a.

Autocentrum Patecki

- (218) W wiadomości e-mail z sierpnia 2018 r. odpowiadając na pytanie klienta o przedstawienie konkurencyjnej oferty zakupu samochodu marki Kia, przedstawiciel Autocentrum Patecki wyjaśnił, dodając do wiadomości pozostałych uczestników sieci dealerskiej Kia Polska: „*Proszę docenić zaangażowanie naszych kolegów z salonu w Łodzi. Oferta, którą Pan otrzymał jest bardzo korzystna i etyka sumienia nie pozwala nam wyrównać tej oferty* [podkreślenie własne – UOKiK].”.

Dowód: wiadomość e-mail z 25 sierpnia 2018 r. (11:00); Nadawca: [informacja prawnie chroniona] (Autocentrum Patecki); Adresat: [informacja prawnie chroniona]; Kopia: pozostali dealerzy Kia; Temat: RE: Sportage, k. 17.

- (219) Z kolei w wiadomości e-mail z października 2019 r., na pytanie klienta o ofertę zakupu samochodu Kia, pracownik Autocentrum Patecki odpowiedział: „*Uprzejmie informujemy że nasz solone [salon – UOKiK] nie uczestniczy w konkursie ofert oraz przebijaniu ceny wewnątrz jednej marki* [podkreślenie własne – UOKiK].”.

Dowód: wiadomość e-mail z 14 października 2019 r. (8:59); Nadawca: [informacja prawnie chroniona] (Autocentrum Patecki); Adresat: [informacja prawnie chroniona]; Kopia: [informacja prawnie chroniona] (Autocentrum Patecki), sprzedaz.dealer@kiamotors.pl; Temat: RE: Prośba o propozycję oferty dla: Kia Stinger 2.0 GT Line + ECS + TEC., k. 1481d.

- (220) W innej wiadomości e-mail z października 2019 r. pracownik Autocentrum Patecki wyjaśnił klientowi, dodając do wiadomości wspólny alias pocztowy uczestników sieci dystrybucyjnej Kia Polska: „*Uprzejmie informuję że nasz solone [salon – UOKiK] nie uczestniczy w konkursie ofert oraz przebijaniu ceny wewnątrz jednej marki* [podkreślenie własne – UOKiK] *Zapraszam do kontaktu z salonem najbliższym Pana miejsca zamieszkania. Ewentualnie proszę o kontakt z Salonem w którym otrzymał już Pan ofertę, odbył Pan jazdę testową oraz Handlowiec poświęcił Panu czas na zaprezentowanie auta, zapewne przedstawi świetną ofertę*”.

Dowód: wiadomość e-mail z 14 października 2019 r. (9:04); Nadawca: sprzedaz2.patecki@kiamotors.pl (Autocentrum Patecki); Adresat: **[informacja prawnie chroniona]**; Kopia: pozostali dealerzy Kia Polska, sprzedaz2.patecki@kiamotors.pl; Temat: RE: kupno Kia Sportage, k. 1481d.

- (221) W wiadomości e-mail z kwietnia 2021 r. odpowiadając na zapytanie klienta o przedstawienie mu oferty zakupu samochodu marki Kia, pracownik Autocentrum Patecki wskazał, dodając do wiadomości wspólny alias pocztowy uczestników sieci dystrybucyjnej Kia Polska: *„Zachęcam do skorzystania z usług najbliższego salonu marki KIA, ponieważ **warunki sprzedaży u każdego dealera marki KIA są takie same** [podkreślenie własne – UOKiK]”.*

Dowód: wiadomość e-mail z 21 kwietnia 2021 r. (15:57); Nadawca: **[informacja prawnie chroniona]** (Autocentrum Patecki); Adresat: **[informacja prawnie chroniona]**, pozostali dealerzy Kia Polska; Temat: RE: Zakup Nowa Kia RIO, k. 1481c.

Auto-Centrum I.M. Patecki

- (222) W wiadomości e-mail z lutego 2018 r. odpowiadając na zapytanie klienta o ofertę zakupu samochodu Kia, pracownik Auto-Centrum I.M. Patecki wytłumaczył: *„Rabat **[informacja prawnie chroniona]** we wszystkich salonach KIA jest identyczny [podkreślenie własne – UOKiK] więc jednak zapraszam do najbliższego dealera w celu otrzymania najlepszej obsługi”.*

Dowód: wiadomość e-mail z 21 lutego 2018 r. (18:20); Nadawca: **[informacja prawnie chroniona]** (Auto-Centrum I.M. Patecki); Adresat: **[informacja prawnie chroniona]**; Temat: Re: KIA Stinger GT – oferta, k. 1481d.

- (223) Z kolei w wiadomości e-mail z marca 2018 r. na pytanie klienta o ofertę zakupu samochodu Kia, pracownik Auto-Centrum I.M. Patecki odpowiedział: *„Z racji **ujednoliconej polityki rabatowej w całej sieci KIA** [podkreślenie własne – UOKiK] zapraszam do najbliższego Pana salonu KIA w celu uzyskania najlepszej obsługi przed i po sprzedażowej”.*

Dowód: wiadomość e-mail z 30 marca 2018 r. (13:18); Nadawca: **[informacja prawnie chroniona]** (Auto-Centrum I.M. Patecki); Adresat: **[informacja prawnie chroniona]**; Temat: KIA Stinger GT Line, k. 17.

- (224) W wiadomości e-mail z września 2018 r. na pytanie klienta o ofertę zakupu samochodu Kia, pracownik Auto-Centrum I.M. Patecki odpowiedział, dodając do wiadomości wspólny alias pocztowy uczestników sieci dystrybucyjnej Kia Polska: *„Z racji **takich samych rabatów w każdym salonie marki KIA** [podkreślenie własne – UOKiK] proszę o kontakt z najbliższym, w celu uzyskania najlepszej obsługi przed i po sprzedaży”.*

Dowód: wiadomość e-mail z 25 września 2018 r. (16:50); Nadawca: [informacja prawnie chroniona] (Auto-Centrum I.M. Patecki); Adresat: [informacja prawnie chroniona]; Temat: Re: prosba o wycene, k. 1481b.

Wadowscy

- (225) W wiadomości e-mail ze stycznia 2018 r. przedstawiciel Wadowskich odpowiedział na pytanie klienta o ofertę zakupu samochodu marki Kia, dodając do wiadomości wspólny alias pocztowy uczestników sieci dystrybucyjnej Kia Polska: „*Proszę o kontakt z Pana lokalnym dealerem ponieważ **cennik oraz zasady udzielania rabatów są jednolite w sieci dealerskiej Kia*** [podkreślenie własne – UOKiK]”.

Dowód: wiadomość e-mail z 29 stycznia 2018 r. (15:41); Nadawca: [informacja prawnie chroniona] (Wadowscy); Adresat: [informacja prawnie chroniona], Kopia: sprzedaz.dealer@kiamotors.pl; Temat: Re: Kia Optima 2018, k. 1481c.

- (226) W innej wiadomości e-mail ze stycznia 2018 r. na pytanie klienta o ofertę zakupu samochodu Kia, przedstawiciel Wadowskich odpowiedział, dodając jako adresatów uczestników sieci dystrybucyjnej Kia Polska: „*Proszę o kontakt z Pana lokalnym dealerem ponieważ **cennik oraz zasady udzielania rabatów są jednolite w sieci dealerskiej Kia*** [podkreślenie własne – UOKiK].”.

Dowód: wiadomość e-mail z 26 stycznia 2018 r. (13:15); Nadawca: [informacja prawnie chroniona] (Wadowscy); Adresat: [informacja prawnie chroniona], Kopia: pozostali dealerzy Kia Polska; Temat: Re: Pytanie o Kia Rio 1.4, k. 1481b.

- (227) Z kolei w wiadomości e-mail z sierpnia 2018 r. odpowiadając na pytanie klienta o ofertę zakupu samochodu Kia, przedstawiciel Wadowskich wyjaśnił, dodając do wiadomości wspólny alias pocztowy uczestników sieci dystrybucyjnej Kia Polska: „*Wszyscy dealerzy mają **takie same możliwości rabatowe*** [podkreślenie własne – UOKiK] *W związku z powyższym proponuję, aby udała się Pani do swojego lokalnego dealera*”.

Dowód: wiadomość e-mail z 29 sierpnia 2018 r. (10:41); Nadawca: [informacja prawnie chroniona] (Wadowscy); Adresat: [informacja prawnie chroniona]; Temat: Re: Zapytanie Kia Optima GT Line, k. 18.

- (228) Również w wiadomości e-mail z sierpnia 2019 r. na pytanie klienta skierowane do kilkunastu dealerów Kia Polska o ofertę zakupu samochodu Kia, pracownik Wadowskich wyjaśnił, dodając do wiadomości pozostałych uczestników sieci dealerskiej Kia Polska: „***Polityka flotowa, której podlegają wszystkie salony w takim samym zakresie jasno określa wysokość rabatów, które dla wszystkich salonów pozostają na tym samym poziomie. Ponieważ nie bierzemy udziału w konkursie ofert*** sugeruję, aby udał się Pan do najbliższego Panu

Autoryzowanego punktu sprzedaży marki KIA, gdzie z pewnością zostanie Panu przedstawiona bardzo dobra oferta [podkreślenie własne – UOKiK]”.

Dowód: wiadomość e-mail z 6 sierpnia 2019 r. (15:47); Nadawca: **[informacja prawnie chroniona]** (Wadowscy); Adresat: **[informacja prawnie chroniona]**, pozostali dealerzy Kia; Temat: ODP: zakup kii optimy, k. 1481d.

Wrobud

- (229) W wiadomości e-mail z lutego 2016 r. w odpowiedzi na pytanie klienta o ofertę zakupu samochodu Kia, pani Agnieszka Adrjan (Wrobud) wyjaśniła: *„Staramy się aby Klienci kupowali samochody w pobliżu miejsca swojego zamieszkania (...) Informuję, że **cennik oraz zasady udzielania rabatów są jednolite w sieci dealerskiej Kia** [podkreślenie własne – UOKiK]”.*

Dowód: wiadomość e-mail z 5 lutego 2016 r. (14:04); Nadawca: **[informacja prawnie chroniona]** (Wrobud), Adresat: **[informacja prawnie chroniona]**; Temat: RE: Kia Ceed, k. 1481c.

- (230) Również w wiadomości e-mail z sierpnia 2016 r. na pytanie klienta o ofertę zakupu samochodu Kia, pani Agnieszka Adrjan (Wrobud) odpowiedziała: *„Informuję, że **cennik oraz zasady udzielania rabatów są jednolite w sieci dealerskiej Kia** [podkreślenie własne – UOKiK]”.*

Dowód: wiadomość e-mail z 5 sierpnia 2016 r. (18:11); Nadawca: **[informacja prawnie chroniona]** (Wrobud), Adresat: **[informacja prawnie chroniona]**; Temat: FW: Kia Ceed, k. 1481c.

- (231) W innej wiadomości e-mail z sierpnia 2016 r. pracownik Wrobud odsyłając klienta do najbliższego dealera poinformował: *„Dziękuję za zainteresowanie ofertą Kia oraz złożone zapytanie ofertowe. Zapraszam Pana do Autoryzowanego Salonu Kia w Pana mieście (...) Koledzy z pewnością przedstawiają Panu satysfakcjonujące warunki zakupu pojazdu, **zgodnie z obowiązującą całą sieć jednolitą polityką cenową Kia Motors Polska** [podkreślenie własne – UOKiK]”.*

Dowód: wiadomość e-mail z 29 sierpnia 2016 r. (13:42); Nadawca: **[informacja prawnie chroniona]** (Wrobud); Adresat: **[informacja prawnie chroniona]**, pozostali dealerzy Kia Polska; Temat: RE: Prośba o przedstawienie oferty nabycia pojazdu Kia Sportage, k. 1481a.

- (232) W wiadomości e-mail z grudnia 2016 r. na pytanie klienta o ofertę zakupu samochodu marki Kia, pani Agnieszka Adrjan (Wrobud) odpowiedziała: *„Staramy się aby nasi Klienci kupowali samochody w pobliżu miejsca swojego zamieszkania dlatego proponuję Panu wizytę*

w najbliższym salonie Kia (...) Informuję, że **cennik oraz zasady udzielania rabatów są jednolite w sieci dealerskiej Kia** [podkreślenie własne – UOKiK]”.

Dowód: wiadomość e-mail z 8 grudnia 2016 r. (17:14); Nadawca: [informacja prawnie chroniona] [Agnieszka Adrjan (Wrobud)], Adresat: [informacja prawnie chroniona]; Temat: zapytanie ceed, k. 1481c.

- (233) W wiadomości e-mail ze stycznia 2017 r. pani Agnieszka Adrjan (Wrobud) również wyjaśniła klientowi kierującemu zapytanie o ofertę zakupu samochodu Kia: „*Pani lokalny dealer z pewnością przygotuje dla Pani ofertę zakupu Kia (...) Jednocześnie informuję, że **cennik oraz zasady udzielania rabatów są jednolite w sieci dealerskiej Kia*** [podkreślenie własne – UOKiK]”.

Dowód: wiadomość e-mail z 30 stycznia 2017 r. (11:40); Nadawca: [informacja prawnie chroniona] (Wrobud), Adresat: [informacja prawnie chroniona]; Temat: FW: kia sportage 2017, k. 1481c.

- (234) W wiadomości e-mail z lutego 2017 r. na pytanie klienta o ofertę zakupu samochodu Kia, pracownik Wrobud odpowiedział: „*Pana lokalny dealer z pewnością przygotuje dla Pana ofertę zakupu Kia (...) Jednocześnie informuję, że **cennik oraz zasady udzielania rabatów są jednolite w sieci dealerskiej Kia*** [podkreślenie własne – UOKiK]”.

Dowód: wiadomość e-mail z 10 lutego 2017 r. (11:40); Nadawca: [informacja prawnie chroniona] (Wrobud); Adresat: [informacja prawnie chroniona]; Temat: pytanie o ofertę, k. 1481c.

- (235) Natomiast w wiadomości e-mail z maja 2017 r. odpowiadając na zapytanie klienta o ofertę zakupu samochodu Kia, przedstawicielka Wrobud wskazała: „*Pana lokalny dealer z pewnością przygotuje dla Pana ofertę zakupu Kia (...) Jednocześnie informuję, że **cennik oraz zasady udzielania rabatów są jednolite w sieci dealerskiej Kia*** [podkreślenie własne – UOKiK]”.

Dowód: wiadomość e-mail z 12 maja 2017 r. (11:05); Nadawca: [informacja prawnie chroniona] (Wrobud), Adresat: [informacja prawnie chroniona]; Temat: Zapytanie o ofertę, k. 1481c.

- (236) Również w wiadomość e-mail z września 2017 r., na pytanie klienta o ofertę na samochód marki Kia, pani Agnieszka Adrjan (Wrobud) odpowiedziała, dodając do wiadomości pozostałych uczestników sieci dealerskiej Kia Polska: „*Proszę o kontakt z Pana lokalnym dealerem, oszczędzi to Panu ewentualnych dalekich wyjazdów i czasu poświęconego na zakup samochodu ponieważ **cennik oraz zasady udzielania rabatów są jednolite w sieci dealerskiej Kia*** [podkreślenie własne – UOKiK]”.

Dowód: wiadomość e-mail z 11 września 2017 r. (11:08); Nadawca: [informacja prawnie chroniona] (Wrobud); Adresat: [informacja prawnie chroniona], pozostali dealerzy Kia Polska; Temat: RE: {Spam?} Kia picanto, k. 1481c.

- (237) Podobnie w wiadomości e-mail ze stycznia 2018 r., na pytanie klienta o konkurencyjną ofertę, do tej przedstawionej przez innego dealera, pani Agnieszka Adrjan (Wrobud) wyjaśniła: „*Proszę o kontakt z Pana lokalnym dealerem ponieważ **cennik oraz zasady udzielania rabatów są jednolite w sieci dealerskiej Kia*** [podkreślenie własne – UOKiK]”.

Dowód: wiadomość e-mail z 7 stycznia 2018 r. (12:07); Nadawca: [informacja prawnie chroniona] (Wrobud); Adresat: [informacja prawnie chroniona]; Kopia: [informacja prawnie chroniona] (Wrobud), [informacja prawnie chroniona]; Temat: RE: Kia stonic, k. 1481c.

- (238) W innej wiadomości e-mail ze stycznia 2018 r. udzielając odpowiedzi na pytanie klienta o ofertę zakupu samochodu marki Kia, pani Agnieszka Adrjan (Wrobud) wyjaśniła: „*Proszę o kontakt z Pana lokalnym dealerem (kontakt poniżej) ponieważ **cennik oraz zasady udzielania rabatów są jednolite w sieci dealerskiej Kia*** [podkreślenie własne – UOKiK]”.

Dowód: wiadomość e-mail z 29 stycznia 2018 r. (11:30); Nadawca: [informacja prawnie chroniona] (Wrobud), Adresat: [informacja prawnie chroniona]; Temat: RE: Kia Optima 2018, k. 1481c.

- (239) Również w poniższej wiadomości e-mail ze stycznia 2018 r. odpowiadając na pytanie klienta o ofertę zakupu samochodu Kia, pani Agnieszka Adrjan (Wrobud) wyjaśniła, dodając pozostałych dealerów Kia Polska: „*Proszę o kontakt z Pana lokalnym dealerem ponieważ **cennik oraz zasady udzielania rabatów są jednolite w sieci dealerskiej Kia*** [podkreślenie własne – UOKiK]. *Jeśli to nasz salon proszę o informację zwrotną, służę pomocą*”.

Dowód: wiadomość e-mail z 26 stycznia 2018 r. (10:51); Nadawca: [informacja prawnie chroniona] (Wrobud), Adresat: [informacja prawnie chroniona], pozostali dealerzy Kia Polska; Temat: RE: Pytanie o Kia Rio 1.4, k. 1481b.

- (240) W wiadomości e-mail z marca 2018 r. pani Agnieszka Adrjan (Wrobud) udzielając odpowiedzi na pytanie klienta o ofertę zakupu samochodu Kia wyjaśniła, dodając jako adresatów również pozostałych dealerów Kia Polska: „*Proszę o kontakt z Pana lokalnym dealerem ponieważ **cennik oraz zasady udzielania rabatów są jednolite w sieci dealerskiej Kia*** [podkreślenie własne – UOKiK]”.

Dowód: wiadomość e-mail z 5 marca 2018 r. (17:07); Nadawca: [informacja prawnie chroniona] (Wrobud), Adresat: [informacja prawnie chroniona], pozostali dealerzy Kia Polska; Temat: RE: {Spam?} KIA Stonic, k. 1481a.

- (241) W innej wiadomości e-mail z marca 2018 r. odpowiadając na zapytanie klienta o ofertę zakupu samochodu Kia pani Agnieszka Adrjan (Wrobud) wskazała, dodając jako adresatów pozostałych dealerów Kia Polska: „*Proszę o kontakt z Pana lokalnym dealerem ponieważ cennik oraz zasady udzielania rabatów są jednolite w sieci dealerskiej Kia* [podkreślenie własne – UOKiK]”.

Dowód: wiadomość e-mail z 26 marca 2018 r. (13:16); Nadawca: [informacja prawnie chroniona] (Wrobud), Adresat: [informacja prawnie chroniona], pozostali dealerzy Kia Polska; Temat: RE: kupno samochodu, k. 1481c.

- (242) Również w poniższej wiadomości e-mail z marca 2018 r. na pytanie klienta o ofertę zakupu samochodu Kia pani Agnieszka Adrjan (Wrobud) odpowiedziała: „*Proszę o kontakt z Pana lokalnym dealerem ponieważ cennik oraz zasady udzielania rabatów są jednolite w sieci dealerskiej Kia* [podkreślenie własne – UOKiK]”.

Dowód: wiadomość e-mail z 15 marca 2018 r. (14:55); Nadawca: [informacja prawnie chroniona] (Wrobud), Adresat: [informacja prawnie chroniona]; Temat: RE: Proszę o przedstawienie oferty cenowej, k. 18.

- (243) Także w wiadomości e-mail z czerwca 2018 r. w odpowiedzi na zapytanie klienta o możliwość przedstawienia oferty, pani Agnieszka Adrjan (Wrobud) udzieliła podobnej odpowiedzi: „*Proszę o kontakt z Pana lokalnym dealerem ponieważ cennik oraz zasady udzielania rabatów są jednolite w sieci dealerskiej Kia* [podkreślenie własne – UOKiK]”.

Dowód: wiadomość e-mail z 18 czerwca 2018 r. (14:37); Nadawca: [informacja prawnie chroniona] (Wrobud); Adresat: [informacja prawnie chroniona]; Temat: RE: Oferta Kia Sorento, k. 1481c.

- (244) Z kolei w wiadomości e-mail z marca 2019 r. przedstawiciel handlowy salonu Wrobud chciał dokonać kalkulacji oferty na zakup samochodu osobowego marki Kia, tak aby zaoferować korzystniejszą cenę niż ta, którą klient otrzymał w punkcie sprzedaży innego dealera. W związku z tym zwrócił się do innego przedstawiciela handlowego Wrobud z prośbą o obliczenie propozycji dla klienta. Powołał się przy tym na przypadek liczenia ceny dla klienta z Trójmiasta, tak aby: „*opłacało mu się przyjechać do salonu we Wrocławiu* [miejscowości, w której zlokalizowany jest punkt sprzedaży Wrobud – UOKiK]”. Na złożenie klientowi korzystniejszej oferty nie pozwoliła pani Agnieszka Adrjan (Wrobud), która wskazała: „*Panie Karolu, Nie bierzemy udziału w konkursach cenowych. Wyłącznie jakość obsługi! Ps. ProCeed z Trójmiasta był dla Pana kolegi*”.

Dowód: wiadomość e-mail z 5 marca 2019 r. (13:10); Nadawca: Agnieszka Adrjan (Wrobud); Adresat: **[informacja prawnie chroniona]** (Wrobud); Temat: RE: Oferta Kia Pro Ceed GT automat, k. 18.

- (245) Również w wiadomości e-mail z marca 2019 r. na pytanie klienta o ofertę zakupu samochodu marki Kia przedstawiciel Wrobud odpowiedział: *„W nawiązaniu do rozmowy, na skonfigurowany przez Pana model z rocznika 2019 nie posiadamy rabatów. **W sieci dealerskiej Kia Motors Polska obowiązuje jednolita polityka rabatowa** [podkreślenie własne – UOKiK] w tym obszarze”.*

Dowód: wiadomość e-mail z 12 marca 2019 r. (14:26); Nadawca: **[informacja prawnie chroniona]** (Wrobud); Adresat: **[informacja prawnie chroniona]**; Temat: RE: Kia Stinger - cena zakupu w leasingu, k. 1481c.

- (246) Wiadomość e-mail z maja 2019 r. zawiera z kolei odpowiedź przedstawicielki Wrobud na zapytanie klienta o przedstawienie oferty zakupu samochodu marki Kia dla osoby prowadzącej działalność gospodarczą, która wyjaśniła: *„Proszę o kontakt z Pana lokalnym dealerem, ponieważ cennik oraz zasady przydzielania rabatów są jednolite w sieci dealerskiej KIA (...) Odpowiadając jedynie na Panie [Pana – UOKiK] zapytanie chciałabym poinformować, że ze względu na prowadzenie działalności gospodarczej przysługuje Panu rabat **[informacja prawnie chroniona]** % **[informacja prawnie chroniona]** i niestety nie ma możliwości negocjacji wyższych upustów. Wynika to z faktu, iż **w całej sieci dealerskiej KIA w Polsce obowiązuje jeden i ten sam program rabatowy** [podkreślenie własne – UOKiK]”.*

Dowód: wiadomość e-mail z 30 maja 2019 r. (11:26); Nadawca: **[informacja prawnie chroniona]** (Wrobud); Adresat: **[informacja prawnie chroniona]**; Kopia: pozostali dealerzy Kia Polska; Temat: RE: zakup auta proceed, k. 1481d.

Pozostali dealerzy Kia Polska

- (247) Prezes Urzędu jest również w posiadaniu dowodów potwierdzających, że o jednolitej polityce cenowej obowiązującej w ramach sieci dealerskiej Kia Polska, klientów informował również dealer Leszek Liszyński Lee Motors.
- (248) W wiadomości e-mail z lutego 2020 r. przedstawicielka dealera Leszek Liszyński Lee Motors w odpowiedzi na pytanie klienta o ofertę najmu samochodu marki Kia wskazała, dodając do wiadomości pozostałych uczestników sieci dealerskiej Kia Polska: *„Zachęcam do skorzystania z usług najbliższego salonu marki KIA, ponieważ **warunki sprzedaży dla firm są takie same u każdego dealera marki KIA** [podkreślenie własne – UOKiK]”.*

Dowód: wiadomość e-mail z 7 lutego 2020 r. (15:59); Nadawca: [informacja prawnie chroniona] (Lee Motors); Adresat: [informacja prawnie chroniona]; Kopia: pozostali dealerzy Kia Polska; Temat: RE: Zapytanie ofertowe KIA CEED SW1.4 7DCT BL1/BL2 My2020 (2019,2020), k. 18.

- (249) W wiadomości e-mail z maja 2020 r. na pytanie klienta o ofertę na samochód marki Kia pracownik dealera Leszek Liszyński Lee Motors odpowiedział: „*Zachęcam do skorzystania z usług najbliższego salonu marki KIA, ponieważ warunki sprzedaży dla firm są takie same u każdego dealera* [podkreślenie własne – UOKiK]”.

Dowód: wiadomość e-mail z 22 maja 2020 r. (9:02); Nadawca: [informacja prawnie chroniona] (Lee Motors); Adresat: [informacja prawnie chroniona]; Temat: RE: Zakup samochodu, k. 1481a.

- (250) Z kolei w wiadomości e-mail z czerwca 2020 r. na pytanie klienta o ofertę na samochód marki Kia przedstawicielka Leszek Liszyński Lee Motors wskazała: „*Zachęcam do skorzystania z usług najbliższego salonu marki KIA, ponieważ warunki sprzedaży u każdego dealera marki KIA są takie same* [podkreślenie własne – UOKiK]”.

Dowód: wiadomość e-mail z 24 czerwca 2020 r. (13:10); Nadawca: [informacja prawnie chroniona] (Lee Motors); Adresat: [informacja prawnie chroniona]; Temat: RE: Kia Picanto GT-Line + NAVI, MY20, Kolor biały, k. 1481c.

- (251) W wiadomości e-mail z sierpnia 2020 r. odpowiadając na pytanie klienta o ofertę na samochód marki Kia przedstawicielka Leszek Liszyński Lee Motors wyjaśniła: „*Zachęcam do skorzystania z usług najbliższego salonu marki KIA, ponieważ warunki sprzedaży u każdego dealera marki KIA są takie same* [podkreślenie własne – UOKiK]”.

Dowód: wiadomość e-mail z 20 sierpnia 2020 r. (13:05); Nadawca: [informacja prawnie chroniona] (Lee Motors); Adresat: [informacja prawnie chroniona]; Temat: RE: Zapytanie o ofertę, k. 1481a.

- (252) Następnie w wiadomości e-mail z września 2020 r. na pytanie klienta o ofertę na samochód marki Kia pracowniczka Leszek Liszyński Lee Motors odpowiedziała: „*Zachęcam do skorzystania z usług najbliższego salonu marki KIA, ponieważ warunki sprzedaży u każdego dealera marki KIA są takie same* [podkreślenie własne – UOKiK]”.

Dowód: wiadomość e-mail z 22 września 2020 r. (7:50); Nadawca: [informacja prawnie chroniona] (Lee Motors); Adresat: [informacja prawnie chroniona]; Temat: RE: Zakup samochodu, k. 1481d.

- (253) W wiadomości e-mail z października 2020 r. przedstawicielka Leszek Liszyński Lee Motors odpowiadając na zapytanie klienta o ofertę na samochód marki Kia wskazała: „*Zachęcam do*

skorzystania z usług najbliższego salonu marki KIA, ponieważ warunki sprzedaży u każdego dealera marki KIA są takie same [podkreślenie własne – UOKiK]”.

Dowód: wiadomość e-mail z 28 października 2020 r. (7:44); Nadawca: [informacja prawnie chroniona] (Lee Motors); Adresat: [informacja prawnie chroniona]; Temat: RE: Zakup samochodu Kia Sorento, k. 1481d.

- (254) W wiadomość e-mail z listopada 2020 r. na zapytanie klienta o ofertę na samochód marki Kia przedstawicielka Leszek Liszyński Lee Motors wyjaśniła: „Zachęcam do skorzystania z usług najbliższego salonu marki KIA, **ponieważ warunki sprzedaży u każdego dealera marki KIA są takie same**. Z pewnością pozwoli to na zaoszczędzenie czasu oraz zaowocuje korzystniejszą współpracą w zakresie ewentualnego zakupu i serwisowania samochodu [podkreślenie własne – UOKiK]”.

Dowód: wiadomość e-mail z 30 listopada 2020 r. (8:42); Nadawca: [informacja prawnie chroniona] (Lee Motors); Adresat: [informacja prawnie chroniona]; Temat: RE: KIA SPORTAGE -prośba o przedstawienie oferty, k. 17.

- (255) W wiadomości e-mail z grudnia 2020 r. przedstawicielka Leszek Liszyński Lee Motors odpowiadając na pytanie klienta o ofertę na samochód marki Kia wskazała: „Zachęcam do skorzystania z usług najbliższego salonu marki KIA, ponieważ **warunki sprzedaży u każdego dealera marki KIA są takie same** [podkreślenie własne – UOKiK]”.

Dowód: wiadomość e-mail z 8 grudnia 2020 r. (15:29); Nadawca: [informacja prawnie chroniona] (Lee Motors); Adresat: [informacja prawnie chroniona]; Temat: RE: Kia Niro Hybrid, wersja wyp L + pakiet BL3, k. 1481d.

- (256) Także w wiadomości e-mail ze stycznia 2021 r. odpowiadając na pytanie klienta o ofertę na samochód marki Kia przedstawicielka Leszek Liszyński Lee Motors udzieliła podobnego wyjaśnienia: „Zachęcam do skorzystania z usług najbliższego salonu marki KIA, ponieważ **warunki sprzedaży u każdego dealera marki KIA są takie same** [podkreślenie własne – UOKiK]”.

Dowód: wiadomość e-mail z 5 stycznia 2021 r. (9:02); Nadawca: [informacja prawnie chroniona] (Lee Motors); Adresat: [informacja prawnie chroniona]; Temat: RE: KIA SPORTAGE BLACK EDITION 2021 czarny 1.6TGDI 177DCT 2WD, k. 1481d.

- (257) Z kolei w wiadomości e-mail z kwietnia 2021 r. na pytanie klienta o ofertę na samochód marki Kia przedstawicielka Leszek Liszyński Lee Motors wskazała: „Zachęcam do skorzystania z usług najbliższego salonu marki KIA, ponieważ **warunki sprzedaży u każdego dealera marki KIA są takie same** [informacja prawnie chroniona] [podkreślenie własne – UOKiK]”.

Dowód: wiadomość e-mail z 21 kwietnia 2021 r. (14:29); Nadawca: [informacja prawnie chroniona] (Lee Motors); Adresat: [informacja prawnie chroniona]; Temat: RE: Zakup Nowa Kia Rio, k. 1481a.

- (258) Poniżej został przywołany pozostały materiał dowodowy dotyczący wiadomości wymienianych pomiędzy dealerami niebędącymi stronami niniejszego postępowania i klientami, wskazujący na istnienie jednolitej polityki cenowej w sieci dealerskiej Kia Polska.
- (259) W korespondencji z marca 2013 r. przedstawiciel dealera [informacja prawnie chroniona] odpowiadając na zapytanie klienta o ofertę wskazał, że zaprasza go do salonu Kia Polska, który znajduje się w miejscu jego zamieszkania. Natomiast w odpowiedzi na wiadomość klienta o treści: *„Dziękuję za odpowiedź ale w moim miejscu zamieszkania (Sieradz) nie ma żadnego dealera. Poza tym szukając w innych miastach może znajdę lepszą ofertę.”*, pracownik [informacja prawnie chroniona] przekazał dane kontaktowe do dealera [informacja prawnie chroniona], wyjaśniając: *„Z tego co widzę Pana najbliższy dealer jest w [informacja prawnie chroniona]. Poniżej przesyłam wszelkie dane do kontaktu z tym dealerem. Odnośnie przebijania cen to nie stosujemy takich praktyk w naszych salonach”*.

Dowód: wiadomość e-mail z 19 marca 2013 r. (17:46); Nadawca: [informacja prawnie chroniona] (Kia Polska); Adresat: [informacja prawnie chroniona] (Kia Polska)
Kopia: [informacja prawnie chroniona] (Kia Polska); Temat: RE: Odpowiedź na zapytanie, k. 19.

- (260) Z kolei korespondencja z października 2020 r. wskazuje, że na zapytanie klienta o przedstawienie oferty na zakup samochodu marki Kia, przedstawiciele dealerów Marvel i [informacja prawnie chroniona] udzielili tożsamej odpowiedzi, zachęcając klienta do skorzystania z usług najbliższego salonu Kia Polska, ponieważ warunki sprzedaży dla firm są takie same u każdego dealera Kia Polska.

Dowód: wiadomość e-mail z 28 października 2020 r. (10:38); Nadawca: [informacja prawnie chroniona]; Adresat: pozostali dealerzy Kia Polska; Temat: RE: Zakup samochodu Kia Sorento, k. 1481d.

5.2.2. Kontakty horyzontalne pomiędzy dealerami

- (261) Dealerzy Kia Polska byli w stałym kontakcie i regularnie prowadzili korespondencję mailową, również korzystając z funkcjonującego wewnątrz sieci aliasu pocztowego „sprzedaz.dealer@kiamotors.pl”¹⁷. Materiał dowodowy zebrany w sprawie potwierdza, że w toku prowadzonych rozmów dealerzy Kia Polska przekazywali sobie informacje co do

¹⁷ Akapit (51) decyzji.

poziomu cen i rabatów, marży dealerskiej, a także innych warunków sprzedaży samochodów marki Kia.

- (262) W wiadomości e-mail z maja 2013 r. przedstawiciel Gam skarżył się na stosowanie przez AS Motors zaniżonych cen na pojazdy marki Kia: „*Michale, właśnie siedzą u nas klienci, którzy w AS Motors u Dawida [informacja prawnie chroniona] na Sportage i Carensa z niewiadomych powodów otrzymali [informacja prawnie chroniona] % (!!!!!) upustu. Proszę o pilne wyjaśnienie sprawy. Pan Dawid zapytany przez telefon o temat oczywiście nie przypomina sobie takiego zdarzenia*”.

Dowód: wiadomość e-mail z 20 maja 2013 r. (10:49); Nadawca: [informacja prawnie chroniona] (Gam); Adresat: [informacja prawnie chroniona]; Temat: Re: oferty AS Motors, k. 1481d.

- (263) Z kolei w wiadomości e-mail z sierpnia 2013 r. pracownik dealera [informacja prawnie chroniona] przesłał do uczestników sieci dealerskiej skargę o treści: „*Kto próbuje sprzedać mojemu klientowi KIA Cee'd wersje Limitowaną brąz za [informacja prawnie chroniona]z silnikiem 1,6 GDI/135 KM Dla przypomnienia auto cennikowo kosztuje [informacja prawnie chroniona],- a rabat który mamy ustalony to max [informacja prawnie chroniona]. %Gratuluję [informacja prawnie chroniona] rabatu przy marży na aucie [informacja prawnie chroniona],- ps. Sam kupię sprzedajesz taniej niż KIA*”.

Dowód: wiadomość e-mail z 27 sierpnia 2013 r. (16:14); Nadawca: [informacja prawnie chroniona]; Adresat: sprzedaz.dealer@kiamotors.pl; Temat: Cuda cenowe na śląsku, k. 1481c.

- (264) W wiadomości z października 2013 r. przedstawiciel dealera [informacja prawnie chroniona] korzystając z aliasu pocztowego funkcjonującego wewnątrz sieci dealerskiej, napisał do dealerów Kia Polska następującą skargę: „*Witam wszystkich, Gratuluję komuś kto chce sprzedać cee'da (zamówienie produkcyjne), cena cennikowa [informacja prawnie chroniona] zł, rabat [informacja prawnie chroniona]%. Cena zaoferowana klientowi [informacja prawnie chroniona] zł. Gdzie tu logika?*”, na co odpowiedział przedstawiciel AS Motors: „*Jak by dostał taką cenę to by nie szukał dalej...*”. Do powyższej korespondencji odniósł się również przedstawiciel Autocentrum I.M. Patecki: „*Chyba ludzi nie znasz... tak właśnie psuje się rynek...*”.

Dowód: wiadomość e-mail z 18 października 2013 r. (12:25); Nadawca: [informacja prawnie chroniona] (Autocentrum I.M. Patecki); Adresat: [informacja prawnie chroniona] (AS Motors); Temat: RE: BEZ MARŻY!!!!??, k. 1481a.

- (265) W wiadomości e-mail z maja 2015 r. przedstawiciel Autotechnika Woźniak poinformował uczestników sieci dealerskiej Kia Polska o zaniżonej cenie samochodu marki Kia przez jednego z dealerów: „Kto znowu psuje rynek oferując samochody brokerowi ze Szczecinka???? Szydło i tak wyjdzie z worka... bo klient i tak do nas dotrze.... Zastanawiam się czasami czy niektórzy dealerzy za dobrze zarabiają... Może od razu zabrać im marzę skoro lubią oddawać auta za bezcen!?!?! Jest jeszcze jedna opcja na siłę muszą dopinać plany, bo już wcześniej z nimi przegięli... tylko czemu robią to na nie swoim terenie???”.

Dowód: wiadomość e-mail z 18 maja 2015 r. (16:19); Nadawca: [informacja prawnie chroniona] (Autotechnika Woźniak); Adresat: sprzedaz.dealer@kiamotors.pl; Temat: Sprzedaż do brokera w Szczecinku, k. 1481a.

- (266) W wiadomości e-mail z maja 2015 r. pracownik Autotechnika Woźniak sformułował skargę na dwóch dealerów Kia Polska, którzy w jego ocenie prowadzili sprzedaż niezgodnie z polityką sieci dealerskiej: „Dziękujemy kolegom z Kalisza [informacja prawnie chroniona] – UOKiK] i Gorzowa [informacja prawnie chroniona] – UOKiK] ... Nie ma to jak zaoferować Cee'da business Line osobie bez dodatkowych uprawnień [informacja prawnie chroniona] na [informacja prawnie chroniona] % marży!!! Na dokładkę z nieswojego rejonu i wszystko na telefon!!! Gdzie ustalenia o niewchodzeniu sobie na rynki? Gdzie próba sprzedaży z maksymalizacją zysku, o którym tyle mówiono podczas spotkania półrocznego, które się wczoraj zakończyło??? Nic, tylko pogratulować... ☺”. W związku z otrzymaniem powyższej wiadomości przedstawicielka dealera [informacja prawnie chroniona] odpowiedziała: „Dzień dobry! Co tam [informacja prawnie chroniona] % marży? A co powiecie na minus [informacja prawnie chroniona] % marży? Tak robią niektórzy dealerzy sprzedając SPG [Kia Sportage – UOKiK] business line, cee'dy zresztą też. Ostatnio SORENTO (nowe) na mins [informacja prawnie chroniona] zł od ceny zakupu”.

Dowody:

- wiadomość e-mail z 27 maja 2015 r. (12:24); Nadawca: [informacja prawnie chroniona] (Autotechnika Woźniak); Adresat: sprzedaz.dealer@kiamotors.pl; Temat: podziękowania za dobre oferty, k. 1481a;
- wiadomość e-mail z 27 maja 2015 r. (12:29); Nadawca: [informacja prawnie chroniona]; Adresat: [informacja prawnie chroniona]; sprzedaz.dealer@kiamotors.pl; Temat: Re: podziękowania za dobre oferty, k. 1481d.

- (267) Natomiast w wiadomości z maja 2015 r. przedstawicielka Landcar Dariusz Krzewiński poprosiła dealerów Kia Polska o współpracę w zakresie utrzymywania jednolitych cen i nieprzedstawienie jej klientowi korzystniejszej oferty niż ta przedstawiona przez Landcar Dariusz Krzewiński: „Klient poinformował mnie, że wysłał zapytania również do innych

salonów KIA, w związku z tym, iż sprzedawałam tej firmie samochody bardzo Was proszę o lojalność i (nie) przebijanie ofert.”.

Dowód: wiadomość e-mail z 30 maja 2015 r. (10:02); Nadawca: [informacja prawnie chroniona] (Landcar Dariusz Krzewiński); Adresat: sprzedaz.dealer@kiamotors.pl; Temat: Firma [informacja prawnie chroniona] oferta na KIA CEED SW, k. 1510.

- (268) Wiadomością z sierpnia 2015 r. pracownik [informacja prawnie chroniona] zwrócił się do dealerów Kia Polska z prośbą o współpracę i niezaniżanie cen samochodu marki Kia: „*To jest klient, któremu sprzedaliśmy już 2 samochody i teraz chcemy sprzedaż Sorento. W miarę możliwości i w ramach wzajemnej współpracy proszę o nie zaniżanie ceny samochodu*”.

Dowód: wiadomość e-mail z 5 sierpnia 2015 r. (16:07); Nadawca: [informacja prawnie chroniona]; Adresat: sprzedaz.dealer@kiamotors.pl; Temat: {Disarmed} [informacja prawnie chroniona], k. 1509.

- (269) Z kolei w grudniu 2015 r. przedstawicielka Landcar Dariusz Krzewiński korzystając z aliasu pocztowego, wysłała do uczestników sieci dystrybucyjnej Kia Polska link do ogłoszenia na portalu Otomoto, tytułując wiadomość „*Wspaniała oferta.... Brawo*”. Odpowiadając na powyższą wiadomość pracownik Wadowskich napisał: „*Dziadostwo! W momencie, gdy samochody się kończą powinniśmy je sprzedawać, a nie rozdawać... (...) Katalogowo oferują diesla w cenie benzyny??? I jeszcze chcą negocjować!!! Ludzie! Opamiętajcie się! Zamiast wykorzystać fakt, że już się kończy produkcja to sobie sami wyciągamy kasę z portfeli! Nie klienci nam, tylko my sami sobie!!! Może lepiej ogłoszenie zatytułować: oddam w dobre ręce, za darmo? Odnosząc się do tytułu ogłoszenia: szanse tracimy... my... żeby zarobić pieniądze!!! Róbmy wszyscy tak dalej to z czasem będzie nas mniej coraz... handlowców branży moto!*”. Jednocześnie przedstawiciel dealera Wadowski przekazał link do innego ogłoszenia na Otomoto z komentarzem: „*Tu macie kolejnego rodzyńka z tego punktu sprzedaży*”.

Dowód: wiadomość e-mail z 3 grudnia 2015 r. (11:40); Nadawca: [informacja prawnie chroniona] (Kia Polska); Nadawca: [informacja prawnie chroniona] (Kia Polska); Temat: FW: Fwd: Wspaniała oferta.... Brawo, k. 1481d.

- (270) Natomiast wiadomością e-mail z kwietnia 2016 r. pracownik dealera [informacja prawnie chroniona] zwrócił się do dealerów Kia Polska z obszaru Warszawy z prośbą: „*Wy tłumaczcie proszę swoim Klientom, a w szczególności Panu, który chce nabyć ceed’a GT Line 1.6 CRDi w kolorze czerwonym, że w Olsztynie na pewno nie dostaną niższej ceny niż w ☺ I poproście w naszym imieniu, żeby przestali do nas dzwonić i marudzić, że «taką cenę to ja mam u siebie w Warszawie». My naprawdę pracujemy na tym samym cenniku i tych samych upustach jak reszta Polski (...).*”. Na powyższą wiadomość odpowiedzieli przedstawiciele dealerów

[informacja prawnie chroniona] oraz [informacja prawnie chroniona], którzy wskazali, że klient wskazany w skardze kontaktował się również z ich punktami sprzedaży.

- Dowody:**
- wiadomość e-mail z 7 kwietnia 2016 r. (16:14); Nadawca: [informacja prawnie chroniona]; Adresat: sprzedaz.dealer@kiamotors.pl; Temat: Prośba do dealerów z Warszawy, k. 1481a;
 - wiadomość e-mail z 7 kwietnia 2016 r. (17:17); Nadawca: [informacja prawnie chroniona]; Adresat: [informacja prawnie chroniona], sprzedaz.dealer@kiamotors.pl; Temat: Re: Prośba do dealerów z Warszawy, k. 1481a;
 - wiadomość e-mail z 7 kwietnia 2016 r. (18:21); Nadawca: [informacja prawnie chroniona]; Adresat: [informacja prawnie chroniona]; Kopia: sprzedaz.dealer@kiamotors.pl; Temat: RE: Prośba do dealerów z Warszawy, k. 1481a.

- (271) W wiadomości e-mail z czerwca 2016 r. przedstawicielka Landcar Dariusz Krzewiński poinformowała pozostałych uczestników sieci dystrybucyjnej, że Landcar Dariusz Krzewiński stracił klienta na rzecz innego dealera, który zaoferował klientowi niższą cenę zakupu: „(...) *Właśnie straciliśmy Klienta z Łodzi... za [informacja prawnie chroniona] zł też przejechałabym się do plocka ...tylko pytam po cholere strzelać sobie w kolano i psuć rynek ! Może wszyscy dokładajmy do interesu?!*”.

- Dowód:** wiadomość e-mail z 6 czerwca 2016 r. (16:04); Adresat: [informacja prawnie chroniona] (Kia Polska); Nadawca: [informacja prawnie chroniona] (Kia Polska); Temat: FW: Ogłoszenie otomoto Kia Optima DEMO, k. 1481d.

- (272) W wiadomości e-mail z sierpnia 2016 r. dealerzy Kia Polska poskarżyli się na zaniżoną ofertę sprzedaży samochodu marki Kia Polska przez jednego z dealerów, w odpowiedzi na wiadomość dealera [informacja prawnie chroniona]: „*Byle tak dalej, to za chwilę będziecie dawać drugi samochód w gratisie*”, przedstawiciel [informacja prawnie chroniona] wskazał: „*KTOŚ ODDAŁ MARŻE I [informacja prawnie chroniona] POGRATULOWAĆ DO MNIE DOSZŁO TO SAMO DRAMAT MARKI ☹*”, a pracownik Wadowskich skomentował: „*Tylko, po co robić coś takiego!? Dla sztuki, z której nie ma się ani grosza, a ktoś to musi przygotować, wydać, etc. W tym wypadku to nawet papier i tusz do drukarki, które posłużyły do wydrukowania FV się nie zwróciły... Porażka!!!*”.

- Dowód:** wiadomość e-mail z 19 sierpnia 2016 r. (13:49); Nadawca: [informacja prawnie chroniona] (Wadowscy); Adresat: [informacja prawnie chroniona], sprzedaz.dealer@kiamotors.pl; Temat: Re: Fw: GRATULUJEMY SALONOWI SPRZEDAŻY RIO, k. 1481a.

- (273) Z kolei w wiadomości z maja 2016 r. pracownik Wadowskich odpowiadając na wiadomość dealera **[informacja prawnie chroniona]** o zaniżaniu ceny sprzedaży przez nieustalonego dealera Kia Polska, wskazał: „*No ciekawe, który orzeł się tak «wylał»... Pozdro dla lidera... nie sprzedaży, ale psucia branży!!!*”.

Dowód: wiadomość e-mail z 20 maja 2016 r. (13:22); Nadawca: **[informacja prawnie chroniona]** (Wadowscy); Adresat: **[informacja prawnie chroniona]** (Kia Polska), **[informacja prawnie chroniona]**; Kopia: sprzedaz.dealer@kiamotors.pl; Temat: Re: FW: Prośba o złożenie oferty, k. 1481d.

- (274) Skarga została wysłana również w wiadomości e-mail z maja 2018 r., w której pracownik Autotechniki Woźniak zwrócił się do pozostałych dealerów: „*Dziękuję kolegom i koleżankom, który znowu na telefon oferują klientom nie posiadającym żadnych preferencji upustu od **[informacja prawnie chroniona]** % upustu na Sportage Gratuluję też Właścicielom tych salonów zatrudniania wspaniałych handlowców. To musi być fajne uczucie jak ktoś inny się narobi, a samemu sprzeda się na telefon bez wysiłku.... I przy okazji weźmie **[informacja prawnie chroniona]**, bo więcej to już nie specjalnie zostanie...*”.

Dowód: wiadomość e-mail z 16 maja 2018 r. (23:57); Nadawca: **[informacja prawnie chroniona]** (Autotechnika Woźniak); Adresat: sprzedaz.dealer@kiamotors.pl; Temat: podziękowania za wspaniałe oferty, k. 1481d.

- (275) W wiadomości e-mail z października 2019 r. przedstawiciel dealera **[informacja prawnie chroniona]** przekazał uczestnikom sieci dealerskiej ofertę sprzedaży samochodu marki Kia przez innego dealera, którego tożsamości nie znał, wskazując wyliczenia świadczące o tym, że oferta sprzedaży jest zaniżona. Na wiadomość odpowiedział pracownik **[informacja prawnie chroniona]**, który wskazał, że rozpoznał dealera, który przekazał klientowi zaniżoną ofertę i sugerował, że jest to dealer z Lublina.

Dowód: wiadomość e-mail z 1 października 2018 r. (16:09); Nadawca: **[informacja prawnie chroniona]** (Kia Polska); Adresat: **[informacja prawnie chroniona]** (Kia Polska); Kopia: **[informacja prawnie chroniona]** (Kia Polska), **[informacja prawnie chroniona]** (Kia Polska), **[informacja prawnie chroniona]** (Kia Polska), **[informacja prawnie chroniona]** (Kia Polska); Temat: FW: Kia Rio 1.2 M – negocjacja ceny, wraz z załącznikiem, k. 1481d.

- (276) Natomiast wiadomością e-mail z kwietnia 2019 r. przedstawicielka Landcar zwróciła się do pozostałych dystrybutorów Kia Polska: „*Gratulacje dla salonu, który sprzedał klientowi samochód z rabatem **[informacja prawnie chroniona]** % **[informacja prawnie chroniona]** w cenie. Bardzo miło było poznać klienta, zainwestować swój czas w jazdy próbne, składanie wniosków itp....*”. W odpowiedzi na tę wiadomość pracownik dealera **[informacja prawnie**

chroniona] napisał: „Centrala powinna takim baranom obowiązkowo nakazać powieszenia banneru «Caritas KIA»”.

- Dowody:**
- wiadomość e-mail z 4 kwietnia 2019 r. (10:29); Nadawca: **[informacja prawnie chroniona]** (Landcar); Adresat: sprzedaz.dealer@kiamotors.pl; Temat: PROCEED- **[informacja prawnie chroniona]** – VIP, k. 1481d;
 - wiadomość e-mail z 4 kwietnia 2019 r. (10:35); Nadawca: **[informacja prawnie chroniona]**; Adresat: **[informacja prawnie chroniona]** (Landcar); Temat: Re: PROCEED- **[informacja prawnie chroniona]** – VIP, k. 1481b.

- (277) Również inną wiadomością e-mail z kwietnia 2019 r. przedstawicielka Landcar zwróciła się do uczestników sieci dealerskiej Kia Polska ze skargą, że jeden z dealerów przebił ofertę Landcar: „*Gratuluję salonowi w Tomaszowie Mazowieckim [dealer **[informacja prawnie chroniona]** – UOKiK] sprzedaży ☺ nie ma za co dziękować jeżeli chodzi o zrobienie z klientem jazd testowym i sprzedania klientowi pojazdu ☺ po Waszej stronie było właściwie spisanie zamówienia na «zerze» lub **[informacja prawnie chroniona]** ☺*”, przekazując jednocześnie korespondencję mailową prowadzoną z niedoszłym kontrahentem Landcar. Z korespondencji tej wynikało, że na pytanie Landcar: „(...) Rozumiem że oferta z salonu konkurencyjnego była dla Pana korzystniejsza ? (...)”, kontrahent odpowiedział: „Oferta była jeszcze niższa + korzystny odkup samochodu”.

- Dowód:** wiadomość e-mail z 8 kwietnia 2019 r. (12:00); Nadawca: **[informacja prawnie chroniona]** (Landcar); Adresat: sprzedaz.dealer@kiamotors.pl; Temat: FW: Oferta Kia Ceed SW, k. 17.

- (278) Z kolei w wiadomości e-mail z lutego 2019 r. przedstawicielka **[informacja prawnie chroniona]** zgłosiła, że klient uważa, że dealerzy udzielają mu rabatu **[informacja prawnie chroniona]** % i zapytała, czy ktoś z adresatów wie na ten temat więcej. W odpowiedzi pracownik Gam wskazał: „*Znam takie, które udzielają **[informacja prawnie chroniona]** % rabatu na Sportage. Rabat nazywa się «kto mi zabroni?», albo «lubię swoją pracę, dlatego mogę ja robić za darmo» :) **[informacja prawnie chroniona]** jest do CEEDa i STINGERA. Niech idzie tam gdzie ma **[informacja prawnie chroniona]**....*”.

- Dowód:** wiadomość e-mail z 6 lutego 2019 r. (13:42); Nadawca: **[informacja prawnie chroniona]** (Gam); Adresat: **[informacja prawnie chroniona]**, sprzedaz.dealer@kiamotors.pl; Temat: Re: Sorento - **[informacja prawnie chroniona]** ?, k. 1481d.

- (279) W wiadomości e-mail z września 2020 r. pracownik Autocentrum Patecki poinformował pozostałych dystrybutorów Kia Polska o nierespektowaniu polityki rabatowej przez jednego z

dealerów, a także zwrócił się z prośbą o interwencję Kia Polska w celu weryfikacji polityki rabatowej tego dealera: „*Gratuluję dealerowi, który sprzedaje klientowi Panu Markowi ze Starachowic Sportage z [informacja prawnie chroniona] % rabatem. Oddam klientowi zaliczkę na samochód mimo iż poniosłem koszty związane z przygotowaniem auta do wydania. Ps. Jako, że klient zamówił u mnie kolejny samochód Kia dostał dobrą ofertę. Klientowi nie przysługują rabat flotowy z żadnego tytułu. Poproszę KMP [Kia Motors Polska – UOKiK] o weryfikację polityki rabatowej danego dealera i zasadności rabatowania na tym poziomie swojej sprzedaży. Jeszcze raz Gratulację!!! [podkreślenie własne – UOKiK]*”.

Dowód: wiadomość e-mail z 21 września 2020 r. (12:40); Nadawca: [informacja prawnie chroniona] (Autocentrum Patecki); Adresat: sprzedaz.dealer@kiamotors.pl; Kopia: [informacja prawnie chroniona] (Kia Polska); Temat: oferta Kia Sportage +-200 km od Starachowic, k. 17.

- (280) Wiadomość e-mail z listopada 2020 r. zawiera skargę pracownika [informacja prawnie chroniona] na politykę rabatową [informacja prawnie chroniona]: „*Wiem że świat staje dęba Ale serio koledzy chodź serio nimi nie jesteście! jak można dać na nowe Sorento rabat [informacja prawnie chroniona] % [informacja prawnie chroniona] za takie akcje powinno tracić się licencje. Gdzie poczucie wartości marki ??? praca [informacja prawnie chroniona] ? Wstyd !!! Zabraliście mi klienta za zero zysku śmiech na sali czekam aż Częstochowa [punkt sprzedaży dealera [informacja prawnie chroniona] mieści się w Częstochowie – UOKiK] będzie dopłacać po [informacja prawnie chroniona] zł za samochód . Wybaczcie rozgoryczenie ale nie mam siły do handlowców którzy jedyne co w walce o klienta potrafią to zbić cenę [cenę – UOKiK] do zera. Nie pozdrawiam Częstochowy*”. W następnej kolejności powyższa wiadomość została przekazana przez pracownika Kia Polska do pracownika [informacja prawnie chroniona] z komentarzem: „*To gratuluję – nie wiedziałem, że Nowe Sorento Sprzedajemy za tzw. «0», auto na którym można zarobić to «ściągacie gacie» – działanie na niekorzyść marki i sieci*”.

Dowód: wiadomość e-mail z 5 listopada 2020 r. (8:56); Nadawca: [informacja prawnie chroniona]; Adresat: [informacja prawnie chroniona] (Kia Polska); Temat: OD: Pozdrawiam Częstochowe, k. 1481d.

- (281) Natomiast w wiadomości e-mail z listopada 2020 r. pracownik [informacja prawnie chroniona] zwrócił się do pozostałych dealerów Kia Polska ze skargą na niestosowanie się do polityki rabatowej przez niektórych dystrybutorów: „*Witajcie. Myślę że do większości z Was dzwonił już Pan Paweł C w poszukiwaniu RIO Niestety, widzę że nie każdy stosuje się do rabatu przyznanego ogólnie na [informacja prawnie chroniona] %, a daje jeszcze coś ekstra ... Naprawdę nie chcecie zarabiać ? ☹*”.

Dowód: wiadomość e-mail z 20 listopada 2020 r. (17:43); Nadawca: [informacja prawnie chroniona]; Adresat: [informacja prawnie chroniona] (Kia Polska); Temat: FW: RIO, k. 1481d.

- (282) W wiadomości ze stycznia 2021 r. zatytułowanej „KRAKÓW - gratulacje cen [informacja prawnie chroniona]”, przedstawiciel dealera [informacja prawnie chroniona] zwrócił się do dealerów Kia Polska z następującą prośbą: *„Kraków, nie róbcie przez telefon ceny na Sportage Black 1.6 TGDI 177KM + METALIK NA [informacja prawnie chroniona] zł!!!!!!! Cennik – [informacja prawnie chroniona], Oddajecie pełną marżę i [informacja prawnie chroniona] ?!”*. Następnie powyższa wiadomość została przesłana wewnątrz Kia Polska przez kierownika regionalnego do innych kierowników regionalnych. Jeden z pracowników Kia Polska zatrudniony na stanowisku kierownika regionalnego odpowiedział twórcy pierwotnej wiadomości i wysłał kopię odpowiedzi do wiadomości przedstawiciela [informacja prawnie chroniona]: *„Piotruś, Gratuluję czujności tylko dlaczego wysyłasz to do CAŁEJ SIECI KIA ? Nie pomaga to w budowaniu dobrych relacji pomiędzy dealerami. Kiedyś możesz czegoś potrzebować i wiesz jak jest..... Proponuję wysłać do danego dealera z DW KMP [do wiadomości Kia Motors Polska – UOKiK] regionalni odpowiedzialni za dany region”*.

Dowód: wiadomość e-mail z 20 stycznia 2021 r. (08:55); Nadawca: [informacja prawnie chroniona] (Kia Polska); Adresat: [informacja prawnie chroniona]; Kopia: [informacja prawnie chroniona]; Temat: PD: KRAKÓW – gratulacje cen [informacja prawnie chroniona], k. 1481d.

- (283) Z kolei w wiadomości e-mail z lutego 2021 r. przedstawicielka Marvel korzystając z aliasu pocztowego wewnątrz sieci poskarżyła się na zachowanie innego dealera Kia Polska: *„Serdecznie gratulujemy dealerowi z naszych okolic, który klientowi z [informacja prawnie chroniona] % rabatu na Nowe Sorento. Zaznaczę, że nie jest to rabat [informacja prawnie chroniona]. Wyprzedaż to też nie jest, bo powiedzieliście klientowi, że czas oczekiwania na auto wynosi 3 m-ce. Ofertę widziałam na własne oczy z imieniem i nazwiskiem osoby która ją przygotowała, w tych super ofertach przewija się zawsze to nazwisko. Jeszcze raz GRATULUJE Dealerowi i wszyscy wiemy, że nie jest to pierwszy ich przypadek.”*. W odpowiedzi przedstawiciel [informacja prawnie chroniona] zgodził się z opinią pracownika Marvel i stwierdził: *„Kochana nie tylko ty z tym walczysz, mnie już cisną takie słowa na język ale kultura nie pozwala. Mogę powiedzieć tylko tyle że są bardzo mierni i mówię tu o całym salonie zaczynając od handlowca kończąc na właścicielu. Tak właśnie wygląda zatrudnianie byle kogo, ktoś nie potrafi nic poza tym że oddaje auta pod wodą [poniżej ustalonej w sieci dealerskiej ceny – UOKiK] i schodzą [informacja prawnie chroniona], to tak jakby stosować dumping cenowy. Przez takich ludzi odechciewa się pracować w KIA a do*

tego KIA rozkłada ręce i nic z tym nie robi”. Do powyższego odniosła się przedstawicielka Marvel stwierdzając: „Dokładnie zgadzam się z Tobą w 100 %. Tam handlowcy muszą być zdesperowani bardzo, ale dziwi mnie, że dealer nie chce zarabiać więcej **[informacja prawnie chroniona]**, ale taka jakość widać.... Dodam tylko, że z innymi dealerami w województwie nie ma problemu, a z tym zawsze....”. Jednocześnie, w odpowiedzi na wiadomość pracownika Marvel z lutego 2021 r., przedstawiciel dealera **[informacja prawnie chroniona]** wysłał prywatną wiadomość do kierownika regionalnego w Kia Polska o treści: „Marcin [pracownik Kia Polska – UOKiK] rozmawialiśmy o zmowach cenowych, jak już mają zabierać te komputery do sprawdzania jak mówisz to nich się sobie daruje te @....”, na co adresat odpowiedział: „Robimy co możemy. A na to reagowaliśmy od razu”. Ponadto, opisana powyżej skarga przedstawicielki Marvel z lutego 2021 r. została odebrana przez pracownika Kia Polska zajmującego się obsługą sieci dealerskiej i przekazana tego samego dnia do innego pracownika Kia Polska z komentarzem „Pod uokik się pcha”.

- Dowody:**
- wiadomość e-mail z 9 lutego 2021 r. (14:15); Adresat: **[informacja prawnie chroniona]** (Kia Polska); Adresat: **[informacja prawnie chroniona]** (Kia Polska); Temat: FW: Oferta Kia Sorento PRESTIGE LINE, k. 1481d;
 - wiadomość e-mail z 9 lutego 2021 r. (8:17); Adresat: **[informacja prawnie chroniona]** (Kia Polska); Adresat: **[informacja prawnie chroniona]**; Temat: RE: Oferta Kia Sorento PRESTIGE LINE, k. 1481d;
 - wiadomość e-mail z 8 lutego 2021 r. (17:10); Nadawca: **[informacja prawnie chroniona]** (Kia Polska); Adresat: **[informacja prawnie chroniona]** (Kia Polska); Temat: FW: Oferta Kia Sorento PRESTIGE LINE, k. 1481d.

(284) Wymiana informacji co do warunków cenowych sprzedaży pojazdów marki Kia odbywała się również w ramach dwustronnej korespondencji mailowej pomiędzy dealerami Kia Polska.

(285) W wiadomości e-mail z listopada 2014 r. pracownik AS Motors zwrócił się do przedstawicielki **[informacja prawnie chroniona]** z pytaniem o warunki sprzedaży aut marki Kia klientowi tego dealera: „Ok, rozumiem, że trzymaliście rabat **[informacja prawnie chroniona]** % dla klienta zgodnie z rozmową?”, w odpowiedzi adresatka wiadomości wskazała: „Pawle, na pewno był mniejszy niż mu proponował dealer Patecki”.

- Dowód:** wiadomość e-mail z 20 listopada 2014 r. (16:20); Nadawca **[informacja prawnie chroniona]** (AS Motors); Adresat: **[informacja prawnie chroniona]** (Plejada); Temat: RE: dotyczy klient **[informacja prawnie chroniona]**, k. 1481a.

(286) Z kolei w wiadomości z maja 2015 r. stanowiącej wymianę korespondencji pomiędzy pracownikami **[informacja prawnie chroniona]** i Autotechnika Woźniak, przedstawiciel

[informacja prawnie chroniona] odpowiadając na skargę dealera Autotechnika Woźniak na udzielenie przez niego nieprawidłowego rabatu oświadczył: „Nie wiem czy wiesz, ale jest promocja na nowe firmy, jeżeli nie - patrz tabelka flotowa. (...) Jeżeli postąpiłem niezgodnie z aktualną polityką rabatową Kia Motors Polska to proszę o wskazanie gdzie udzieliłem błędnego rabatu ?” oraz „Wierz mi swoją pracę wykonałem dobrze zgodnie z polityką. Zarzut wobec nas, że sprzedajemy bez marży lub na malej po Polsce jest przykry.”. W odpowiedzi przedstawicielka Autotechnika Woźniak wskazała: „TAK!!! KLIENCI SZUKAJĄ I BĘDĄ SZUKAĆ OFERT DEALERÓW, KTÓRZY ODDAJĄ PRAWIE CAŁĄ MARŻĘ KLIENTOM NIE ZE SWOJEGO OKRĘGU DZIAŁANIA (NA GĘBĘ). GDYBY NIE TACY JAK WY TO MIAŁABYM SPRZEDANY SAMOCHÓD PO NORMALNEJ MARŻY A NIE ODDAWAŁABYM AUTA ZA NIC. ZARZUT W STOSUNKU DO WAS, NIE JEST PRZYKRY, ALE TO, ŻE TAK ROBICIE JEST PRZYKRE – KLIENT ZAPEWNIŁ MNIE ŻE WAM JASNO POWIEDZIAŁ ZE TO ZAKUP NA OSOBĘ INDYWIDUALNĄ A NIE NA FIRME BA, I ZA GOTÓWKĘ!!!! [pisownia oryginalna – UOKiK]”, na co pracownik [informacja prawnie chroniona] wskazał m.in.: „(...) Nie na gębę tylko na mail zgodnie ze standardami jakie obowiązują nasz wszystkich jak należy traktować klienta. (...) Skoro jest tabelka to my się do niej zastosowaliśmy. Kropka”. Dalej przedstawicielka Autotechnika Woźniak odpowiedziała: „Nie wiem czy wiesz, ale [informacja prawnie chroniona] %) cały masz obowiązek oddać klientowi [podkreślenie własne – UOKiK], a nie „dorabiać się” na upuście od KIA?”. Kończąc korespondencję pracownik Autotechnika Woźniak wskazał: „Oszukujesz i KIA i klienta. Proponuję udać się na szkolenie flotowe do KIA i wówczas porozmawiamy, bo widzę, że kompletnie nie znasz reguł i zasad sprzedaży flotowej”.

Dowód: wiadomość e-mail z 27 maja 2015 r. (14:24); Nadawca: [informacja prawnie chroniona] (Autotechnika Woźniak); Adresat: [informacja prawnie chroniona]; Temat: SPAM:RE: podziękowania za dobre oferty ..., k. 1481d.

- (287) Z kolei wiadomości e-mail z września 2015 r. stanowią korespondencję pomiędzy pracownikami Gam i Wrobud w sprawie oferty przedstawionej przez Wrobud klientowi, który zwrócił się o przygotowanie oferty na samochód Kia również do Gam, przedstawiciel którego w odpowiedzi na pytanie pani Agnieszki Adrjan (Wrobud) o treści: „Panowie, Klient zdecydował się na zakup samochodu a po przesłaniu zamówienia odpisał jak poniżej, otrzymał [informacja prawnie chroniona] % rabatu na Picanto. Rozumiem, że w tym miejscu nasze ustalenia tracą ważność”, odpowiedział: „W przypadku tego klienta rywalizowaliśmy z ofertą [informacja prawnie chroniona], gdzie otrzymał [informacja prawnie chroniona] %. Klient pokazał nam warunki jakie otrzymała od nich, na podstawie tego podjąłem decyzję o cenie finalnej. Podczas negocjacji Pan Leszek [klient – UOKiK] nie wspominał nam o twojej ofercie, także nasze działanie nie było wymierzone w waszym kierunku.”.

Dowód: wiadomość e-mail z 24 września 2015 r. (14:31); Nadawca: [informacja prawnie chroniona] (Gam); Adresat: [informacja prawnie chroniona] (Wrobud); Kopia: [informacja prawnie chroniona] (Gam); Temat: RE: Kia Picanto, k. 1481c.

- (288) W wiadomości e-mail z października 2015 r. dotyczącej korespondencji pomiędzy pracownikami Gam i Wrobud w przedmiocie rabatu i kredytu udzielonego kontrahentowi Wrobud, pracownik Gam poinformował panią Agnieszkę Adrjan (Wrobud) o potrzebie zweryfikowania przez nią oferty handlowców Wrobud: „*Sprawdź dlaczego twoi handlowcy zaoferowali klientowi auto i kredyt [informacja prawnie chroniona].*”. W odpowiedzi pani Agnieszka Adrjan wskazała: „*Klient otrzymał ofertę [informacja prawnie chroniona] % [informacja prawnie chroniona], zgodnie z programem*”.

Dowód: wiadomość e-mail z 9 października 2015 r. (12:58); Nadawca: Agnieszka Adrjan (Wrobud); Adresat: [informacja prawnie chroniona] (Gam); Temat: RE: klient [informacja prawnie chroniona], k. 1481c.

- (289) Wiadomości e-mail z marca 2020 r. dotyczą natomiast korespondencji pomiędzy pracownikami Marvel i Landcar w przedmiocie złożenia przez Landcar konkurencyjnej oferty do tej złożonej przez Marvel. W odpowiedzi na wiadomość pana Pawła Białkowskiego (Marvel): „*W odniesieniu do naszych ostatnich rozmów **odnośnie polityki cenowej** [podkreślenie własne – UOKiK], przesyłam Ci wewnętrzną korespondencję, którą dostałem wczoraj do wiadomości od naszego kierownika salonu z Kia. Przeczytaj proszę i zweryfikuj. Zwróć uwagę, jeśli możesz żeby takich rzeczy nie robić, szczególnie w obecnych czasach w myśl zasady szanujemy się wzajemnie*”, pan Michał Krzewiński (Landcar) wskazał wprost na „*trzymanie się ustaleń*” przez Landcar oraz „*zaoferowanie ceny tożsamej z ceną Marvel*”. Ponadto pan Michał Krzewiński podkreślił, że klient nie poinformował Landcar o konkurencyjnej ofercie Marvel oraz że handlowcy obu salonów powinni wzajemnie informować się o takich okolicznościach. Z tym ostatnim zgodził się pan Paweł Białkowski: „*Oczywiście klient może rozgrywać - po to żeby uzyskać najlepszą ofertę, i po to nasi Kierownicy powinni być w kontakcie*”, przecząc jednak by oferty były porównywalne: „*porównując jeden do jednego, nawet gdyby tych opon pani Justyna [pracownik Landcar – UOKiK] nie obiecała, to: Samochód został u nas sprzedany za [informacja prawnie chroniona] zł [informacja prawnie chroniona] (cena około [informacja prawnie chroniona] zł) w porównaniu do oferty Pani Justyny [informacja prawnie chroniona] zł [informacja prawnie chroniona] - daje to finalnie różnicę około [informacja prawnie chroniona] zł niżej od nas, co stanowi ponad [informacja prawnie chroniona] % wartości pojazdu. Więc raczej oferty nie są porównywalne*”. W konsekwencji pan Michał Krzewiński polecił swojemu przedstawicielowi handlowemu weryfikację prawidłowości złożonej oferty

i w przypadku gdy salon złożył inną ofertę niż powinien był to zrobić, polecił: „*trzeba będzie puścić przelew na dom dziecka.*”.

Dowód: wiadomość e-mail z 26 marca 2020 r. (12:13); Nadawca: Michał Krzewiński (Landcar); Adresat: [informacja prawnie chroniona] (Landcar), [informacja prawnie chroniona] (Landcar); Temat: FW: Walka cenowa pomiędzy salonami - prośba o weryfikację, k. 16.

- (290) Wiadomość e-mail z grudnia 2020 r. stanowi z kolei korespondencję pomiędzy pracownikami Wrobud i Marvel, w której w odpowiedzi na skargę pracownika Marvel: „*Serdecznie dziękujemy dealerowi z naszych okolic, który klientowi z [informacja prawnie chroniona] % rabatu na Nowe Sorento. Zaznaczę, że nie jest to rabat [informacja prawnie chroniona] czy jakiś przekręt. Ofertę i zamówienie widziałem na własne oczy, więc nie jest to też ściema klienta. GRATULUJE pracy w której handlowiec oddaje również [informacja prawnie chroniona] i wiemy, że nie jest to pierwszy przypadek ☺*”, pracownik Wrobud odpowiedział: „*Piotrek, to jest nic, nad morzem [informacja prawnie chroniona] % dają od ręki. ☺*”, na co przedstawiciel Marvel odpisał: „*Widać szczelność polityki flotowej w Kia :D . Wiesz w końcu jest pandemia to idą za trendem cięcia cen :D*”.

Dowód: wiadomość e-mail z 17 grudnia 2020 r. (12:53); Nadawca: [informacja prawnie chroniona] (Marvel); Adresat: [informacja prawnie chroniona] (Wrobud); Temat: RE: Oferta Kia Sorento XL 2WD, k. 1481c.

5.2.3. Kontakty wertykalne wewnątrz sieci dealerskiej

- (291) Kia Polska informowała dealerów sieci o poziomie cen, jaki powinni stosować w odsprzedaży samochodów marki Kia. Przedstawiciele handlowi Kia Polska weryfikowali poziom cen stosowanych przez dystrybutorów, w szczególności poprzez obserwację cen i rozmowy z przedstawicielami dealerów podczas wizytacji w salonach sprzedaży dealerów. Powyższe okoliczności potwierdza treść raportów z takich wizytacji.
- (292) Zgodnie z raportem z przebiegu spotkania przedstawiciela Kia Polska z dealerami z regionu Trójmiasta w lipcu 2013 r.: „*(...) Główny temat to polityka cenowa. Przypomnienie ogólnych zasad ofertowania. Wszyscy obecni¹⁸ zadeklarowali chęć trzymania się ustalonych reguł. [informacja prawnie chroniona] [dealer [informacja prawnie chroniona] – UOKiK] postawił warunek że, przystąpią do «porozumienia» jeżeli to samo zadeklaruje nieobecny [informacja prawnie chroniona] [dealer [informacja prawnie chroniona] – UOKiK], w przeciwnym razie nie. Po mojej jutrzejszej wizycie, jeżeli [informacja prawnie chroniona]*

¹⁸ W spotkaniu uczestniczyli przedstawiciele dealerów: [informacja prawnie chroniona] oraz opiekun handlowy tych dealerów w Kia Polska.

zadeklaruje chęć współpracy, na koniec tygodnia planujemy ponowne spotkanie w kompletnym gronie. Wstępne ustalenia, do potwierdzenia przy kompletnej grupie to: - maksymalnie [informacja prawnie chroniona] % rabatu w akcesoriach -oferty pisemne po wizycie w salonie -na telefon tylko ceny cennikowe i zaproszenie do salonu -[informacja prawnie chroniona]- zgodnie z tabelą -wszelkie «długo zalegające» tematy i sprzedaż do «znajomych» -informacja do pozostałych, -bezwzględnie każdy klient, zaraz po wyjściu z salonu znajduje się w [informacja prawnie chroniona] [system sprzedażowy zawarty w platformie [informacja prawnie chroniona] umożliwiający zarządzanie procesem sprzedaży – UOKiK]. -Spotkanie szefów serwisów w temacie ustalenia bardzo ramowego cennika na akcesoria, tak żeby w przedziale [informacja prawnie chroniona] % u każdego znalazły się podobne akcesoria. -kontakt między działami sprzedaży, Dalsze decyzje po deklaracji [informacja prawnie chroniona]. Generalnie dealerzy trójmiejscy są w stanie się porozumieć (takie sprawiają wrażenie), lub załatwiać wątpliwości między sobą. Nie widać za bardzo rażących animozji w kręgu trójmiejskim. Duża niechęć skierowana na [informacja prawnie chroniona]. [informacja prawnie chroniona] w swoim stylu, unika kontaktów”. W odpowiedzi kierownik sieci dealerskiej Kia Polska polecił opiekunowi handlowemu dealera [informacja prawnie chroniona], aby ten wskazał nieobecnemu na spotkaniu dealerowi: „Daj [informacja prawnie chroniona] jasne nasze stanowiska ze rabaty to walka z nami”.

Dowód: wiadomość e-mail z 9 lipca 2013 r. (18:17); Nadawca: [informacja prawnie chroniona] (Kia Polska); Adresat: [informacja prawnie chroniona] (Kia Polska); Temat: Re: Spotkanie regionu trójmiasta, k. 19.

- (293) W maju 2014 r. w punkcie sprzedaży Wrobud odbyło się spotkanie tego dealera z przedstawicielem Kia Polska. Streszczając przebieg spotkania współpracownikom w Kia Polska, m.in. panu Wojciechowi Szyszko (Kia Polska), pracownik Kia Polska wskazał na konieczność ustalenia zasad współpracy pomiędzy dealerami, tak aby wyeliminować ryzyko konkurencji: „Mocna konkurencja pomiędzy dealerami wrocławskimi, którzy zaczynają prowadzić wojnę cenową. Planowane spotkanie w celu określenia wzajemnej współpracy”.

Dowód: wiadomość e-mail z 8 maja 2014 r. (13:54); Nadawca: [informacja prawnie chroniona] (Kia Polska); Adresat: [informacja prawnie chroniona] (Kia Polska); Kopia: Wojciech Szyszko (Kia Polska), [informacja prawnie chroniona] (Kia Polska), [informacja prawnie chroniona] (Kia Polska), [informacja prawnie chroniona] (Kia Polska), [informacja prawnie chroniona] (Kia Polska), [prawie chroniona] (Kia Polska), [informacja prawnie chroniona] (Kia Polska), [informacja prawnie chroniona] (Kia Polska), [informacja prawnie chroniona] (Kia Polska); Temat: Wrobud, k. 1481d.

- (294) W grudniu 2017 r. przedstawiciel Kia Polska odwiedził salony Marvel, Landcar Dariusz Krzewiński i [informacja prawnie chroniona]. W korespondencji wewnątrz Kia Polska

opisując odbytą wizytę odniósł się do skarg dealerów na działania konkurentów: „Omówilem z Dealerem [Landcar Dariusz Krzewiński – UOKiK] problem wewnętrznej konkurencji. Marvel skarżył się na Landcar. Jak zwykle w takich sytuacjach Landcar nie omieszkiał się poskarżyć na Marvel. Przekazałem im że jak zostaną złapani na podkupowaniu klientów, będziemy wyciągać daleko idące konsekwencje”.

Dowód: wiadomość e-mail z 18 grudnia 2017 r. (15:03); Nadawca: **[informacja prawnie chroniona]** (Kia Polska); Adresat: **[informacja prawnie chroniona]** (Kia Polska); Kopia: **[informacja prawnie chroniona]** (Kia Polska), **[informacja prawnie chroniona]** (Kia Polska), **[informacja prawnie chroniona]** (Kia Polska); Temat: Wizyty z zeszłego tygodnia, k. 19.

- (295) Natomiast w maju 2019 r. miało miejsce spotkanie przedstawiciela Kia Polska z dealerami **[informacja prawnie chroniona]** i AS Motors. Relacjonując przebieg wizyty w salonie dealera **[informacja prawnie chroniona]** pracownik Kia Polska wskazał, że głównym przedmiotem rozmów były praktyki dealerów niestosujących się do wytycznych Kia Polska w zakresie polityki cenowej: „Spotkanie dotyczyło głównie dyskusji na temat cen. W ostatnim czasie w sieci pojawiła się oferta **[informacja prawnie chroniona]** z mocno zaniżoną ofertą na SPG [Kia Sportage – UOKiK]. Handlowcy twierdzą, że nie widzą w tym nic złego bo wszyscy tak robią a oni muszą jakoś realizować plany. **[informacja prawnie chroniona]** natomiast się z nimi nie zgodził i wyraził swoją opinię na temat takich praktyk. Nie wiem czy te spotkanie coś zmieni ale będę się przyglądał”.

Dowód: wiadomość e-mail z 27 maja 2019 r. (12:51); Nadawca: **[informacja prawnie chroniona]** (Kia Polska); Adresat: **[informacja prawnie chroniona]** (Kia Polska); Kopia: **[informacja prawnie chroniona]** (Kia Polska), **[informacja prawnie chroniona]** (Kia Polska), **[informacja prawnie chroniona]** (Kia Polska), **[informacja prawnie chroniona]** (Kia Polska); Temat: Notatka z zeszłego tygodnia, k. 1481d.

- (296) Weryfikacja poziomu cen przez Kia Polska dotyczyła również sprzedaży internetowej dealerów. Pozyskany w sprawie materiał dowodowy potwierdza, że co najmniej od lutego 2013 r.¹⁹ Kia Polska sprawdzała ogłoszenia publikowane przez dealerów na portalach aukcyjnych takich jak Otomoto.
- (297) Przykładowo z wiadomości z maja 2020 r. pochodzącej z wewnątrz Kia Polska wynika, że pracownicy Kia Polska informowali opiekunów handlowych dealerów, kiedy publikowanie przez dealerów Kia Polska ogłoszeń z zaniżonymi cenami odsprzedaży nie będzie stanowić nadużycia względem obowiązującej polityki cenowej. Zgodnie z powołaną wiadomością

¹⁹ Por. akapit (305) decyzji.

pracownik Kia Polska odpowiedzialny za rozwój sieci dealerskiej poinformował: „*Mam takie info od Działu Sprzedaży Maja przykaz od góry, że 2019 [samochody marki Kia z rocznika 2019 – UOKiK] dealerzy maja pchać po zerze bez marży bo trzeba go wyprzedać Może jutro jakiś zoom z [informacja prawnie chroniona] [pracownikiem Kia Polska zatrudnionym na stanowisku kierownika Działu Sprzedaży – UOKiK] w tej sprawie? A potem do Krzycha?*”, jednocześnie uprzedzając współpracowników, że przygotowane przez dealerów oferty będą zawierały ceny poniżej ustalonej w sieci dealerskiej ceny minimalnej: „*Będą znów ogłoszenia pod wodą.*”. Z kolei w wiadomości z listopada 2020 r. pracownik Kia Polska odpowiedzialny za rozwój sieci dealerskiej polecił opiekunowi handlowemu dealera [informacja prawnie chroniona] przeprowadzenie rozmowy z dealerem na temat ogłoszenia opublikowanego przez niego na portalu Otomoto. Powodem rozmowy miały być zaniżone ceny umieszczone w ogłoszeniu: „*Pogadasz z nimi? Już mają wyprzedaż rocznika (...) Jest też kilka podobnych ogłoszeń w sensie ceny od moich dealerów ale już sobie z nimi o tym porozmawiałem ☺*”.

- Dowody:**
- wiadomość e-mail z 14 maja 2020 r. (15:34); Nadawca: [informacja prawnie chroniona] (Kia Polska); Adresat: [informacja prawnie chroniona] (Kia Polska), [informacja prawnie chroniona] (Kia Polska), [informacja prawnie chroniona] (Kia Polska), [informacja prawnie chroniona] (Kia Polska); Temat: 2019, k. 1481d;
 - wiadomość e-mail z 3 listopada 2020 r. (8:50); Nadawca: [informacja prawnie chroniona] (Kia Polska); Adresat: [informacja prawnie chroniona] (Kia Polska); Temat: Otomoto [informacja prawnie chroniona] wyprzedaż rocznika, k. 1708b.

- (298) W kontekście weryfikacji poziomu cen przez Kia Polska w ofertach dealerów na portalach internetowych, w kwietniu 2019 r. miała miejsce konferencja Kia Polska i dealerów, na której podsumowano dotychczasową strategię wobec ogłoszeń publikowanych na portalach aukcyjnych. Zgodnie z tą strategią ceny zawarte w ogłoszeniach miały być na takim samym poziomie, co ceny zawarte w oficjalnym cenniku samochodów marki Kia. Kia Polska miała nadzorować ogłoszenia publikowane przez uczestników sieci dealerskiej, a w przypadku gdy były one niezgodne z ustaleniami poczynionymi na konferencji, zwracała się z poleceniem poprawienia ogłoszenia zgodnie z przyjętymi wytycznymi.

- Dowód:** wiadomość e-mail z 10 maja 2019 r. (14:16); Nadawca: [informacja prawnie chroniona] (Kia Polska); Adresat: [informacja prawnie chroniona]; Kopia: [informacja prawnie chroniona] (Kia Polska), [informacja prawnie chroniona]; Temat: [informacja prawnie chroniona], wizyta 10.05.2019 – podsumowanie, k. 1481d.

(299) Sprawdzanie cen publikowanych przez dealerów na portalach aukcyjnych odbywało się również w czasie cyklicznych wizyt przedstawicieli handlowych Kia Polska w salonach sprzedaży dystrybutorów. Na powyższe wskazuje następujący materiał dowodowy:

- a) po spotkaniu w maju 2019 r. z przedstawicielami dealera **[informacja prawnie chroniona]**, przedstawiciel Kia Polska w wiadomości e-mail skierowanej do pracowników tego dealera, odniósł się do ofert składanych przez tego dealera na stronie portalu Otomoto: „*Otomoto: ceny w jakich wystawiacie auta = 100% katalog*”;

Dowód: wiadomość e-mail z 20 maja 2019 r. (9:43); Nadawca: **[informacja prawnie chroniona]** (Kia Polska); Adresat: **[informacja prawnie chroniona]**; Kopia: **[informacja prawnie chroniona]**; Temat: **[informacja prawnie chroniona]** 17.05.2019, wizyta – podsumowanie, k. 1481d.

- b) po wizycie w lipcu 2019 r. w punkcie sprzedaży dealera **[informacja prawnie chroniona]** w Gliwicach, przedstawiciel Kia Polska wysłał do kierownika generalnego rozwoju sieci dealerskiej sprawozdanie z wizyty u tego dealera, w którym wskazał: „*Otomoto: ceny w jakich wystawiają auta mają być = 100% katalog*”. Podobnie, pracownik Kia Polska w wiadomości e-mail skierowanej do pracownika **[informacja prawnie chroniona]**, w której podziękował za spotkanie, odniósł się również do ofert składanych przez tego dealera na stronie otomoto.pl: „*Otomoto: ceny w jakich wystawiacie auta = 100% katalog*”;

Dowód: wiadomość e-mail z 18 lipca 2019 r. (16:45); Nadawca: **[informacja prawnie chroniona]** (Kia Polska); Adresat: **[informacja prawnie chroniona]** (Kia Polska); Kopia: **[informacja prawnie chroniona]** (Kia Polska), **[informacja prawnie chroniona]** (Kia Polska), **[informacja prawnie chroniona]** (Kia Polska), **[informacja prawnie chroniona]** (Kia Polska); Temat: Podsumowanie Tygodnia 29. BP, wraz z załącznikiem, k. 1481d.

- c) po spotkaniu w lipcu 2019 r. w punkcie sprzedaży dealera **[informacja prawnie chroniona]** przedstawiciel Kia Polska wskazał w wiadomości e-mail skierowanej do pracowników tego dealera: „*Otomoto: ceny w jakich wystawiacie auta = 100% katalog*”;

Dowód: wiadomość e-mail z 8 lipca 2019 r. (9:04); Nadawca: **[informacja prawnie chroniona]** (Kia Polska); Adresat: **[informacja prawnie chroniona]**; Temat: **[informacja prawnie chroniona]** 5.07.2019 wizyta – podsumowanie, k. 1481d.

- d) po spotkaniu w lipcu 2019 r. w punkcie sprzedaży Wrobud przedstawiciel Kia Polska przekazał kierownikowi generalnego rozwoju sieci dealerskiej sprawozdanie z wizyty u tego dealera, wskazał: „*Otomoto: ceny w jakich wystawiacie auta = 100% katalog*”, a do pani Agnieszki Adrjan (Wrobud) skierował wiadomość, w której podziękował za

spotkanie i skomentował ogłoszenia publikowane przez tego dealera na portalu otomoto.pl: „*Otomoto: ceny w jakich wystawiacie auta = 100% katalog*”;

Dowód: wiadomość e-mail z 12 lipca 2019 r. (11:29); Nadawca: [informacja prawnie chroniona] (Kia Polska); Adresat: Agnieszka Adrjan (Wrobud), [informacja prawnie chroniona]; Temat: Wrobud 10.07.2019 wizyta – podsumowanie, k. 1481d.

- e) po spotkaniu w lipcu 2019 r. w punkcie sprzedaży dealera Moto Kwiatkowski sp. j., przedstawiciel Kia Polska wysłał do kierownika generalnego rozwoju sieci dealerskiej sprawozdanie z wizyty u tego dealera, w którym wskazał: „*Otomoto: ceny w jakich wystawiają auta = 100% katalog, **ustalenia po konferencji KIA*** [podkreślenie własne – UOKiK]”;

Dowód: wiadomość e-mail z 20 maja 2019 r. (11:50); Nadawca: [informacja prawnie chroniona] (Kia Polska); Adresat: [informacja prawnie chroniona] (Kia Polska); Kopia: [informacja prawnie chroniona] (Kia Polska), [informacja prawnie chroniona] (Kia Polska), [informacja prawnie chroniona] (Kia Polska); Temat: Podsumowanie tydz. 20, k. 1481d.

- f) po spotkaniu w lipcu 2019 r. z przedstawicielami Gam, przedstawiciel Kia Polska przekazał kierownikowi generalnego rozwoju sieci dealerskiej sprawozdanie z wizyty u tego dealera, wskazał: „*Otomoto: ceny = 100% katalog*”, natomiast w wiadomości e-mail skierowanej bezpośrednio do przedstawiciela Gam, podziękował za spotkanie i odniósł się do ofert składanych przez tego dealera na stronie otomoto.pl: „*Otomoto: ceny w jakich wystawiacie auta = 100% katalog*”;

Dowód: wiadomość e-mail z 15 lipca 2019 r. (12:56); Nadawca: [informacja prawnie chroniona] (Kia Polska); Adresat: [informacja prawnie chroniona] (Kia Polska); Kopia: [informacja prawnie chroniona] (Kia Polska), [informacja prawnie chroniona] (Kia Polska), [informacja prawnie chroniona] (Kia Polska); Temat: Podsumowanie tydz.28 BP, wraz z załącznikami, k. 1481d.

- g) po spotkaniu we wrześniu 2019 r. w punkcie sprzedaży Wrobud, pracownik Kia Polska wskazał w wiadomości e-mail skierowanej do wiadomości pani Agnieszki Adrjan (Wrobud): „*Otomoto: ceny w jakich wystawiacie auta = 100% katalog*”.

Dowód: wiadomość e-mail z 4 września 2019 r. (21:46); Nadawca: [informacja prawnie chroniona] (Kia Polska); Adresat: [informacja prawnie chroniona] (Wrobud); Kopia: Agnieszka Adrjan (Wrobud), [informacja prawnie chroniona] (Wrobud); Temat: Wrobud 04.09.2019, wizyta – podsumowanie, k. 1481d.

- (300) Materiał dowodowy wskazuje również, że sami dealerzy kierowali do Kia Polska korespondencję zawierającą wytłumaczenie wysokości cen publikowanych przez nich na portalach aukcyjnych. Przykładowo w wiadomości e-mail z listopada 2016 r. pracownik dealera **[informacja prawnie chroniona]** przekazał przedstawicielowi Kia Polska link do jego ogłoszenia na portalu Otomoto z informacją, że od kwietnia próbuje sprzedać konkretny model samochodu marki Kia wraz z wyjaśnieniem: „(...) *cena jest jaka jest... Chcę żebyś wiedział*”.

Dowód: wiadomość e-mail z 14 listopada 2016 r. (12:24); Nadawca: **[informacja prawnie chroniona]**; Adresat: **[informacja prawnie chroniona]** (Kia Polska); Brak tematu, k. 1481d.

- (301) Na podstawie zgromadzonych dowodów Prezes Urzędu ustalił, że pracownicy Kia Polska dokonywali analizy danych zawartych w systemie informatycznym obsługującym sprzedaż w sieci dealerskiej Kia Polska **[informacja prawnie chroniona]**, a w przypadku wątpliwości co do sposobu kalkulacji ceny przez dealerów, zwracali się do nich z pytaniem o szczegóły przedstawianych kontrahentom ofert [akapity (165), (342), (363) decyzji]. Przykładowo w wiadomości z maja 2016 r. pracownik Kia Polska umieścił zrzut ekranu pochodzący z systemu **[informacja prawnie chroniona]**, przedstawiający fakturę wystawioną przez dealera **[informacja prawnie chroniona]** i zwrócił się do innego pracownika Kia Polska z poleceniem sprawdzenia, jak dealer kalkulował cenę sprzedaży auta, dodając jednocześnie: „*Wg obliczeń sprzedaż pod wodą [poniżej ustalonej w sieci dealerskiej ceny – UOKiK]*”.

Dowód: wiadomość e-mail z 11 maja 2016 r. (13:41); Nadawca: **[informacja prawnie chroniona]** (Kia Polska), Adresat: **[informacja prawnie chroniona]** (Kia Polska); Kopia: **[informacja prawnie chroniona]** (Kia Polska); Temat: pytanko, k. 1481d.

- (302) Ponadto z materiału dowodowego zebranego w sprawie wynika, że innym sposobem weryfikacji cen u dealerów należących do sieci było przeprowadzenie kontroli przez Kia Polska za pośrednictwem „tajemniczego klienta”. W wiadomości z maja 2015 r. przedstawiciel Kia Polska przekazał prośbę wewnątrz Kia Polska o sprawdzenie jaką ofertę można dostać u **[informacja prawnie chroniona]** przez telefon lub mailowo: „*Miałbym prośbę żeby przeprowadzono tajemniczego klienta telefonicznego u dealera **[informacja prawnie chroniona]**. W przyszłym tygodniu mamy z nimi spotkanie i chcielibyśmy mieć dodatkowo jakieś nagranie z takiego audytu (jeżeli się «podłożą» oczywiście) Chodzi o sprawdzenie jaką ofertę można tam dostać przez telefon, na mejla bez pojawiania się w salonie. Prosiłbym żeby zasymulować klienta z Gdańska który był już w salonie **[informacja prawnie chroniona]** i **[informacja prawnie chroniona]** ale chce się jeszcze zorientować czy*

w Starogardzie dostanie coś więcej. Bez zdradzania oferty konkurencji, klient niech szuka Sportage w wersji Bussines Line”.

Dowód: wiadomość e-mail z 12 maja 2015 r. (13:46); Nadawca: **[informacja prawnie chroniona]** (Kia Polska); Adresat: **[informacja prawnie chroniona]** (Kia Polska); Kopia: **[informacja prawnie chroniona]** (Kia Polska); Temat: tajemniczy klient **[informacja prawnie chroniona]** Plus Starogard Gdański, k. 1481d.

- (303) Natomiast wiadomość z grudnia 2014 r. wskazuje, że Kia Polska do weryfikacji polityki cenowej dealerów zatrudniała także zewnętrznych audytorów. Audytor podsumował wizyty w punktach sprzedaży dealerów Wadowscy, **[informacja prawnie chroniona]**, Auto-Centrum I.M. Patecki i **[informacja prawnie chroniona]** w następujący sposób: „*generalnie trzymają poziom-wszyscy dorzucają [informacja prawnie chroniona] % z [informacja prawnie chroniona] % swojej marży*). **[informacja prawnie chroniona]** dezawuuje Pateckiego strasznie i walczą cenami-jednak nie ponad **[informacja prawnie chroniona]** %”.

Dowód: wiadomość e-mail z 5 grudnia 2014 r. (12:17); Nadawca: **[informacja prawnie chroniona]** (Kia Polska); Adresat: **[informacja prawnie chroniona]** (Kia Polska); Temat: Fwd: Audyt cenowy, k. 1481d.

- (304) Do Kia Polska trafiały także informacje od dealerów o niestosowaniu się do ustalonej polityki cenowej przez innych uczestników sieci dealerskiej Kia Polska, w tym skargi dealerów dotyczące zaniżonych cen i zbyt wysokich rabatów oferowanych przez innych dealerów oraz próśb i wezwań dealerów o zdyscyplinowanie innych dealerów przez Kia Polska. Skargi dotyczyły również ogłoszeń publikowanych na portalach aukcyjnych, zawierających ceny niezgodne z oficjalnym cennikiem Kia Polska. Dealerzy Kia Polska, informując Kia Polska o nieprzestrzeganiu przez innych dystrybutorów uzgodnionych cen, oczekiwali, że spółka podejmie odpowiednie kroki mające na celu ich zdyscyplinowanie. Skargi dealerów Kia Polska odnośnie do wysokości cen samochodów marki Kia stosowanych wewnątrz sieci dealerskiej były kierowane do Kia Polska w całym okresie funkcjonowania kwestionowanych zasad współpracy.
- (305) W lutym 2013 r. o „rozdawaniu” samochodów marki Kia informował przedstawiciela Kia Polska pracownik dealera **[informacja prawnie chroniona]**, który przekazał link do ofert sprzedaży samochodu marki Kia na portalu Otomoto z pytaniem: „*Który tak rozdaje auta*”. Powyższa wiadomość została przekazana pomiędzy pracownikami Kia Polska z prośbą o sprawdzenie przesłanej oferty. W odpowiedzi pracownik Kia Polska poinformował, że oferta została wystawiona przez podmiot niebędący dealerem Kia Polska.

Dowód: wiadomość e-mail z 20 lutego 2013 r. (19:28); Nadawca: **[informacja prawnie chroniona]** (Kia Polska); Adresat: **[informacja prawnie chroniona]** (Kia Polska); Kopia: **[informacja prawnie chroniona]** (Kia Polska); Temat: RE:, k. 1481d.

- (306) W marcu 2013 r. na cenę oferowaną przez innego dealera w ogłoszeniu na portalu Otomoto zwrócił uwagę pracownikowi Kia Polska odpowiadającemu za sieć dealerską przedstawiciel dealera **[informacja prawnie chroniona]**, wskazując: „*Zobacz jaką cenę prezentuje [informacja prawnie chroniona] na nowe cee'dy*” oraz wysyłając link do ogłoszenia, a w załączeniu treść opublikowanej oferty. Po otrzymaniu sygnału przedstawiciel Kia Polska podziękował za otrzymane zgłoszenie, a także poinformował, że sprawa została załatwiona.

Dowody:

- wiadomość e-mail z 26 marca 2013 r. (14:21); Nadawca: **[informacja prawnie chroniona]**; Adresat: **[informacja prawnie chroniona]** (Kia Polska); Brak tematu k. 1481d;
- wiadomość e-mail z 26 marca 2013 r. (14:47); Nadawca: **[informacja prawnie chroniona]** (Kia Polska); Adresat: **[informacja prawnie chroniona]**; Temat: RE:, k. 1481d.

- (307) Z kolei w maju 2013 r. skargę na dealera z sieci dystrybucyjnej Kia Polska, który miał przebić ofertę skarżącego i zaproponować „*auto na «zero» lub nawet poniżej ceny zakupu*” przekazała przedstawicielka **[informacja prawnie chroniona]**. W wiadomości wysłanej do przedstawiciela Kia Polska poinformowała, że nie jest to pierwsza taka sytuacja w jej rejonie sprzedaży i przekazała numer kontaktowy do klienta, który zdecydował się kupić samochód od innego dystrybutora i wskazała jednocześnie: „*(...) może w [informacja prawnie chroniona] [system sprzedaży zawarty w platformie [informacja prawnie chroniona] umożliwiającej zarządzanie procesem sprzedaży – UOKiK] będziesz w stanie go znaleźć i ustalić za ile ostatecznie to auto poszło. Rozmowy z klientem miały miejsce w dniach 16-17 maja*”.

Dowód: wiadomość e-mail z 23 maja 2013 r. (15:38); Nadawca: **[informacja prawnie chroniona]**; Adresat: **[informacja prawnie chroniona]** (Kia Polska); Temat: cena Sportage w rejonie :O(, k. 1481d.

- (308) Z kolei w wiadomości z września 2013 r. na politykę sprzedaży **[informacja prawnie chroniona]** „*poniżej ceny zakupu dealera w KMP*” skarżył się przedstawiciel Auto-centrum I.M. Patecki. Zgodnie z przekazanym przez niego sygnałem, dealer **[informacja prawnie chroniona]** miał oferować klientom indywidualnym, po raz kolejny, pojazdy marki Kia Polska w zaniżonych cenach. Na dowód swoich twierdzeń pracownik Auto-centrum I.M. Patecki przedstawił w załączeniu skan umowy sprzedaży samochodu marki Kia przez tego dealera. Skarżący podkreślił, że zaniżanie cen ma negatywny wpływ na wyniki handlowe w

salonach innych dealerów należących do sieci dystrybucyjnej Kia Polska: „*W ten sposób nie mamy możliwości uzyskiwać JAKICHKOLWIEK wyników sprzedaży, nie mówiąc już o aktywności w działaniu i pozyskiwaniu klientów. Bardzo proszę o pełną dyskrecję, ponieważ jest wiele sposobów na jaki może nam wymieniona firma zaszkodzić*”.

Dowód: wiadomość e-mail z 16 września 2013 r. (15:44); Nadawca: [informacja prawnie chroniona] (Kia Polska); Adresat: [informacja prawnie chroniona] (Kia Polska); Temat: FW: Oferta [informacja prawnie chroniona], proszę o dyskrecję, wraz z załącznikiem, k. 1481d.

- (309) Na niestosowanie się do polityki rabatowej obowiązującej w sieci dealerskiej Kia Polska skarżył się również pracownik Autotechnika Woźniak, który w wiadomości e-mail z lutego 2014 r. zwrócił uwagę przedstawicielowi Kia Polska, że dealer [informacja prawnie chroniona] miał złożyć klientom z obszaru Autotechnika Woźniak propozycję zakupu samochodów marki Kia: „*z upustem przekraczającym zdrowy rozsądek*”. Zgodnie z treścią skargi: „*W ostatni piątek 14. lutego zgłosili się do mnie klienci z Piły, którzy oświadczyli, że mają z [informacja prawnie chroniona] ustną ofertę na KIA Sportage. Według konfiguracji z cennik auto powinno kosztować [informacja prawnie chroniona] zł. [informacja prawnie chroniona] zaproponowała im [informacja prawnie chroniona] zł. [informacja prawnie chroniona]!! Upust ponad [informacja prawnie chroniona] % od ceny cennikowej. Poprosiliśmy klientów o dostarczenie tej oferty. Klienci chcieli ją dostarczyć, ale po krótkiej chwili oddzwonili z informacją, że [informacja prawnie chroniona] nie prześle im oferty, bo jak o określili «wiedzą czemu ma to służyć». Po tej informacji sami spróbowaliśmy uzyskać podobną ofertę i ku naszemu zdziwieniu otrzymaliśmy ją i to jeszcze z niższą ceną jak podał nam klient. Zaznaczam, że nie przyznaliśmy się do jakiegokolwiek grupy rabatowej i nie domagaliśmy się specjalnego traktowania. Zaproponowana cena to [informacja prawnie chroniona] zł. czyli o [informacja prawnie chroniona] zł mniej jak podawali nam klienci. W załączeniu kopia maila z [informacja prawnie chroniona]. W związku z zaistniałą sytuacją zapytujemy, jak w takich warunkach prowadzić normalną działalność i jak się do takich działań konkurencji mają ustalenia ze spotkań z dealerami?*”. W odpowiedzi pracownik Kia Polska podziękował za przekazaną informację.

Dowód: wiadomość e-mail z 17 lutego 2014 r. (14:41); Nadawca: [informacja prawnie chroniona] (Kia Polska); Adresat: [informacja prawnie chroniona] (Autotechnika Woźniak); Kopia: [informacja prawnie chroniona] (Autotechnika Woźniak); [informacja prawnie chroniona] (Kia Polska); Temat: RE: [informacja prawnie chroniona] znowu podkopuje nasz rynek, k. 1481d.

- (310) O zaniżonej ofercie sprzedaży informował również [informacja prawnie chroniona], który w wiadomości z lipca 2014 r. zwrócił uwagę pracownikowi Kia Polska odpowiedzialnemu za

rozwój sieci dealerskiej, że dealer **[informacja prawnie chroniona]** przedstawił klientowi ofertę, na której: „*dealerowi zostaje [informacja prawnie chroniona] %, czyli auto sprzedawane praktycznie na 0*”. Ponadto skarżący przedstawił kalkulację ceny i wskazał jaką ofertę powinien był przedstawić dealer: „*Klient zainteresowany jest zakupem samochodu [informacja prawnie chroniona]. Zwróć proszę uwagę na cenę, cena katalogowa [informacja prawnie chroniona] PLN – [informacja prawnie chroniona] %, daje nam kwotę [informacja prawnie chroniona] PLN, a dealer zaoferował samochód za [informacja prawnie chroniona] PLN.*”. W lipcu 2014 r. skargę do Kia Polska przekazał również przedstawiciel dealera **[informacja prawnie chroniona]**, który wysłał link do ogłoszenia na portalu Otomoto z informacją: „*Widzę, że w Rzeszowie [informacja prawnie chroniona] [u dealera [informacja prawnie chroniona] – UOKiK] jakieś Turbo Promocje obowiązują, dzięki którym klient ma mocny argument aby negocjować z innymi salonami.*”.

- Dowody:**
- wiadomość e-mail z 31 lipca 2014 r. (11:22); Nadawca: **[informacja prawnie chroniona]**; Adresat: **[informacja prawnie chroniona]** (Kia Polska); Temat: Oferta konkurencji - KIA Cee'd SW 1.4 M, k. 1481d;
 - wiadomość e-mail z 30 lipca 2014 r. (15:03); Nadawca: **[informacja prawnie chroniona]**; Adresat: **[informacja prawnie chroniona]** (Kia Polska); Temat: Atrakcyjne ceny od dealera na otomoto, k. 1481d.

- (311) Również w wiadomości z października 2014 r. pracownica dealera Autotechnika Woźniak poskarżyła się pracownikowi Kia Polska odpowiedzialnemu za rozwój sieci dealerskiej, że dealer Leszek Liszyński Lee Motors nie przestrzega ustalonego poziomu cen i zaoferował jej klientowi zawyżony rabat: „*(...) Zrobiłam standardową ofertę na samochód – rabat [informacja prawnie chroniona] % aby zostawić sobie widelki do ewentualnej negocjacji. Niestety Pan jak to zwykle bywa zadzwonił do innego dealera i wysłał moją ofertę do tego dealera, a tam zaproponowano mu po zapoznaniu się z moją ofertą nawet do [informacja prawnie chroniona] % rabatu lecz musiał się do nich udać (...) WYMIENIONY DEALER TO LEE MOTORS (...) Po pierwsze: Dane klienta, które zaraz po spotkaniu «wprowadziłam» do [informacja prawnie chroniona] [system obsługujący składanie zamówień przez dealerów Kia Polska – UOKiK]. Po drugie klient był z Czarnkowa czyli teoretycznie z naszego terenu. Po trzecie LEE MOTORS po otrzymaniu mojej oferty nie powinien jej przebijać [podkreślenie własne – UOKiK]*”.

- Dowód:** wiadomość e-mail z 13 października 2014 r. (10:37); Nadawca: **[informacja prawnie chroniona]** (Autotechnika Woźniak); Adresat: **[informacja prawnie chroniona]** (Kia Polska); Temat: RE: LEE MOTORS - konkurencja?, k. 1481d.

- (312) O niestosowaniu się do obowiązującej polityki rabatowej informował Kia Polska również pan Michał Krzewiński (pełniący wówczas obowiązki „pełnomocnika właściciela” Landcar

Dariusz Krzewiński), który w czerwcu 2015 r. przekazał przedstawicielowi Kia Polska wiadomość pracownika Landcar Dariusz Krzewiński opisującą proces negocjacji z klientem. Zgodnie ze skargą, dzień po przedstawieniu oferty przez pracownicę Landcar Dariusz Krzewiński klient: „(...) zadzwonił i powiedział, że chce dostać dodatkowy rabat bo zrobił wywiad i dealer Kia w innej miejscowości przygotował dla niego korzystniejszą ofertę, ja powiedziałam, że moja oferta była naprawdę bardzo dobra i nie chce mi się wierzyć, że jest salon który mając zamówienie z innego salonu Kia potrafi zachować się w taki sposób by przebijać ofertę, Pan powiedział, że dostał ofertę telefonicznie i czeka wiadomość email z ofertą, ja powiedziałam, że podejmę z Panem ponowną rozmowę jak prześle mi rzekomą ofertę na email. Klika godzin później Pan zadzwonił, że ma już ofertę na emailu, ale nie wysłał jej do mnie ponieważ chłopak (jak już wiem Pan [informacja prawnie chroniona] z salonu [informacja prawnie chroniona] [dealer [informacja prawnie chroniona] – UOKiK]) poprosił Pana aby ta oferta do nas nie trafiła i aby zaistniała sytuacja pozostała między nimi, abyśmy później pomiędzy salonami nie mieli «niesmaku». Powiedziałam Panu, że nie mogę wierzyć «na słowo» że dostał taką ofertę ponieważ jest to oferta przygotowana dużo ponad naszą marżę Pan dopowiedział, że dostał jeszcze koła zimowe gratis, oraz to, że chce rozmawiać z Szefem bo nie wie jak to możliwe, że jeden salon robi taką ofertę a drugi praktycznie o [informacja prawnie chroniona] złą niższą.”.

Dowód: wiadomość e-mail z 20 lipca 2015 r. (15:54); Nadawca: Michał Krzewiński (Landcar Dariusz Krzewiński); Adresat: [informacja prawnie chroniona] (Kia Polska); Temat: FW: [informacja prawnie chroniona], k. 16.

- (313) Przykładem innej skargi na nieodpowiadającą ustaleniom wysokość rabatu jest wiadomość e-mail z czerwca 2015 r., w której przedstawiciel dealera [informacja prawnie chroniona] w wiadomości do pracownika Kia Polska odniósł się w następujący sposób do oferty przedstawionej klientowi przez dealera z Białegostoku: „Pomijając fakt, że na «nie swoim terenie», to jeszcze wprowadzanie klienta w błąd i sprzedaż na grubym minusie.... W pierwszej chwili myślałem, że może chodzi o auto z zeszłego rocznika ale w takim razie nie zgadzałyby się cena katalogowa - w każdym razie coś nie gra... Pani Klaudia to córka naszego kierownika działu blacharsko - lakierniczego. Zrobiłem jej ofertę po znajomości ale «po bożemu», zostając na minimalnej marży, [informacja prawnie chroniona] itd. I okazuje się, że jesteśmy drożsi o [informacja prawnie chroniona] zł.....!!!!!!! No chyba, że są jakieś rabaty «dla firm» o których nie wiem !?!?!?!?”. W dalszej korespondencji na pytanie pracownika Kia Polska czy przedstawiciel [informacja prawnie chroniona] kontaktował się z dealerem z Białegostoku, pracownik tego dealera odpowiedział: „[informacja prawnie chroniona], prosiłeś, żeby każdy przypadek zaniżonej oferty zgłaszać Tobie więc zgłaszam [podkreślenie własne – UOKiK]. Wiadomo, że każdy chce sprzedawać, każdy może zjeżdżać

ze swojej marży itd. ale jeśli dbamy o standardy obsługi klienta to uważam, że zostały one tutaj poważnie naruszone. Podawanie takiej ceny argumentując ją rabatem dla firmy (wg. tabeli rabatowej nie ma czegoś takiego [informacja prawnie chroniona]) jest ewidentnym wprowadzaniem klienta w błąd. Jeśli jest to oferta obowiązująca w [informacja prawnie chroniona] [ang. „[informacja prawnie chroniona]” tj. oferta obowiązująca w ramach wynajmu długoterminowego – UOKiK], to powinno to być w takiej ofercie zaznaczone, nie sądzisz? Jeśli nie, to dealer jest [informacja prawnie chroniona] z poniżej ceny zakupu (nie mówiąc o PDI [ang. „Pre-Delivery-Inspection” tj. pierwsze badanie techniczne samochodu polegające na jego sprawdzeniu przed sprzedażą – UOKiK] i tym bardziej nie mają prawa takiej oferty złożyć!!!”.

- Dowody:**
- wiadomość e-mail z 23 czerwca 2015 r. (15:33); Nadawca: [informacja prawnie chroniona] (Kia Polska); Adresat: [informacja prawnie chroniona] (Kia Polska); Temat: FW: Proszę o pomoc w wyjaśnieniu oferty, k. 1481d;
 - wiadomość e-mail z 24 czerwca 2015 r. (20:10); Nadawca: [informacja prawnie chroniona] (Kia Polska); Adresat: [informacja prawnie chroniona]; Kopia: [informacja prawnie chroniona] (Kia Polska); Temat: RE: Proszę o pomoc w wyjaśnieniu oferty, k. 1481d.

- (314) W grudniu 2015 r. pracownik dealera [informacja prawnie chroniona] przekazał przedstawicielowi Kia Polska cztery linki z prośbą o dokonanie przez Kia Polska weryfikacji, czy ogłoszenia opublikowane przez tego dealera są prawidłowe. Podobnie w innej wiadomości z grudnia 2015 r. pracownik Autotechnika Woźniak przesłał do przedstawiciela Kia Polska link do ogłoszenia na portalu Otomoto innego dealera, z komentarzem: „*Hej Bartku, Nie chciał bym skarżyć..... ale nie chcę zostać dłużny:]* jakoś nie umiem przeliczyć, żeby to auto wychodziło w takiej cenie:]”.

- Dowody:**
- wiadomość e-mail z 7 grudnia 2015 r. (15:04); Nadawca: [informacja prawnie chroniona] (Auto Marketing); Adresat: [informacja prawnie chroniona] (Kia Polska); Temat: Ogłoszenia, k. 1481d;
 - wiadomość e-mail z 11 grudnia 2015 r. (12:46); Nadawca: [informacja prawnie chroniona] (Auto Marketing); Adresat: [informacja prawnie chroniona] (Kia Polska); Temat: Ogłoszenie Otomoto, k. 1481d.

- (315) W kontekście przekazywania skarg dealerów do Kia Polska należy zwrócić uwagę na wiadomość skierowaną do pracowników Kia Polska przez pracownika [informacja prawnie chroniona] w listopadzie 2016 r. o treści: „*Mielibyśmy gorącą prośbę skoro wielokrotnie rozmawialiśmy o ofertach w innych salonach. Czy mógłbyś porozmawiać z kierownikiem tego salonu, żeby nie zdejmowali gaci* [sprzedawali poniżej ustalonej w sieci dealerskiej ceny –

UOKiK] i na starcie dawali [informacja prawnie chroniona] % na Sportage GT-Line'a 2WD 6MT [informacja prawnie chroniona]?". Do skargi nadawca powyższej wiadomości dołączył zrzut ekranu z ofertą dealera [informacja prawnie chroniona] zamieszczoną na portalu Otomoto. Pracownik Kia Polska, któremu przekazano wiadomość, odpisał innemu pracownikowi Kia Polska wskazującemu, że podsyła mu „kolejny kwiatek z Lublina”, że na spotkaniu z dealerem temat ten zostanie poruszony. W listopadzie 2016 r. skargę do Kia Polska wysłał również dealer [informacja prawnie chroniona], który przekazał innemu pracownikowi Kia Polska wiadomość pracownika dealera z linkiem do oferty na portalu Otomoto: „*LUDZIE NAS SPRAWDZAJA A NA NECIE TAKIE OFERTY; na samochodzie jest [informacja prawnie chroniona] zostawione. TAK NIE MOŻNA ROBIĆ! Wszystkie ma tak wystawione !*”.

- Dowody:**
- wiadomość e-mail z 18 listopada 2016 r. (10:59); Nadawca: [informacja prawnie chroniona] (Kia Polska); Adresat: [informacja prawnie chroniona] (Kia Polska), [informacja prawnie chroniona] (Kia Polska); Kopia: [informacja prawnie chroniona] (Kia Polska), [informacja prawnie chroniona] (Kia Polska); Temat: RE: Oferta Sportage allegro, k. 1481d;
 - wiadomość e-mail z 23 listopada 2016 r. (14:50); Nadawca: [informacja prawnie chroniona] (Kia Polska); Adresat: [informacja prawnie chroniona] (Kia Polska), [informacja prawnie chroniona] (Kia Polska), [informacja prawnie chroniona] (Kia Polska), [informacja prawnie chroniona] (Kia Polska); Temat: FW: Co to ma być, k. 1481d.

- (316) Natomiast w wiadomości z marca 2017 r. przedstawiciel Marvel zakwestionował ofertę przygotowaną przez dealera Leszka Liszyńskiego Lee Motors i przekazał ją, dodając do wiadomości pana Pawła Białkowskiego (Marvel), bezpośrednio do przedstawiciela Kia Polska zatrudnionego na stanowisku kierownika sprzedaży flotowej, prosząc o przeprowadzenie przez Kia Polska interwencji u dealera Leszek Liszyński Lee Motors.

- Dowód:** wiadomość e-mail z 17 marca 2017 r. (11:56); Nadawca: [informacja prawnie chroniona] (Marvel); Adresat: [informacja prawnie chroniona] (Kia Polska); Temat: FW: Rio dla OSK w LEE MOTORS, wraz z załącznikiem, k. 1481d.

- (317) Z kolei w wiadomości z czerwca 2017 r. przedstawicielka Autotechnika Woźniak wskazała pracownikowi Kia Polska kilka przykładowych ogłoszeń z Otomoto, w których ceny nie zgadzają się z cenami z cennika Kia Polska. Wiadomość została przesłana wewnątrz Kia Polska z następującym komentarzem: „*Kilka ofert z netu. Zobaczcie, Tam jest [informacja prawnie chroniona] [dealer [informacja prawnie chroniona] – UOKiK], [informacja prawnie chroniona] [dealer [informacja prawnie chroniona] – UOKiK], [informacja*

prawnie chroniona] [dealer **[informacja prawnie chroniona]** – UOKiK], **[informacja prawnie chroniona]** [dealer **[informacja prawnie chroniona]** – UOKiK] ... *Ja moich obrobię*”. W odpowiedzi jeden z adresatów wiadomości napisał: „Ok. tylko teraz jakie mają zarzuty?? Która cena i jak odbiega? Poza tym: **[informacja prawnie chroniona]** sprzedaje stare RIO Kurczę... poświęcili trochę czasu na analizę konkurencji....”. Na powyższe pytanie pracownik zajmujący się rozwojem sieci dealerskiej w Kia Polska odpowiedział: „Rozmawiałem Poniżej cennika”.

Dowód: wiadomość e-mail z 6 czerwca 2017 r. (15:07); Nadawca: **[informacja prawnie chroniona]** (Kia Polska); Adresat: **[informacja prawnie chroniona]** (Kia Polska); Kopia: **[informacja prawnie chroniona]** (Kia Polska), **[informacja prawnie chroniona]** (Kia Polska); Temat: Re: oferty z otomoto, k. 1481d.

- (318) Podobnie ze skargą do Kia Polska zwrócił się w lipcu 2017 r. pracownik dealera **[informacja prawnie chroniona]**, który przekazał przedstawicielowi Kia Polska link do oferty wystawionej przez dealera **[informacja prawnie chroniona]** na portalu Otomoto. W wiadomości wskazał na cenę katalogową i tę z ogłoszenia, która była zaniżona w stosunku do ceny z katalogu. Wiadomość została przekazana wewnątrz Kia Polska, m.in. do pana Wojciecha Szyszko (Kia Polska) i Leszka Sukiennika (Kia Polska).

Dowód: wiadomość e-mail z 26 lipca 2017 r. (9:15); Nadawca: **[informacja prawnie chroniona]** (Kia Polska); Adresat: Wojciech Szyszko (Kia Polska), Leszek Sukiennik (Kia Polska); Temat: FW: OTOMOTO, k. 1481d.

- (319) Politykę cenową innych dealerów Kia Polska kwestionował również przedstawiciel Autotechniki Woźniak, który w lutym 2018 r. podesłał Kia Polska ofertę **[informacja prawnie chroniona]** opublikowaną na stronie Otomoto z komentarzem: „*jak z nim walczyć i jak zaoferować klientowi takie auto w takiej cenie????*”.

Dowód: wiadomość e-mail z 14 lutego 2018 r. (15:10); Nadawca: **[informacja prawnie chroniona]** (Autotechnika Woźniak); Adresat: **[informacja prawnie chroniona]** (Kia Polska); Temat: oferta z **[informacja prawnie chroniona]**, k. 1481d.

- (320) W marcu 2018 r. na zaniżone ceny sprzedaży samochodu marki Kia skarżył się przedstawiciel Marvel, który poprosił przedstawiciela Kia Polska o weryfikację w jakiej formie dealer **[informacja prawnie chroniona]** sprzedał samochód klientowi, ponieważ jak wskazał: „*Cena niższa o **[informacja prawnie chroniona]**. Bardzo proszę o info zwrotne*”.

Dowód: wiadomość e-mail z 8 marca 2018 r. (21:56); Nadawca: **[informacja prawnie chroniona]** (Marvel); Adresat: **[informacja prawnie chroniona]** (Kia Polska);

Kopia: [informacja prawnie chroniona] (Marvel); Temat: FW: STINGER Kupiony u konkurencji, k. 1481d.

- (321) W marcu 2018 r. skargę do Kia Polska skierował również przedstawiciel Landcar, który dodając do wiadomości pana Michała Krzewińskiego (Landcar), poinformował pracownika Kia Polska, że otrzymał od klienta informację, że dealer [informacja prawnie chroniona] zaproponował temu klientowi korzystniejszą cenowo ofertę zakupu: „*Jak możemy prowadzić uczciwą sprzedaż, mogąc jeszcze zarobić na prowadzonych transakcjach? W załączniku przesyłam skan oferty jaką klient otrzymał drogą elektroniczną*”. Na potwierdzenie swoich twierdzeń pracownik Landcar przedstawił dokładne wyliczenia zaoferowanej przez dealera ceny, potwierdzające, że zaproponowana cena została zaniżona.

Dowód: wiadomość e-mail z 15 marca 2018 r. (12:36); Nadawca: [informacja prawnie chroniona] (Kia Polska); Adresat: [informacja prawnie chroniona] (Kia Polska); Temat: Re: Kia Cee'd - oferta [informacja prawnie chroniona], wraz z załącznikiem, k. 1481d.

- (322) Podobnie wiadomością z lipca 2018 r. skargę do Kia Polska przesłał przedstawiciel Wadowskich: „*Panowie w załączeniu oferta, którą przyniósł mi klient na nowego Ceeda z [informacja prawnie chroniona]. Ciężko jest walczyć z taką ceną bo to nawet nie jest zakup +500 !!*”. Następnie przedmiotowa wiadomość została przekazana przez adresata do innych pracowników Kia Polska.

Dowód: wiadomość e-mail z 13 lipca 2018 r. (12:46); Nadawca: [informacja prawnie chroniona] (Kia Polska); Adresat: [informacja prawnie chroniona] (Kia Polska); Kopia: [informacja prawnie chroniona] (Kia Polska), [informacja prawnie chroniona] (Kia Polska), [informacja prawnie chroniona] (Kia Polska), [informacja prawnie chroniona] (Kia Polska); Temat: FW: Kia Ceed – oferta konkurencji, k. 1481d.

- (323) W październiku 2018 r. ze skargą do Kia Polska wystąpił również dealer Auto-Centrum I.M. Patecki, który przesłał swojemu opiekunowi handlowemu w Kia Polska korespondencję z klientem, który zdaniem skarżącego posiadał „*ofertę nie do wykonania*”. Wraz ze skargą dealer załączył ofertę przekazaną przez klienta pochodzącą od innego dystrybutora Kia Polska oraz ofertę, którą obliczył dla klienta samodzielnie, wskazując jednocześnie: „*Mowa o Kii Ceed 1.4 100 KM L Blue Flame katalogowo kosztuje [informacja prawnie chroniona] zł + [informacja prawnie chroniona] zł za lakier metalizowany = [informacja prawnie chroniona] zł, po maksymalnym rabacie ([informacja prawnie chroniona] % + [informacja prawnie chroniona] % [informacja prawnie chroniona]) cena naszego zakupu to [informacja prawnie chroniona] zł a gdzie do tego jeszcze [informacja prawnie*

chroniona]... *Co w takiej sytuacji mamy zrobić? Niestety to kolejny taki przypadek...*
Dziękuję z góry za odpowiedź [podkreślenie własne – UOKiK]”.

Dowód: wiadomość z 19 października 2018 r. (16:50); Nadawca: **[informacja prawnie chroniona]** (Auto-Centrum I.M. Patecki); Adresat: **[informacja prawnie chroniona]** (Kia Polska); Temat: Kolejny stracony klient, k. 1708b.

- (324) Na zaniżone oferty w sieci dystrybucyjnej Kia Polska skarżyła się również przedstawicielka dealera **[informacja prawnie chroniona]**, która w wiadomości z października 2018 r. poinformowała pracownika Kia Polska, że **[informacja prawnie chroniona]** oraz Odyssey sp. z o.o. **[informacja prawnie chroniona]** przedstawili klientowi zaniżone oferty sprzedaży: „Po rozmowie z Panem **[informacja prawnie chroniona]** właścicielem firmy **[informacja prawnie chroniona]**., który szuka dobrej oferty na KIA STINGER, POINFORMOWAŁ MNIE ŻE OD DEALERA : - **[informacja prawnie chroniona]** otrzymał **[informacja prawnie chroniona]** zł brutto od kierownika Dyrektora Handlowego -Wadowskiego z Nowego Targu **[informacja prawnie chroniona]** zł brutto -A Pan **[informacja prawnie chroniona]** z Warszawy zaproponował **[informacja prawnie chroniona]** zł brutto Klient podczas rozmowy powiedział, że sam jest handlowcem i nie prześlę ofert, które otrzymał a tą jedną szybko zablokował. *Możesz zaobserwować po prostu który z dealerów spisz KIA STINGER, ponieważ klient na pewno zamówi* [podkreślenie własne – UOKiK]. Firma **[informacja prawnie chroniona]** otrzymała z Działu Floty **[informacja prawnie chroniona]** % dla klienta (**[informacja prawnie chroniona]** % marży i **[informacja prawnie chroniona]** % wsparcia) Oferta dla klienta powinna wynosić : **[informacja prawnie chroniona]** zł brutto (+ / - **[informacja prawnie chroniona]** % → bo wiadomo , że tak drogi samochód to klient jest wymagający) Cena na zero = **[informacja prawnie chroniona]** zł (cena katalogowa – **[informacja prawnie chroniona]** % {marża + wsparcie})”. Powyższa wiadomość została przekazana przez pracownika Kia Polska wewnątrz spółki. W odpowiedzi jeden z adresatów wiadomości skomentował: „(...) **[informacja prawnie chroniona]** już mnie wku**ia [słowo niecenzuralne wykropkowane – UOKiK], ale pierwsze słyszę że ktoś ich przebija.. **[informacja prawnie chroniona]**?!”.

Dowód: wiadomość e-mail z 22 października 2018 r. (17:57); Nadawca: **[informacja prawnie chroniona]** (Kia Polska); Adresat: **[informacja prawnie chroniona]** (Kia Polska), **[informacja prawnie chroniona]** (Kia Polska); Kopia: **[informacja prawnie chroniona]** (Kia Polska), **[informacja prawnie chroniona]** (Kia Polska); Temat: ODP: ZAPYTANIE OFERTOWE, k. 1481d.

- (325) W innym przypadku, w styczniu 2019 r. pracownik Wrobud przesłał wiadomość e-mail do pracownika Kia Polska, w której wskazał, że klient, któremu poświęcił czas na wprowadzenie do marki Kia m.in. przedstawiając ofertę oraz odbywając z nim jazdę testową, otrzymał ofertę

od innego dealera Kia Polska. Pracownik Wrobud zwrócił uwagę, że pomimo tego że klient jest osobą fizyczną i nie prowadzi działalności gospodarczej, otrzymał na dany model samochodu rabat w wysokości **[informacja prawnie chroniona]** %, który jego zdaniem nie jest mu należny. W treści wiadomości wskazał: „*Dodatkowo salon ten zasłania się przyznaniem [informacja prawnie chroniona]*”. Pracownik Wrobud zwrócił się do Kia Polska o „*zblokowanie tego klienta i interwencję*”.

Dowód: wiadomość e-mail z 18 stycznia 2019 r. (15:56); Nadawca: **[informacja prawnie chroniona]** (Wrobud); Adresat: **[informacja prawnie chroniona]** (Kia Polska); Kopia: Agnieszka Adrjan (Wrobud); Temat: FW: Kia Ceed L+BL+WIN+JBL+FUN, k. 1481c.

- (326) Natomiast w lutym 2019 r. pracownik dealera Wrobud zwrócił się do kierownika sprzedaży flotowej z informacją o stosowaniu przez jednego z warszawskich dealerów Kia Polska zaniżonych cen sprzedaży modelu samochodu z rocznika 2019: „*Od kilku dni walczę o Klienta na nasze stockowe [samochody nieprzypisane do klientów i znajdujące się na stanie magazynowym – UOKiK] Rio z RP 2018. Tymczasem Klient u jednego z warszawskich Dealerów dostaje tańszą ofertę na rocznik 2019*”. Jednocześnie przekazując skargę poprosił o zapoznanie się z ofertą i „*stosowną reakcję*”.

Dowód: wiadomość e-mail z 13 lutego 2019 r. (16:06); Nadawca: **[informacja prawnie chroniona]** (Wrobud); Adresat: **[informacja prawnie chroniona]** (Kia Polska); Temat: Prośba o sprawdzenie oferty, k. 1481d.

- (327) W innej wiadomości z czerwca 2019 r. pracownik dealera **[informacja prawnie chroniona]** skierował do pracownika Kia Polska prośbę o sprawdzenie ogłoszeń opublikowanych na portalu Otomoto z ofertami zakupu samochodów marki Kia Polska, ponieważ zdaniem nadawcy tej wiadomości: „*Mają dodatkowe rabaty w cenie*”. Powyższa wiadomość została dalej przekazana wewnątrz Kia Polska.

Dowód: wiadomość e-mail z 12 czerwca 2019 r. (17:01); Nadawca: **[informacja prawnie chroniona]** (Kia Polska); Adresat: **[informacja prawnie chroniona]** (Kia Polska), **[informacja prawnie chroniona]** (Kia Polska); Temat: Fwd: ciekawe ogłoszenia, k. 1481d.

- (328) Wiadomość zawierającą skargę na politykę rabatową innego dealera przekazała również przedstawicielka Marvel, która w wiadomości z grudnia 2019 r. napisała do przedstawiciela Kia Polska: „**[informacja prawnie chroniona]** [pracownik Kia Polska zatrudniony na stanowisku Specjalisty ds. Rozwoju Sieci Dealerskiej – UOKiK] *miałam przyjęte zamówienie na KIA VENGA od klienta [informacja prawnie chroniona]* [system sprzedażowy zawarty w platformie **[informacja prawnie chroniona]** umożliwiający zarządzanie procesem

sprzedaży – UOKiK] **[informacja prawnie chroniona]**, *niestety klient wycofał się gdyż któryś z lokalnych dealerów zaproponował ten samochód oddając całą marżę i wyprzedaż i akcesoria w cenie. Grzecznie pytam czy tak powinna wyglądać sprzedaż?*”. W odpowiedzi adresat wiadomości zapytał, czy skarżący wie, który dealer złożył taką ofertę, na co przedstawicielka Marvel odpowiedziała, że nie wie, ale być może dealer ten złożył wniosek w platformie **[informacja prawnie chroniona]**.

Dowód: wiadomość e-mail z 9 grudnia 2019 r. (13:50); Nadawca: **[informacja prawnie chroniona]** (Marvel); Adresat: **[informacja prawnie chroniona]** (Kia Polska); Temat: RE: KONKURENCYJNA OFERTA, k. 1481d.

- (329) Na otrzymywanie skarg od uczestników sieci dealerskiej Kia Polska wskazuje również wiadomość e-mail ze stycznia 2020 r., w której pracownik dealera **[informacja prawnie chroniona]** zwrócił uwagę Kia Polska, dodając do wiadomości m.in. pana Leszka Sukiennika (Kia Polska), że dealer otrzymał od swojego kontrahenta informację o uzyskaniu niższej oferty od innego dystrybutora marki Kia: *„Przed chwilą dostaliśmy wiadomość (poniżej) że przebija nas inny salon KIA. Przedstawione przez nas ceny wynikały z przyznanej przez Pana grupy rabatowej plus delikatna korekta w dół ok **[informacja prawnie chroniona]** zł na sztuce, **[informacja prawnie chroniona]** (...) W odpowiedzi na poniższego maila w dniu dzisiejszym prześlę do firmy **[informacja prawnie chroniona]** dodatkową ofertę o którą proszę, a także wyjaśnienie że wspomnianą przez nich kontroferta z pewnością jest nieporozumieniem ponieważ polski importer ma spójną i jednorodną politykę cenową. Proszę także o wyjaśnienie sprawy względem potencjalnego nieuczciwego dealera KIA. Jeżeli tylko uda nam się uzyskać od klienta jego nazwę niezwłocznie Pana poinformujemy* [podkreślenie własne – UOKiK]”.

Dowód: wiadomość e-mail z 24 stycznia 2020 r. (16:04); Nadawca: **[informacja prawnie chroniona]**; Adresat: **[informacja prawnie chroniona]** (Kia Polska); Kopia: Leszek Sukiennik (Kia Polska), **[informacja prawnie chroniona]**; Temat: FW: **[informacja prawnie chroniona]** - oferta KIA MOTORS cz. 2, k. 1481d.

- (330) Ponadto w wiadomości e-mail z kwietnia 2020 r. przedstawiciel Wadowskich zwrócił uwagę pracownikowi Kia Polska odpowiedzialnemu za rozwój sieci dealerskiej, że klient poinformował dealera, że na portalu Otomoto znalazł ofertę zakupu samochodu marki Kia przygotowaną przez dealera **[informacja prawnie chroniona]** i zwrócił się z pytaniem: *„czy byłaby możliwość jakiegoś zbliżenia się do tej w/w kwoty albo jakiś gratis do auta?”*. Przekazując powyższą wiadomość do Kia Polska pracownik Wadowskich wskazał: *„Tak wygląda obecnie niestety rabatowanie i ofertowanie... Finalnie samochód sprzedałem, ale cenę również musiałem zrobić po tzw. «bandzie»”*. Natomiast w innej wiadomości z kwietnia 2020 r. pan Michał Krzewiński (Landcar) przekazał przedstawicielowi Kia Polska wiadomość

zawierającą skargę jego pracownika na zaniżone ceny zawarte w ogłoszeniu na portalu internetowym i psucie rynku sprzedaży samochodów marki Kia przez Internet.

- Dowody:**
- wiadomość e-mail z 24 kwietnia 2020 r. (12:09); Nadawca: **[informacja prawnie chroniona]** (Wadowscy); Adresat: **[informacja prawnie chroniona]** (Kia Polska); Kopia: **[informacja prawnie chroniona]** (Wadowscy); Temat: Ofertowanie i sprzedaż w okresie kryzysu, k. 1481d;
 - wiadomość e-mail z 1 kwietnia 2020 r. (14:58); Michał Krzewiński (Landcar); Adresat: **[informacja prawnie chroniona]** (Kia Polska); Temat: FW: Oferta na Kia Ceed - zaniżone ceny !!!, k. 19.

- (331) W innym przypadku, w wiadomości z sierpnia 2020 r. pracownik **[informacja prawnie chroniona]** zwrócił się do Kia Polska ze skargą na udostępnienie przez dealera **[informacja prawnie chroniona]** ogłoszenia zawierającego kalkulacje cen dla wybranych modeli samochodów marki Kia wraz ze wskazaniem ceny podstawowej, ceny katalogowej i rabatu wynikającego z polityki flotowej Kia Polska. Zgodnie z treścią skargi: „*W związku z nieuczciwą konkurencją ze strony [informacja prawnie chroniona] polegającą na oficjalnym umieszczeniu w wewnętrznej sieci [informacja prawnie chroniona] informacji o rabatach wyższych niż oficjalnie przysługują w ramach polityki flotowej* [podkreślenie własne – UOKiK] (załącznik nr 7 – **[informacja prawnie chroniona]**) wzywamy wspomnianego dealera do: - natychmiastowego doprowadzenia do usunięcia załączonej propozycji z sieci intranet grupy **[informacja prawnie chroniona]** – do jutra do godz. 12:00 - przesłanie do odpowiedniego działu w **[informacja prawnie chroniona]** sprostowania i przeprosin o zaistniałej pomyłce w przeliczaniu rabatu”. Pan Leszek Sukiennik (Kia Polska) przekazał wiadomość do wewnątrz Kia Polska wskazując: „Drodzy, Proszę zrobić z tym porządek.”. W ramach powołanej korespondencji, kierownik sprzedaży flotowej odpowiadając na wiadomość od pracownika **[informacja prawnie chroniona]** wyjaśnił, że rabaty określone w polityce flotowej powinny zostać przekazane klientowi w minimalnej wysokości. Wskazał również: „*Natomiast mam nieodparte wrażenie, że forma komunikacji między Dealerami jest daleka od ideału*” i zaproponował spotkanie Kia Polska z dealerami w celu wyjaśnienia sytuacji, na co zgodzili się dealerzy **[informacja prawnie chroniona]** oraz **[informacja prawnie chroniona]**. Do powyższej wiadomości odniósł się pan Leszek Sukiennik (Kia Polska), który w ramach wewnętrznej korespondencji zalecił pracownikom: „*Proszę o daleko idącą ostrożność w prowadzeniu takich korespondencji i rozmów przez zoom’a, aby nie było cienia wątpliwości, że nie wpływamy na ostateczną cenę oferty. Absolutnie nie może być rozmów o jakiegokolwiek regulacji – tak jak napisałeś – ponad to co jest napisane w biuletynie flotowym. Jeżeli będziesz potrzebował pomocy w zakresie tego call’a jestem do dyspozycji. Do CC włączam [informacja prawnie chroniona]* [pracownicę Kia Polska zatrudnioną na

stanowisku [informacja prawnie chroniona]– UOKiK], której wsparcie w tym temacie będzie bardzo cenne”.

- Dowody:**
- wiadomość e-mail z 6 sierpnia 2020 r. (15:46); Nadawca: Leszek Sukiennik (Kia Polska); Adresat: [informacja prawnie chroniona] (Kia Polska), [informacja prawnie chroniona] (Kia Polska); Temat: PD: Rabat [informacja prawnie chroniona] w [informacja prawnie chroniona], k. 1481d;
 - wiadomość e-mail z 7 sierpnia 2020 r. (08:21); Nadawca: [informacja prawnie chroniona] (Kia Polska); Adresat: [informacja prawnie chroniona]; Kopia: Leszek Sukiennik (Kia Polska), [informacja prawnie chroniona] (Kia Polska), [informacja prawnie chroniona] (Kia Polska), [informacja prawnie chroniona] (Kia Polska), [informacja prawnie chroniona] (Kia Polska); Temat: RE: Rabat [informacja prawnie chroniona] w [informacja prawnie chroniona], k. 1481d;
 - wiadomość e-mail z 7 sierpnia 2020 r. (10:13); Nadawca: [informacja prawnie chroniona]; Adresat: [informacja prawnie chroniona] (Kia Polska); [informacja prawnie chroniona]; Kopia: Leszek Sukiennik (Kia Polska), [informacja prawnie chroniona] (Kia Polska), [informacja prawnie chroniona] (Kia Polska), [informacja prawnie chroniona] (Kia Polska), [informacja prawnie chroniona] (Kia Polska); Temat: RE: Rabat [informacja prawnie chroniona] w [informacja prawnie chroniona], k. 1481d;
 - wiadomość e-mail z 12 sierpnia 2020 r. (11:06); Nadawca: [informacja prawnie chroniona] (Kia Polska); Adresat: Leszek Sukiennik (Kia Polska); Kopia: [informacja prawnie chroniona] (Kia Polska); Temat: FW: RE: Rabat [informacja prawnie chroniona] w [informacja prawnie chroniona], k. 1481d;
 - wiadomość e-mail z 7 sierpnia 2020 r. (09:18); Nadawca: Leszek Sukiennik (Kia Polska); Adresat: [informacja prawnie chroniona] (Kia Polska); Kopia: [informacja prawnie chroniona] (Kia Polska); Temat: ODP: Rabat [informacja prawnie chroniona] w [informacja prawnie chroniona], k. 1481d.

- (332) W innej wiadomości z sierpnia 2020 r. pracownik dealera [informacja prawnie chroniona] zwrócił się do pracowników Kia Polska, m.in. do pana Leszka Sukiennika, z prośbą o zdyscyplinowanie dealera [informacja prawnie chroniona] aby w ogłoszeniach na stronach internetowych nie publikował ogłoszeń z zaniżonymi cenami: „Czy możemy poprosić o zdyscyplinowanie dealera z Włocławka aby już na starcie nie oddawał całej marży na samochodzie (w formie ogłoszenia na stronie internetowej)”.

Dowód: wiadomość e-mail z 14 sierpnia 2020 r. (16:07); Nadawca: **[informacja prawnie chroniona]** (Kia Polska); Adresat: **[informacja prawnie chroniona]** (Kia Polska); Temat: Fwd: Promocje we Włocławku, k. 1481d.

- (333) Z kolei w wiadomości e-mail z października 2020 r. wysłanej przez przedstawiciela Autocentrum Patecki do przedstawiciela Kia Polska, pracownik dealera opisał proces przedstawienia oferty klientowi: „Przesłałem mu ofertę na auto z **[informacja prawnie chroniona]**. Zdziwiony był gdy w konkurencyjnym salonie dostał lepszą ofertę, poprosiłem go by mi ją przedstawił bo nie wierzyłem, że cena podana przez niego jest wiarygodna. Więc przesłał mi poniższą wiadomość, to jest pomyłka ze strony handlowca ? Jak to można interpretować? Dane małżonki w wycenie. Jego pytanie «czy się zrównam to zamawia u mnie»”. W odpowiedzi drugi pracownik Autocentrum Patecki, który został dodany do powyższej wiadomości przez nadawcę, dodał: „Cena katalogowa: **[informacja prawnie chroniona]** zł brutto Rabat przysługujący: % Cena zł brutto - prawidłowa Cena zakupu z **[informacja prawnie chroniona]** zł Cena innego dealera: **[informacja prawnie chroniona]** Taniej o **[informacja prawnie chroniona]** zł **[informacja prawnie chroniona]**. W zeszłym tygodniu również odmówiłem sprzedaży samochodu Kia Sportage przez zbyt niską cenę w innym salonie KIA” i poprosił Kia Polska o interwencję w tej sprawie.

Dowód: wiadomość e-mail z 13 października 2020 r. (11:13); Nadawca: **[informacja prawnie chroniona]** (Autocentrum Patecki); Adresat: **[informacja prawnie chroniona]** (Autocentrum Patecki), **[informacja prawnie chroniona]** (Kia Polska); Kopia: Marek Patecki (Autocentrum Patecki); Temat: RE: Kwestia rabatu - Sandomierz, wraz z załącznikiem, k. 1481d.

- (334) W grudniu 2020 r. przedstawiciel Marvel poinformował Kia Polska o ofercie Landcar, która w jego opinii była niezgodna z obowiązującą polityką flotową, ponieważ ten dealer miał zastosować zbyt wysoki rabat. Na potwierdzenie swoich twierdzeń pracownik Marvel w załączeniu przekazał zaniżoną ofertę Landcar i wskazał: „W załączeniu screen z oferty którą przygotowała **[informacja prawnie chroniona]** [pracownica Landcar – UOKiK] dla klienta. Oferta zrobiona jest na **[informacja prawnie chroniona]** % upustu a klientowi przysługuje rabat **[informacja prawnie chroniona]** %. Nieoficjalnie Wiola dowiedziała się, że Landcar dostał identyczny upust **[informacja prawnie chroniona]** %. W takim razie Landcar oddał całą marżę wsparcie Kia oraz **[informacja prawnie chroniona]** (...) Rozumiem, że każdy chce sprzedać auto, ale myślałem że obowiązuje wspólna polityka flotowa wszystkich dealerów”.

Dowód: wiadomość e-mail z 16 grudnia 2020 r. (19:57); Nadawca: [informacja prawnie chroniona] (Kia Polska); Adresat: [informacja prawnie chroniona] (Kia Polska); Temat: Fwd: Oferta Landcaru Kia Sorento, wraz z załącznikiem, k. 19.

- (335) O zawyżaniu poziomu rabatów w sieci dealerskiej Kia informowała również przedstawicielka [informacja prawnie chroniona] w wiadomości z marca 2021 r., która wysłała do pracownika Kia Polska następującą prośbę: „*Proszę o sprawdzenie i wyjaśnienie sytuacji jaka miała miejsce. W dniu 10 marca zostały zamówione 4 e-NIRO na [informacja prawnie chroniona], po trzech miesiącach negocjacji rozmów i załatwiania kontraktu. Najpierw [informacja prawnie chroniona] [Kia Motors Polska – UOKiK] odrzuca wniosek flotowy [informacja prawnie chroniona] i [informacja prawnie chroniona] bez wyjaśnienia (rozumiem że wniosek został odrzucony z powodu wpisu [informacja prawnie chroniona] sama do tego doszłam po weryfikacji), po czym trzy dni później klient otrzymuje ofertę na [informacja prawnie chroniona] % rabatu, Klient nie ma żadnych przesłanek do tak dużego rabatu – działanie na niekorzyść sieci i marki. Gratuluje jeśli zaczynamy wchodzić w rynek samochodów niskoemisyjnych z takimi rabatami*”. Powyższa wiadomość została przekazana przez kierownika regionalnego w Kia Polska do opiekuna handlowego dealera [informacja prawnie chroniona] z poleceniem sprawdzenia oferty „*Bo chyba przegięli z rabatem. [informacja prawnie chroniona] sprzedaje pod wodą [poniżej ustalonej w sieci dealerskiej ceny – UOKiK]*”.

Dowód: wiadomość e-mail z 17 marca 2021 r. (10:49); Nadawca: [informacja prawnie chroniona] (Kia Polska); Adresat: [informacja prawnie chroniona] (Kia Polska); Temat: PD: Oferta e-Niro, k. 1481d.

- (336) Na podstawie zgromadzonego w sprawie materiału dowodowego, Prezes Urzędu ustalił, że Kia Polska weryfikowała ceny i interweniowała w sytuacji nieprzestrzegania przez dealerów ustalonych cen, zarówno w aspekcie odsprzedaży samochodów marki Kia w cenach poniżej ustalonej ceny, jak również w zakresie publikowania ogłoszeń z cenami niższymi niż te wskazane w obowiązującym cenniku marki Kia. Interwencje były podejmowane zarówno na skutek sygnałów od uczestników sieci dealerskiej, jak i samodzielnej weryfikacji ofert przez Kia Polska. Opiekunowie handlowi dealerów Kia Polska zwracali się z pytaniami do poszczególnych dystrybutorów w przypadku, kiedy przedstawiana przez nich oferta budziła wątpliwości co do ceny.
- (337) Przykładowo pracownik dealera [informacja prawnie chroniona] w wiadomości z marca 2013 r. wysłał Kia Polska linki do ogłoszeń na portalu Otomoto zamieszczonych przez innego dealera i zwrócił uwagę Kia Polska na ceny samochodu tej marki Kia w ogłoszeniach.

W odpowiedzi na przesłaną wiadomość pracownik Kia Polska wskazał: „*Załatwione Dziękuję za sygnał*”.

Dowód: wiadomość e-mail z 26 marca 2013 r. (14:47); Nadawca: **[informacja prawnie chroniona]** (Kia Polska); Adresat: **[informacja prawnie chroniona]**; Temat: RE:, k. 1481d.

- (338) W wiadomości e-mail z kwietnia 2013 r. kierownik sieci dealerskiej zwrócił się z pytaniem do przedstawiciela **[informacja prawnie chroniona]** o wyjaśnienie warunków oferty przedstawionej jednemu z klientów dealera. W odpowiedzi adresat wiadomości wyjaśnił dlaczego zaproponował klientowi taką cenę zakupu samochodu i przedstawił wyliczenia uzasadniające w jego ocenie wysokość udzielonego rabatu. Na powyższą wiadomość odpowiedział inny pracownik Kia Polska: „*Grzegorz [pracownik dealera **[informacja prawnie chroniona]**] – UOKiK], oferta ok – pod warunkiem, że klient weźmie leasing w SB. Jeżeli nie – a wiem że nie to oferta jest przestrzelona o **[informacja prawnie chroniona]** %*”.

Dowód: wiadomość e-mail z 22 kwietnia 2013 r. (15:24); Nadawca: **[informacja prawnie chroniona]**; Adresat: **[informacja prawnie chroniona]** (Kia Polska), **[informacja prawnie chroniona]** (Kia Polska); Kopia: **[informacja prawnie chroniona]**; Temat: RE:, k. 1481d.

- (339) W wiadomości z lipca 2013 r. pracownik **[informacja prawnie chroniona]** poskarżył się Kia Polska na politykę rabatową prowadzoną przez dealera **[informacja prawnie chroniona]**: „*Mam nadzieję, że nie jest to prawdą, ale jeśli 3ecia osoba z Krakowa twierdzi, że **[informacja prawnie chroniona]** daje na SPG [Kia Sportage – UOKiK] rabat **[informacja prawnie chroniona]** % to chyba coś w tym jest*”. Skarżący przekazał jednocześnie korespondencję z klientem, z którym negocjował warunki zakupu samochodu marki Kia i dodał do wiadomości dealera **[informacja prawnie chroniona]**. W odpowiedzi na przekazaną korespondencję przedstawiciel Kia Polska wskazał pracownikom dealera: „*Proszę o zestawienie nazwisk klientów i firm, którzy prawdopodobnie zakupili samochody w **[informacja prawnie chroniona]** w lepszej cenie. W czwartek jestem u nich na audycie dokumentów sprzedaży - czyli PILNE...*”. Pracownik Kia Polska podkreślił, że po otrzymaniu skargi podjął działania względem dealera **[informacja prawnie chroniona]**, w wyniku których dealer wycofał się z oferty złożonej kontrahentowi: „*PS. Klient w **[informacja prawnie chroniona]** nie kupi, bo już był wszędzie i sprawa wyszła na jaw. Napisałem do **[informacja prawnie chroniona]**, że sprawdzę tą transakcję. **Dawać tyle ile można**. Klient dostał ofertę lepszą ale **dealer już się z niej wycofał** [podkreślenie własne – UOKiK]*”. W odpowiedzi na wiadomość od pracownika importera, przedstawiciel **[informacja prawnie chroniona]** poinformował, że otrzymał telefon od kierownika dealera **[informacja prawnie**

chroniona], który: „(...) Powiedział, że ICH prezes poda mnie do sądu i UOKiK :) a mi pogroził”.

Dowód: wiadomość e-mail z 9 lipca 2013 r. (13:34); Nadawca: **[informacja prawnie chroniona]** (Kia Polska); Adresat: **[informacja prawnie chroniona]** (Kia Polska); Temat: FW: ZAPYTANIE OFERTOWE, k. 1481d.

- (340) W październiku 2013 r. w odpowiedzi na skargę przedstawiciela dealera **[informacja prawnie chroniona]** zawierającą trzy linki do ofert opublikowanych na portalu Otomoto przez innego dealera, przedstawiciel Kia Polska skontaktował się z dealerem wystawiającym ogłoszenia i w wiadomości skierowanej do kierownika sieci dealerskiej poinformował: „Już ściągaq”.

Dowód: wiadomość e-mail z 3 października 2013 r. (16:00); Nadawca: **[informacja prawnie chroniona]** (Kia Polska); Adresat: **[informacja prawnie chroniona]** (Kia Polska); Temat: RE: otomoto, k. 1481d.

- (341) Na podobną praktykę wskazuje wiadomość e-mail z grudnia 2013 r., w której pracownik Kia Polska odpowiedzialny za współpracę z dealerem **[informacja prawnie chroniona]**, zwrócił się do przedstawiciela tego kontrahenta o przedstawienie dokumentów dotyczących konkretnej transakcji samochodu marki Kia. W odpowiedzi adresat wiadomości przesłał dane wskazując, że klient zaakceptował warunki umowy sprzedaży i że nie rozumie w czym tkwi problem. Przedstawiciel Kia Polska wyjaśnił dlaczego zaproponowana przez niego cena odbiega od ustaleń obowiązujących w sieci dealerskiej: „W załączeniu oferta **[informacja prawnie chroniona]** z rabatem **[informacja prawnie chroniona]** % jaka powinna zostać przekazana klientowi. Cena dla klienta **[informacja prawnie chroniona]** zł (Wasza cena: **[informacja prawnie chroniona]** + **[informacja prawnie chroniona]** – czyli rozbieżność na **[informacja prawnie chroniona]** zł) ”.

Dowód: wiadomość e-mail z 10 grudnia 2013 r. (08:50); Nadawca: **[informacja prawnie chroniona]** (Kia Polska); Adresat: **[informacja prawnie chroniona]**; Kopia: **[informacja prawnie chroniona]** (Kia Polska), **[informacja prawnie chroniona]** (Kia Polska); **[informacja prawnie chroniona]**; Temat: RE: Prośba, wraz z załącznikiem, k. 1481d.

- (342) Z kolei w innej wiadomości z października 2014 r. opiekun handlowy dealera Leszek Liszyński Lee Motors zwrócił się do przedstawiciela tego dealera z prośbą o wskazanie szczegółów transakcji z jednym z klientów tego dealera, jako uzasadnienie swego żądania wskazał: „W **[informacja prawnie chroniona]** [system sprzedażowy w platformie **[informacja prawnie chroniona]** umożliwiający zarządzanie procesem sprzedaży – UOKiK] nie widzę klienta a inny dealer twierdzi że, wasza oferta która miała za zadanie przebić inne i była następująca: **[informacja prawnie chroniona]** % + **[informacja prawnie chroniona]**.”

Dostał też [informacja prawnie chroniona] % „na serwis”. Prawda to?”. Po uzyskaniu informacji o szczegółach tej transakcji, przedstawiciel Kia Polska dopytał: „Ok. Dlaczego przebijacie ofertę niestandardowym rabatem klientowi z innego regionu?”.

Dowód: wiadomość e-mail z 13 października 2014 r. (14:14); Nadawca: [informacja prawnie chroniona] (Lee Motors); Adresat: [informacja prawnie chroniona] (Kia Polska); Temat: RE: [informacja prawnie chroniona], k. 19.

- (343) Natomiast w wiadomości e-mail z listopada 2014 r. pracownik Autotechnika Jacek Woźniak poinformował swojego opiekuna handlowego w Kia Polska: „Niestety ale **po raz kolejny muszę poinformować Cię o sytuacji sprzedaży samochodu bez marży**. Tym razem to salon [informacja prawnie chroniona]. **Proszę o załatwienie tematu...** Klient był u mnie w salonie dwukrotnie oglądając początkowo Picanto 1,2 potem Rio 1,2 dohc 5HB (...) Klient zadziwiony, dlaczego w Pile sprzedają drożej. Powiedział, że handlowiec z Bydgoszczy przy okazji pochwalił się, że to już czwarty klient z Piły, który kupuje u nich tańszy samochód. Oczywiście opowiedział mi całą sytuację i prosił abym nie robiła «zamieszania» – z obawy aby «tamci» nie mieli do niego pretensji (...) **Proszę o sprawdzenie wszystkiego i wyciągnięcie konsekwencji, tym bardziej, że to klient z «naszego terenu»** [podkreślenie własne – UOKiK]”. Odpowiadając na powyższą prośbę o interwencję, pracownik Kia Polska wyjaśnił: „Klient z [informacja prawnie chroniona]. co oczywiście nie zmienia faktu sprzedaży poza regionem.”.

Dowód: wiadomość e-mail z 14 listopada 2014 r. (11:40); Nadawca: Adresat: [informacja prawnie chroniona] (Kia Polska); Adresat: [informacja prawnie chroniona] (Autotechnika Woźniak); Temat: RE: KIA RIO – [informacja prawnie chroniona], k. 1708b.

- (344) Również oferta sprzedaży jednego z dealerów Kia Polska z Bydgoszczy została sprawdzona przez Kia Polska, kiedy na skutek sygnału otrzymanego od dealera [informacja prawnie chroniona] pracownik zawiadamiającego poinformował: „Mam do Ciebie prośbę, przyjrzyj się transakcji która zapewne nasz kolega z Bydgoszczy Michał będzie w najbliższych dniach dopinał (...) Nasz kolega z Bydgoszczy złożył naszemu klientowi ofertę na taki sam samochód [informacja prawnie chroniona] zł brutto, klient pokazał mi tego emaila od Michała (...) Bądź tak miły przyjrzyj się tej transakcji i zobaczymy kto mówi prawdę, ja maila widziałem i przeczytałem go dokładnie [pogrubienia zgodne z pisownią oryginalną – UOKiK]”. Skarga została przekazana wewnątrz Kia Polska z poleceniem o dokonanie weryfikacji.

Dowód: wiadomość e-mail z 8 stycznia 2015 r. (11:15); Nadawca: [informacja prawnie chroniona] (Kia Polska); Adresat: [informacja prawnie chroniona] (Kia Polska); Temat: FW: Sprzedaż Sportage, k. 1481d.

(345) Interwencja Kia Polska została podjęta również wskutek sygnału dealera [informacja prawnie chroniona] z lutego 2015 r., który wysłał do kierownika sieci dealerskiej wiadomość, w której wskazał na niewłaściwą cenę zaoferowaną przez AS Motors. W wiadomości mailowej opisał, że jego klient wysłał zapytanie o wycenę do 20 dealerów Kia Polska, z czego 18 dealerów: „*odpowiedziało zgodnie ze sztuką i skierowało do lokalnego dealera i podało cenę zgodnie z promocjami, ale z AS MOTORS Klient otrzymał poniższą propozycję. Przecież na rok produkcji 2015 nie ma żadnych promocji, jedyne możliwe rabaty to rabat flotowy, w tym przypadku Klient prowadzi małą firmę i nie ma floty, dlatego zaproponowaliśmy mu zakup w formie leasingu z serwisem w [informacja prawnie chroniona], wówczas korzysta z rabatu [informacja prawnie chroniona] w wysokości [informacja prawnie chroniona] % [informacja prawnie chroniona]. W przypadku [informacja prawnie chroniona] % nie rozumiem dlaczego AS MOTORS musiało przebić naszą ofertę o [informacja prawnie chroniona] %. Uważam że taka wewnętrzna konkurencja jest chora i nie powinna mieć miejsca*”. Kierownik sieci dealerskiej przekazał powyższą wiadomość do opiekuna handlowego tego dealera: „*Możesz wpłynąć na dealera*”. W odpowiedzi opiekun handlowy wskazał najpierw, że „*działa*” w przedstawionym przez kierownika temacie, a po podjęciu interwencji w sprawie poinformował: „*Krzychu, [informacja prawnie chroniona] [dyrektor sprzedaży w AS Motors – UOKiK] odpuszcza, ale wydaje mu się że to jest zwyczajny leasing a nie wynajem. Jeśli okaże się że leasing to on będzie prosił o wyjaśnienie*”.

- Dowody:**
- wiadomość e-mail z 26 lutego 2015 r. (10:55); Nadawca: [informacja prawnie chroniona] (Kia Polska); Adresat: [informacja prawnie chroniona] (Kia Polska); Temat: Fwd: Sportage wycena, k. 1481d;
 - wiadomość e-mail z 26 lutego 2015 r. (9:52); Nadawca: [informacja prawnie chroniona] (Kia Polska); Adresat: [informacja prawnie chroniona] (Kia Polska); Temat: Re: Fwd: Sportage wycena, k. 1481d.

(346) Także wiadomość e-mail z listopada 2015 r. potwierdza, że pracownicy Kia Polska zwracali się do dealerów z poleceniem usunięcia ogłoszeń zawierających nieprawidłowe ceny. W związku z otrzymywanymi przez Kia Polska skargami na stosowanie zaniżonych cen przez [informacja prawnie chroniona], opiekun handlowy tego dealera otrzymał polecenie przeprowadzenia interwencji u [informacja prawnie chroniona]: „*Proszę o interwencję. Mam co chwilę telefony od innych dealerów w sprawie [informacja prawnie chroniona] i napięcie w sieci rośnie...*”. W odpowiedzi na polecenie opiekun handlowy poinformował: „*Kazałem zdjąć ogłoszenie. Powinno się uspokoić (...)*”.

Dowód: wiadomość e-mail z 18 listopada 2015 r. (16:19); Nadawca: [informacja prawnie chroniona] (Kia Polska); Adresat: [informacja prawnie chroniona] (Kia Polska); Temat: RE: 711 - Praktyka sprzedażowa innego dealera, k. 19.

- (347) O interwencjach Kia Polska u dystrybutorów świadczy również korespondencja z grudnia 2015 r. wymieniana pomiędzy pracownikami Kia Polska. W odpowiedzi na sygnały od dystrybutorów Wadowscy i Landcar Dariusz Krzewiński, dotyczące zaniżonych ofert publikowanych na portalu Otomoto przez dealera [informacja prawnie chroniona], przedstawiciel Kia Polska zwrócił się do opiekuna handlowego [informacja prawnie chroniona], z poleceniem przeprowadzenia interwencji u tego dystrybutora: „*Kolejny raz proszę o «zrobienie porządku» z Lublinem [informacja prawnie chroniona]. Codziennie słyszę o ich ofertach. Jak dotąd dealer nic sobie nie robi z twoich uwag... Dodatkowo poniżej korespondencja z Landcarem*”. Przedstawiciel [informacja prawnie chroniona] w odpowiedzi na przesłane skargi wskazał, że publikowane przez tego dealera ogłoszenia są prawidłowe i przedstawił wyliczenia dla zaoferowanej ceny, a także dodał: „*Staram się, i moi pracownicy też, wyliczać rzetelnie auta, szczególnie w ogłoszeniach po naszych ostatnich rozmowach, gdzie zwróciłeś nam uwagę co do cen* [podkreślenie własne – UOKiK]”.

Dowód: wiadomość e-mail z 3 grudnia 2015 r. (11:40); Nadawca: [informacja prawnie chroniona] (Kia Polska); Adresat: [informacja prawnie chroniona] (Kia Polska); Temat: FW: Fwd: Wspaniała oferta.... Brawo, k. 1481d.

- (348) Również z korespondencji wewnętrznej Kia Polska z marca 2016 r. wynika, że Kia Polska podejmowała działania po otrzymaniu skarg od dealerów. AS Motors poskarżył się na ofertę dealera [informacja prawnie chroniona], który zaoferował klientce skarżącego rabat w wysokości [informacja prawnie chroniona] %, podczas gdy AS Motors zaoferowało jej [informacja prawnie chroniona] % rabatu. Zgodnie ze skargą: „*Obsługiwał ją nowy handlowiec, twierdzi że ma ją [informacja prawnie chroniona] [system sprzedażowy w platformie [informacja prawnie chroniona] umożliwiające zarządzanie procesem sprzedaży – UOKiK]. Teraz ma wydanie 6 aut, jak skończy to poproszę żeby pokazał. Ja nie mogę znaleźć. Transakcje natomiast znam z tą Panią. 1. Przyszła z polecenia naszego klienta. 2. Użyczyliśmy auto, dostała chyba [informacja prawnie chroniona] % rabatu [informacja prawnie chroniona]. Cenę wstępnie zaakceptowała, potrzebowała 2-3 dni na podjęcie decyzji. 3. Sprawdziła cenę w [informacja prawnie chroniona] dostała [informacja prawnie chroniona] % 4 Nie chciałem podcinać skrzydeł nowemu handlowcowi przy pierwszej transakcji więc dałem zielone światło na taką samą cenę. 5 Klientka wróciła z ofertą, którą przesłałem wcześniej. Tak wyglądała transakcja z mojej strony. Żeby była jasność, nie chodzi mi o fakt kto więcej się napracował. Staramy się, trzymać [informacja prawnie chroniona] % pierwszej marży na autach. A takie oferty to uniemożliwiają* [podkreślenie własne –

UOKiK]”. W odpowiedzi na skargę kierownik generalny sieci dealerskiej w Kia Polska odpowiedział, dodając do wiadomości m.in. pana Leszka Sukiennika (Kia Polska): „*Mam zapewnienia [informacja prawnie chroniona], że Pani otrzymała standardową ofertę. Na przyszłość proponuję weryfikować takie informacje z kolegami dealerami* [podkreślenie własne – UOKiK]”. W dalszej kolejności, odpowiadając na powyższą wiadomość, pracownik AS Motors poinformował kierownika generalnego sieci dealerskiej: „*Klientka wczoraj wróciła do nas. Sprzedaliśmy sportage zgodnie z tabelą flotową. Wiem, że [informacja prawnie chroniona] wycofał się z obsługi tej Pani, za co dziękuję.*”. Jednocześnie przedmiotowa skarga została przekazana wewnątrz Kia Polska m.in. do Leszka Sukiennika i kierownika generalnego sieci dealerskiej. Przekazując wiadomość pracownik Kia Polska zapytał na ile dystrybutor pojazdów Kia na polski rynek może ingerować w ofertowanie sprzedaży przez dealerów. W odpowiedzi kierownik generalny sieci dealerskiej wskazał: „*Mariusz [pracownik Kia Polska, nadawca przedmiotowego pytania – UOKiK], oczywiście działamy. Zawsze takie oferty sprawdzamy u źródła. Tu z doświadczenia, ponieważ tak naprawdę nic nie ma to podejrzewam, iż jest to ściema. Tak czy siak sprawdzamy.*”. Jednocześnie po otrzymaniu informacji o skardze od AS Motors, kierownik generalny polecił pracownikowi Kia Polska sprawdzić otrzymane informacje: „*[informacja prawnie chroniona] [dyrektor sprzedaży w AS Motors – UOKiK] świętoszek nie ma gdzie pisać? [informacja prawnie chroniona] [pracownik Kia Polska odpowiedzialny za współpracę z dealerem Carserwis sp. z o.o. – UOKiK] spr. to proszę.*”.

- Dowody:**
- wiadomość e-mail z 4 marca 2016 r. (15:21); Nadawca: [informacja prawnie chroniona] (Kia Polska); Adresat: [informacja prawnie chroniona] (AS Motors), Kopia: Leszek Sukiennik (Kia Polska), [informacja prawnie chroniona] (Kia Polska), [informacja prawnie chroniona] (Kia Polska); Temat: RE: Zapytanie o Kie sportage, k. 1481d;
 - wiadomość e-mail z 15 marca 2016 r. (12:00); Nadawca: [informacja prawnie chroniona] (AS Motors); Adresat: [informacja prawnie chroniona] (Kia Polska), Kopia: [informacja prawnie chroniona] (Kia Polska); Temat: RE: Zapytanie o Kie sportage, k. 19
 - wiadomość e-mail z 4 marca 2016 r. (10:36); Nadawca: [informacja prawnie chroniona] (Kia Polska); Adresat: [informacja prawnie chroniona] (Kia Polska), Leszek Sukiennik (Kia Polska); Kopia: [informacja prawnie chroniona] (Kia Polska), [informacja prawnie chroniona] (Kia Polska); Temat: RE: Zapytanie o Kie sportage, k. 1481d.

- (349) Podobnie, przedstawiciel [informacja prawnie chroniona] w październiku 2016 r. wysłał do przedstawiciela Kia Polska wiadomość z linkiem do ogłoszenia innego dealera na portalu Otomoto, z treści której wynikało, że dealer w opublikowanym ogłoszeniu nie wskazał ceny

zgodnej z cennikiem, ale cenę po zastosowaniu rabatu, oraz że zastosowany przez niego rabat został zawyżony. Powyższa wiadomość została przekazana przez pracownika Kia Polska do kierownika generalnego odpowiedzialnego za rozwój sieci dealerskiej, z następującym komentarzem: „**[informacja prawnie chroniona]** *podesłał mi kolejne ogłoszenie z Lublina od [informacja prawnie chroniona]. Jutro dostanę nagranie rozmowy z handlowcem. Mógłbyś tak po swojemu porozmawiać z tym Tadeuszem.*”. W odpowiedzi kierownik generalny wskazał: „*Jasne*”.

Dowód: wiadomość e-mail z 25 października 2016 r. (21:28); Nadawca: **[informacja prawnie chroniona]** (Kia Polska); Adresat: **[informacja prawnie chroniona]** (Kia Polska); Temat: Re: SPAM: Ogłoszenie otomoto, k. 1481d.

- (350) Kia Polska podjęła działania również wskutek skargi z listopada 2016 r. otrzymanej od przedstawiciela Autocentrum Patecki na zaniżoną ofertę sprzedaży dealera **[informacja prawnie chroniona]**. Zgodnie z treścią skargi klient Autocentrum Patecki: „*zamówił Kia Rio 1.4 benzyna wersja M+SMT w kolorze grafitowym Cena katalogowa [informacja prawnie chroniona] zł Klient otrzymał rabat [informacja prawnie chroniona] w wysokości [informacja prawnie chroniona] % - tak jak mówi tabela rabatowa. Co dało cenę [informacja prawnie chroniona] zł – została zaokrąglona do [informacja prawnie chroniona] zł W zamian za dodatkowy rabat [informacja prawnie chroniona] zł klient otrzymał dobrej klasy opony zimowe oraz dywaniki gumowe. W dniu dzisiejszym zadzwonił do mnie że inny salon w Polsce proponuje mu to samo auto za [informacja prawnie chroniona] zł mniej. Oczywiście również z [informacja prawnie chroniona]. Oczywiście ofertę dostał tylko telefonicznie a handlowiec prosił aby nie mówić nam z którego salonu dostaje ofertę. Pod naciskiem klient powiedział że takie rabaty dostał z [informacja prawnie chroniona]. Biorąc pod uwagę że akcesoria zabierają cały dodatkowy rabat, pytani brzmi dlaczego Kraków daje dodatkowe ponad [informacja prawnie chroniona] % rabatu ???*”. Pan Wojciech Szyszko (Kia Polska) w odpowiedzi na wiadomość kierownika generalnego rozwoju sieci dealerskiej zawierającą skargę od tego dealera napisał: „*Niech [informacja prawnie chroniona] [pracownik Kia Polska odpowiedzialny za współpracę z dealerem [informacja prawnie chroniona]– UOKiK] sprawdzi u [informacja prawnie chroniona] [kierownika sprzedaży w [informacja prawnie chroniona] – UOKiK] – potem podejmiemy akcję*”. W odpowiedzi na pytanie kierownika generalnego odpowiedzialnego za sieć dealerską, jaką akcję pan Wojciech Szyszko ma na myśli, adresat wiadomości wskazał: „*Po pierwsze co klient mówi to nie zawsze prawda Po drugie – sprawdzić fakturę w [informacja prawnie chroniona] czy był rabat z naszej strony i na kogo (być może był flotowy rabat) W zależności od wyników wymierzimy karę*”. W dalszej korespondencji kierownika generalnego rozwoju

sieci dealerskiej polecił innemu przedstawicielowi Kia Polska, aby pracownicy Autocentrum Patecki wysłali klienta do [informacja prawnie chroniona].

Dowód: wiadomość e-mail z 8 listopada 2016 r. (15:37); Nadawca: [informacja prawnie chroniona] (Kia Polska); Adresat: [informacja prawnie chroniona] (Kia Polska); Temat: FW: PROSZĘ O INTERWENCJE, k. 19.

- (351) Również po uzyskaniu skargi od przedstawiciela dealera [informacja prawnie chroniona] w grudniu 2016 r. Kia Polska podjęła działania. Zawiadamiający wskazał: „[informacja prawnie chroniona] [kierownik Działu Rozwoju Sieci Dealerskiej Kia Polska – UOKiK], *Czy to normalna praktyka że dealerzy w naszej marce zdejmują gacie* [sprzedają poniżej ustalonej w sieci dealerskiej ceny – UOKiK] *przez internet ???*” i przekazał trzy linki do ogłoszeń innych dealerów na portalu Otomoto. W odpowiedzi na tak sformułowane pytanie pracownik Kia Polska odpowiedział: „*Nie jest to normalna praktyka. Brak wyobraźni i odpowiedzialności. Działamy w temacie*”.

Dowód: wiadomość e-mail z 5 grudnia 2016 r. (12:52); Nadawca: [informacja prawnie chroniona] (Kia Polska); Adresat: [informacja prawnie chroniona] (Kia Polska); Temat: RE: ofert dealerów na otomoto, k. 1481d.

- (352) W styczniu 2017 r. również pracownik dealera [informacja prawnie chroniona] poskarżył się przedstawicielowi Kia Polska, że dealer nie może stosować takich cen jak jego konkurenci. W wiadomości e-mail zatytułowanej „otomoto” pracownik [informacja prawnie chroniona] zapytał: „*A my czemu tak nie możemy*”, w odpowiedzi na pytanie pracownik Kia Polska wskazał: „*Jaka tam powinna być cena? Daj mi info i zaraz to załatwię.*”, a po otrzymaniu informacji o cenie poinformował: „*Chyba już załatwione*”.

Dowód: wiadomość e-mail z 25 stycznia 2017 r. (19:11); Nadawca: [informacja prawnie chroniona] (Kia Polska); Adresat: [informacja prawnie chroniona]; Temat: ODP: otomoto, k. 1481d.

- (353) Następnie w lutym 2017 r. przedstawiciel Kia Polska wysłał do dealera [informacja prawnie chroniona] zrzut ekranu, z zaznaczoną niebieskim kolorem ceną samochodu oraz namalowanym na nim znakiem zapytania, wskazując: „*Na dodatek Klient przyszedł z Waszą ofertą na [informacja prawnie chroniona]. Po co takie rzeczy robicie? Jest absolutny zakaz oferowania przez internet wszelkich niestandardowych rabatów* [podkreślenie własne – UOKiK]. *Proszę usunąć lub zmodyfikować wszelkie ogłoszenia nie zawierające [pisownia oryginalna – UOKiK] właściwej ceny pojazdu*”. Przedstawiciel tego dealera wskazał w odpowiedzi: „*Ogłoszenie zostanie zdjęte. Piotrek to wyjaśni z dilerami. Auto sprzedał chyba lokalnie z poprawną ceną*”.

Dowód: wiadomość e-mail z 6 lutego 2017 r. (13:02); Nadawca: **[informacja prawnie chroniona]**; Adresat: **[informacja prawnie chroniona]** (Kia Polska); Temat: RE: Czy warto? Po co?, k. 1481d.

- (354) Natomiast w wiadomości e-mail z marca 2017 r. jeden z przedstawicieli Kia Polska przyznał, że Kia Polska kontroluje oferty sprzedaży dealerów publikowane na stronie Otomoto i przeprowadza interwencje w przypadku niezgodności z ustaleniami obowiązującymi w ramach sieci dealerskiej. Takiej informacji udzielił przedstawicielce dealera **[informacja prawnie chroniona]**, opiekun handlowy, który wysłał do niej link z ofertą sprzedaży samochodu marki Kia przez tego dealera. W odpowiedzi na tę wiadomość przedstawicielka dealera uzasadniła wysokość ceny zawartej w ogłoszeniu, a przedstawiciel Kia Polska wskazał: „*Racja Mój błąd nie sprawdziłem ale w takim tak kontrolnie trzeba trzymać rękę na pulsie ;))))*”. W odpowiedzi na tę wiadomość wskazała: „*A ja już się załamalam, że znowu coś za moimi plecami. Faktycznie trochę mobilizująco to działa na tych, na których powinno oczywiście ;))*”. Pan **[informacja prawnie chroniona]** kończąc ten wątek korespondencji podsumował: „*Na pocieszenie dodam że inni też ode mnie takie @ dostają. ;)*”.

Dowód: wiadomość e-mail z 19 listopada 2020 r. (14:04); Nadawca: **[informacja prawnie chroniona]** (Kia Polska); Adresat: **[informacja prawnie chroniona]** (Kia Polska); Temat: RE: Otomoto.pl, k. 1708b.

- (355) Natomiast wskutek skargi przedstawicielki dealera Leszek Liszyński Lee Motors z marca 2017 r. na stosowanie przez dealera **[informacja prawnie chroniona]** zaniżonych cen, pan Leszek Sukiennik (Kia Polska) polecił opiekunowi handlowemu tego dealera w Kia Polska przeliczenie oferty: „**[informacja prawnie chroniona]** [pracownik Kia Polska zatrudniony na stanowisku zastępcy kierownika Działu Sprzedaży i Logistyki – UOKiK] *proszę niech ktoś w zespole dokładnie przeliczy ten przypadek*”. Jednocześnie pan Leszek Sukiennik skomentował otrzymaną skargę wysyłając wiadomość wewnątrz Kia Polska, m.in. do pana Wojciecha Szyszko, następującymi słowami: „*Nic się nie zmieniło i nie zmieni jeżeli...*”.

Dowody:

- wiadomość e-mail z 30 marca 2017 r. (8:37); Nadawca: Leszek Sukiennik (Kia Polska); Adresat: **[informacja prawnie chroniona]** (Kia Polska); Temat: FW: KLIENT NA SPG, k. 1481d;
- wiadomość e-mail z 30 marca 2017 r. (8:37); Nadawca: Leszek Sukiennik (Kia Polska); Adresat: Wojciech Szyszko (Kia Polska), **[informacja prawnie chroniona]** (Kia Polska); Temat: RE: KLIENT NA SPG, k. 1708b.

- (356) Z kolei w wiadomości z maja 2017 r. pracownik dealera **[informacja prawnie chroniona]** przekazał Kia Polska link do ogłoszenia na portalu Otomoto i wprost dał do zrozumienia, że

oczekuje, że Kia Polska podejmie odpowiednie kroki mające na celu zdyscyplinowanie dealera: „**[informacja prawnie chroniona]** [pracownik Kia Polska zatrudniony na stanowisku Specjalisty ds. Rozwoju Sieci Dealerskiej – UOKiK] *mógł być coś z tym zrobić, klienci są zainteresowani naszą testówką a tutaj takie kwiatki w pile* [w salonie dealera Autotechnika Woźniak – UOKiK] *w podobnej cenie.*”. Pracownik Kia Polska przekazał wiadomość do dealera Autotechnika Woźniak i poprosił o wyjaśnienie ceny zaproponowanej w ogłoszeniu. W odpowiedzi przedstawiciel dealera wytłumaczył wysokość ceny i jednocześnie przekazał swoją skargę na politykę sprzedaży prowadzoną przez dealera **[informacja prawnie chroniona]** wskazując: „*Za to w ciągu ostatniego roku **[informacja prawnie chroniona]** dwa razy sprzedał mojemu klientowi dwa samochody, przy których ceny nieźle zaniżał. Zrobili to zarówno przy nowych autach (w zeszłym roku Sportage, w tym nowe Picanto) jak i odkupowanych od klienta (w ubiegłym roku Optima, a w tym roku Sportage, którego mu sprzedali w roku ubiegłym). Nazwisko klienta mogę Ci podać. Marioli [przedstawicielka Autotechnika Woźniak – UOKiK] też «podkradli» klienta «zaniżając» cenę w ubiegłym roku (...).*”.

Dowód: wiadomość e-mail z 25 maja 2017 r. (14:57); Nadawca: **[informacja prawnie chroniona]** (Autotechnika Woźniak); Adresat: **[informacja prawnie chroniona]** (Kia Polska); Kopia: **[informacja prawnie chroniona]** (Autotechnika Woźniak); Temat: RE: zniżenie ceny na otomoto, k. 1481d.

- (357) Również w wiadomości z lipca 2017 r. opiekun handlowy Wrobud wysłał zapytanie do pani Agnieszki Adrjan (Wrobud) o parametry, w oparciu o które dealer przygotował ofertę dla klienta. W odpowiedzi przedstawicielka Wrobud poinformowała, że przygotowana dla tego klienta oferta jest zgodna z wnioskiem flotowym, a pracownik Kia Polska poprosił o przesłanie kalkulacji ceny, a po jej otrzymaniu wskazał: „*Auto na «0» a nawet z lekkim minusem?*”. W odpowiedzi na pytanie pani Agnieszka Adrjan wyjaśniła: „*Eee! **[informacja prawnie chroniona]** cena wg cennika, minus rabat **[informacja prawnie chroniona]** % tj. **[informacja prawnie chroniona]**. Sprzedany za **[informacja prawnie chroniona]** zaokrąglając*”. W dalszej kolejności opiekun handlowy wskazał: „*Ale makaron na uszy... Wiesz doskonale, że takie działanie nie wpisuje się w naszą politykę. Mamy zarabiać, nie robić sobie wewnętrznej konkurencji*”.

Dowód: wiadomość e-mail z 3 lipca 2017 r. (15:04); Nadawca: **[informacja prawnie chroniona]** (Kia Polska); Adresat: Agnieszka Adrjan (Wrobud); Temat: RE: Prośba o informację, k. 1481d.

- (358) W sierpniu 2017 r. skargę na „*ceny niezgodne z cennikiem*” opublikowane przez dealera **[informacja prawnie chroniona]** w ogłoszeniu na portalu Otomoto, złożył pracownik

Autotechnika Woźniak. Skarga została przekazana wewnątrz Kia Polska przez pracowników Kia Polska ze wskazaniem: „Już im wczoraj wysłałem...”.

Dowód: wiadomość e-mail z 30 sierpnia 2017 r. (10:13); Nadawca: [informacja prawnie chroniona] (Kia Polska); Adresat: [informacja prawnie chroniona] (Kia Polska), [informacja prawnie chroniona] (Kia Polska); [informacja prawnie chroniona] (Kia Polska); Kopia: [informacja prawnie chroniona] (Kia Polska); Temat: RE: ogłoszenia Rio z OtoMoto, k. 1481d.

- (359) Na podejmowanie interwencji przez Kia Polska na skutek sygnałów dotyczących publikowania na platformie Otomoto ogłoszeń zawierających zaniżone ceny samochodów marki Kia wskazuje również korespondencja z września 2017 r. pomiędzy przedstawicielem Kia Polska i pracownikiem dealera Wadowski sp.j. Z przedmiotowej korespondencji wynika, że opiekun handlowy zapytał pracownika Wadowski sp.j. o zaproponowaną przez niego cenę nabycia samochodu Kia na portalu Otomoto. W odpowiedzi na wyjaśnienia adresata pytania pracownik Kia Polska wskazał: „*Ja wszystko rozumiem, Ale cena «specjalna» nie przysługuje wszystkim. Tylko wybranym grupom. Ceny prezentowane w mediach muszą być zgodne z oficjalnym cennikiem KMP* [podkreślenie własne – UOKiK]. *Tego typu praktyki powodują niepotrzebny szum informacyjny. Zawsze to powtarzam moim partnerom – żeby nie uskuteczniać takiego procederu. Poproszę zatem o aktualizację ceny zgodnie z cennikiem. PS: Nie czepiam się Was, rozmawiam na ten temat ze wszystkimi*”, na co przedstawiciel dealera odpowiedział: „*ok, poprawimy*”. W dalszej korespondencji ten sam pracownik dealera Wadowski sp.j. poinformował Kia Polska, że dealer poprawił ceny zgodnie z zaleceniami, ale konkurencja dealera oferuje pojazdy marki Kia w cenach zaniżonych, na potwierdzenie czego przesłał trzy linki do ogłoszeń na portalu Otomoto, komentując: „*Poniżej kilka przykładów z dnia dzisiejszego, ceny katalogowe pomniejszone o rabat (...)*”. W odpowiedzi na tak sformułowaną skargę pracownik Kia Polska dopytał o prawidłowe ceny oraz o rabat wynikający z przesłanych ogłoszeń z portalu Otomoto, a następnie przekazał kierownikowi sieci dealerskiej odpowiedź dystrybutora wraz z wymienioną korespondencją, informując jednocześnie, że: „*Koledzy z [informacja prawnie chroniona] wzięli do serca temat cen. Poniżej 2 x [informacja prawnie chroniona] [dealer [informacja prawnie chroniona] – UOKiK] i 1 x [informacja prawnie chroniona] [dealer [informacja prawnie chroniona] – UOKiK]*”. Kilka dni później, pracownik dealera Wadowski sp. j. ponownie poinformował pracownika Kia Polska, że na portalu Otomoto pojawiają się kolejne ogłoszenia sprzeczne z polityką cenową Kia Polska: „*[informacja prawnie chroniona] [pracownik Kia Polska zatrudniony na stanowisku Specjalisty ds. Rozwoju Sieci Dealerskiej – UOKiK], widzimy że dalej nikt nie zastosował się do obniżenia cen do katalogowych, wręcz ich przybywa poniżej link; katalogowo [informacja prawnie chroniona] zł (...) już nie wspominając o [informacja*

prawnie chroniona] *takich ofert można szukać cały dzień i wklejać, po naszej aktualizacji cen wg twoich wskazówek ,mamy ;mało telefonów, mało emaili,spadło zainteresowanie więc chyba rozumiesz ,ktoś robi robotę cenami a my ?za chwilę sprzedaż nam zmaleje,bedą wyprzedaże, **prosimy o interwencję u wszystkich Dealerów** [podkreślenie własne – UOKiK]”.* W odpowiedzi na powyższą skargę pracownik Kia Polska wskazał: *„To jest niestety praca organiczna. Wymaga ona ciągłej kontroli i monitoringu. Walczymy z taki praktykami i każdy z dealerów, który ma tego typu ogłoszenia jest proszony o poprawę cen”.* Z materiału dowodowego wynika również, że dealer Wadowski sp.j. denerwował się, że pomimo zgłaszanych przez niego skarg, ogłoszenia z cenami niezgodnymi z polityką cenową Kia Polska nie zniknęły z portalu Otomoto. Z korespondencji wewnątrz Kia Polska wynika, że pracownik Kia Polska informował kierownika Działu Rozwoju Sieci Dealerskiej: *„Wadowski się denerwuje, że ogłoszenia nie zniknęły. Gadałeś z tymi dealerami?”.*

- Dowody:**
- wiadomość e-mail z 4 września 2017 r. (14:37); Nadawca: **[informacja prawnie chroniona]** (Kia Polska); Adresat: **[informacja prawnie chroniona]** (Kia Polska); Temat: FW: FW: ogłoszenia Rio z OtoMoto,Sportage, k. 1481d;
 - wiadomość e-mail z 6 września 2017 r. (11:14); Nadawca: **[informacja prawnie chroniona]** (Kia Polska); Adresat: **[informacja prawnie chroniona]** (Wadowscy); Temat: RE: FW: ogłoszenia Rio z OtoMoto,Sportage, k. 1481d;
 - wiadomość e-mail z 6 września 2017 r. (11:15); Nadawca: **[informacja prawnie chroniona]** (Kia Polska); Adresat: **[informacja prawnie chroniona]** (Kia Polska); Temat: FW: FW: ogłoszenia Rio z OtoMoto,Sportage, k. 1481d.

- (360) O podejmowaniu interwencji przez Kia Polska świadczy również korespondencja wymieniana pomiędzy przedstawicielami Kia Polska i dealera **[informacja prawnie chroniona]** w październiku 2017 r. Opiekun handlowy tego dealera zwrócił uwagę, że oferta sprzedaży samochodu marki Kia opublikowana przez **[informacja prawnie chroniona]** na portalu Otomoto zawiera za niską cenę. W odpowiedzi na tę wiadomość przedstawiciel **[informacja prawnie chroniona]** wyjaśnił, że opublikowana przez niego oferta zawiera już cenę po uwzględnieniu rabatu flotowego i poprosił o możliwość pozostawienia oferty w takiej formie jak została umieszczona. Na powyższe przedstawiciel Kia Polska odpowiedział: *„Komunikujemy ceny zgodnie z cennikiem. Rabaty to rzecz wtórna”.* Przedstawiciel dealera wskazał, że rozumie stanowisko Kia Polska, a także w tej samej wiadomości e-mail wymienił sześć linków do ogłoszeń na portalu Otomoto, które zdaniem nadawcy tej wiadomości: *„(...) w porównaniu z naszym są zdecydowanie bardziej niespójne (...)”.* Wiadomość dealera została przekazana wewnątrz sieci Kia Polska i opatrzona następującym komentarzem pracownika

Kia Polska: „*Poniżej kilka kwiatków z netu. I jest [informacja prawnie chroniona] [dealer [informacja prawnie chroniona] – UOKiK] i [informacja prawnie chroniona] [dealer [informacja prawnie chroniona] – UOKiK]. Do Gamu zaraz napiszę. PS: Mamy już rabat na rocznik 2017...*”. W odpowiedzi na tę wiadomość kierownik Działu Rozwoju Sieci Dealerskiej napisał: „*[informacja prawnie chroniona], prezes zarządu [informacja prawnie chroniona] – UOKiK dostał już 100 razy reprimendę....ten sposób chyba nie działa*”.

Dowód: wiadomość e-mail z 5 października 2017 r. (12:39); Nadawca: [informacja prawnie chroniona] (Kia Polska); Adresat: [informacja prawnie chroniona] (Kia Polska), [informacja prawnie chroniona] (Kia Polska), [informacja prawnie chroniona] (Kia Polska); Temat: RE: FW: Kia Ogłoszenia, k. 1481d.

- (361) W tym miejscu należy przywołać powołaną w akapicie (157) powyżej wiadomość e-mail z grudnia 2017 r., w której przedstawiciel Kia Polska raportował przełożonym, że w czasie wizyty w Marvel i Landcar Dariusz Krzewiński dealerzy skarżyli się na siebie nawzajem. Zgodnie z treścią notatki pracownik Kia Polska miał zwrócić się do dealerów: „*Przekazałem im że jak zostaną złapani na podkupowaniu klientów, będziemy wyciągać daleko idące konsekwencje*”. Podobnie na negatywne konsekwencje względem jednego z dealerów Kia Polska, wskazywał pracownik Kia Polska, który w wiadomości wewnątrz Kia Polska skomentował zachowanie dealera [informacja prawnie chroniona] w następujący sposób: „*Jeżeli masz takie słuchy, że [informacja prawnie chroniona] [dealer [informacja prawnie chroniona] – UOKiK] robi ceny po bandzie to przydałoby się dać im pałą w łeb*”.

Dowody:

- wiadomość e-mail z 18 grudnia 2017 r. (15:03); Nadawca: [informacja prawnie chroniona] (Kia Polska); Adresat: [informacja prawnie chroniona] (Kia Polska); Kopia: [informacja prawnie chroniona] (Kia Polska); [informacja prawnie chroniona] (Kia Polska); [informacja prawnie chroniona] (Kia Polska); Temat: Wizyty z zeszłego tygodnia, k. 19;
- wiadomość z 13 lipca 2018 r. (13:02); Nadawca: [informacja prawnie chroniona] (Kia Polska); Adresat: [informacja prawnie chroniona] (Kia Polska); Temat: FW: Oferta, wraz z załącznikiem, k. 1481d.

- (362) W październiku 2018 r. pracownik Marvel wysłał do jednego z pracowników Kia Polska wiadomość e-mail wskazując na uchybienia w cenach umieszczanych w ogłoszeniach dealerów publikowanych przez nich na portalu Otomoto. Wiadomość ta została przekazana dalej wewnątrz Kia Polska m.in. do kierownika generalnego Działu Rozwoju Sieci i Usług Posprzedażowych, który nakazał opiekunom handlowym porozmawiać z tymi dealerami.

W odpowiedzi na tę wiadomość jeden z przedstawicieli Kia Polska poinformował, że rozmawiał już wcześniej z dealerami oraz że: „*raczej się pilnują...*”.

Dowód: wiadomość e-mail z 4 października 2018 r. (10:41); Nadawca: [informacja prawnie chroniona] (Kia Polska); Adresat: [informacja prawnie chroniona] (Kia Polska); Kopia: [informacja prawnie chroniona] (Kia Polska), [informacja prawnie chroniona] (Kia Polska), [informacja prawnie chroniona] (Kia Polska), [informacja prawnie chroniona]; Temat: OPD: OTOMOTO PATOLOGIA, k. 1481d.

- (363) W innej wiadomości z października 2018 r. jeden z pracowników Kia Polska zatrudniony na stanowisku Specjalisty ds. Sieci Dealerskiej poinformował innych przedstawicieli Kia Polska, że w związku z dostępem Kia Polska do aliasu pocztowego funkcjonującego w sieci dystrybucyjnej²⁰, zobaczył dyskusję dealerów na temat praktyk sprzedażowych dealera [informacja prawnie chroniona]: „*Dziś w nocy o godzinie 3:47, Klient wysłał zapytanie do naszej sieci z prośbą o przebicie oferty, którą otrzymał od naszego Dealera. Ofertę dealera, którą wysłał w pliku pdf. przerobił w ten sposób iż pozakrywał dane osobowe, białymi polami. Jeden z handlowców zauważył iż w momencie otwierania pliku widać dane ukryte pod polami i trzeba użyć funkcji prt.scr aby te dane przeczytać. Po wykonaniu tej operacji widać kto jest zamawiającym a kto sprzedającym. Klient zamówił w [informacja prawnie chroniona] samochód KIA RIO, M, 1,2 w kolorze czerwonym z doposażeniem: lakierowane czujniki parkowania, dywaniki gumowe, chlapacze przednie i tylne. Cena cennikowa takiej specyfikacji [informacja prawnie chroniona] zł. Ponieważ reprezentuje [informacja prawnie chroniona] % [informacja prawnie chroniona]. Na zamówieniu widzimy cenę [informacja prawnie chroniona] zł. Taniej o [informacja prawnie chroniona] zł. Okazuje się że [informacja prawnie chroniona] mimo wielu, prośb i upomnień wciąż sprzedaje auta mocno zaniżając ich ceny. Podczas mojej ostatniej wizyty u niego w dniu 12 września omówiłem ten temat z praktycznie całym personelem salonu oraz [informacja prawnie chroniona] [prezes zarządu dealera [informacja prawnie chroniona] – UOKiK]. Dokładnie uzasadniłem im i wyjaśniłem dlaczego nie powinni tak robić, jakie negatywne skutki to ciągnie. Obiecali że już nigdy tego nie zrobią i że nie zdawali sobie z tego sprawy. Jak widać w dalszym ciągu to robią i wciąż chcą udowodnić że są cwańsi od innych.*”. Na potwierdzenie swoich twierdzeń, w dalszej części wiadomości nadawca wiadomości przekazał zrzuty ekranu z systemu [informacja prawnie chroniona] z komentarzem: „*Aby nie być gołosłownym, ostatni samochód z listy, KIA Stonic Bydgoszcz 1,4 L + STY cennikowo [informacja prawnie chroniona] zł, sprawdziłem w systemach i wynika z nich iż samochód pomimo małej dostępności i dużego zainteresowania modelem został sprzedany za [informacja prawnie*

²⁰ Akapit (51) decyzji.

chroniona] zł”. Na zakończenie nadawca wiadomości zasugerował zakończenie współpracy z **[informacja prawnie chroniona]**: „*Uważam iż powinniśmy rozwiązać problem tego dealera definitywnie. Nie wykazuje on chęci zrozumienia ani utożsamienia się z naszą siecią sprzedaży. Tłumaczyłem mu że będzie pod stałym nadzorem i że będziemy sprawdzać każdy sygnał o jego fenomenalnych ofertach.*”.

Dowód: wiadomość z 1 października 2018 r. (16:09); Nadawca: **[informacja prawnie chroniona]** (Kia Polska); Adresat: **[informacja prawnie chroniona]** (Kia Polska); Kopia: **[informacja prawnie chroniona]** (Kia Polska), **[informacja prawnie chroniona]** (Kia Polska), **[informacja prawnie chroniona]** (Kia Polska), **[informacja prawnie chroniona]** (Kia Polska); Temat: FW: Kia Rio 1.2 M – negocjacja ceny, wraz z załącznikiem., k. 1481d.

- (364) W kwietniu 2019 r. opiekun handlowy **[informacja prawnie chroniona]** otrzymał od tego dealera skargę na działalność innych dealerów Kia Polska na portalu Otomoto: „*Zgodnie z uzgodnieniami z Kongresu*²¹ [podkreślenie własne – UOKiK] *robimy porządek z otomoto. Niestety z tego co widzę... tylko my. Poniżej naprawdę wierzchołek góry lodowej. Wybrałem tylko Sportage 2019 od najniższej ceny. Poniżej kilka ogłoszeń z pierwszej strony autoryzowanych dealerów KIA. We wszystkich są ceny po rabatach na [informacja prawnie chroniona] czym nie kryją się w treści ogłoszeń.*”. Powyższa skarga została przesłana przez opiekuna handlowego **[informacja prawnie chroniona]** do pracowników Kia Polska z następującym komentarzem: „*Chłopaki, Na konferencji, na panelu z właścicielami, była poruszana kwestia ogłoszeń OTOMOTO. Krzysiek wyłożył dealerom naszą interpretację tego, jak takie ogłoszenia powinny wyglądać (ceny cennikowe). Przy milczącym potwierdzeniu, wszyscy obiecali zrewidowanie tematu i nie umieszczanie ogłoszeń z upustami flotowymi i innymi* [podkreślenie własne – UOKiK]. **[informacja prawnie chroniona]** *przemianował swoje ogłoszenia, natomiast zgodnie z info poniżej, wielu z pozostałych tematu nie ruszyło. Myślę że, najlepiej będzie rozmawiać z nimi, a nie mejlować Przypomnijcie im wykład Krzyśka na sesji z właścicielami*”.

Dowód: wiadomość e-mail z 11 kwietnia 2019 r. (18:03); Nadawca: **[informacja prawnie chroniona]** (Kia Polska); Adresat: **[informacja prawnie chroniona]** (Kia Polska), **[informacja prawnie chroniona]** (Kia Polska), **[informacja prawnie chroniona]** (Kia Polska); Kopia: **[informacja prawnie chroniona]** (Kia Polska); Temat: PD: dot. otomoto, k. 1481d.

- (365) Również w kwietniu 2019 r. opiekun handlowy z Kia Polska zwrócił się do dealera **[informacja prawnie chroniona]** z prośbą o poprawienie ogłoszenia na Otomoto, ponieważ

²¹ Por. akapit (298) decyzji.

Kia Polska otrzymała zgłoszenie od innego dealera, że ogłoszenie zamieszczone przez [informacja prawnie chroniona] na stronie Otomoto jest niezgodne z ustaleniami z ostatniej konferencji²². Na zakończenie wiadomości dodał: „*Prośba o pamiętanie o ustaleniach przy publikacji kolejnych ogłoszeń (...) Rozmawialiśmy już na ten temat i nie chciałbym ponownie wracać do tematu.*”. W odpowiedzi na tę wiadomość przedstawiciel tego dealera wysłał link do innego ogłoszenia na Otomoto z komentarzem: „*nie jedynie ☺*”, a opiekun handlowy wskazał, że ogłoszenie to zostało już zgłoszone przez Kia Polska do korekty. W dalszej korespondencji dealer [informacja prawnie chroniona] ponownie wysłał linki z ogłoszeniami innych dealerów na Otomoto. Wiadomość została przekazana przez pracownika Kia Polska wewnątrz Kia Polska z komentarzem: „*Uderz w stół ;) Prośba o przypilnowanie*”.

Dowód: wiadomość e-mail z 29 kwietnia 2019 r. (15:01); Nadawca: [informacja prawnie chroniona] (Kia Polska); Adresat: [informacja prawnie chroniona] (Kia Polska), [informacja prawnie chroniona] (Kia Polska), [informacja prawnie chroniona] (Kia Polska), [informacja prawnie chroniona] (Kia Polska); Temat: FW: Ogłoszenie OTOMOTO, k. 1481d.

- (366) W kolejnej wiadomości z kwietnia 2019 r. przedstawiciel [informacja prawnie chroniona] poskarżył się przedstawicielom Kia Polska, że na portalu Otomoto dealerzy należący do sieci dystrybucyjnej nie stosują się do przyjętych na konferencji ustaleń: „*Mam problem w temacie otomoto. Jest to istotny kanał sprzedaży a niestety sieć pracuje tu na różnych zasadach. Dla mnie polecenie importera to rzecz święta... Dlatego zgodnie z ustaleniami na konferencji²³ kolejnego dnia wszystkie nasze ogłoszenia zostały zmienione* [podkreślenie własne – UOKiK]. *Niestety kolejny raz przesyłam tylko przykłady ze sieć się do tych zaleceń nie stosuje. Chciałem podać ilość ogłoszeń niepoprawnych... ale jest tego tak dużo że na pewnym etapie przestałem liczyć. W związku z powyższym proszę o zgodę na pracę z otomoto na zasadach którą stosują pozostali dealerzy*”. Powyższa skarga została przekazana przez przedstawiciela Kia Polska do wiadomości pracowników Kia Polska. W odpowiedzi kierownik generalny Działu Rozwoju Sieci i Usług Posprzedażowych zwrócił się z poleceniem do opiekunów handlowych dealerów niestosujących się do ustaleń obowiązujących w sieci dealerskiej: „*Panowie, do dzieła*”.

Dowód: wiadomość e-mail z 29 kwietnia 2019 r. (19:11); Nadawca: [informacja prawnie chroniona] (Kia Polska); Adresat: [informacja prawnie chroniona] (Kia Polska); Kopia: [informacja prawnie chroniona] (Kia Polska); [informacja prawnie chroniona] (Kia Polska), [informacja prawnie chroniona] (Kia Polska),

²² Por. akapit (298) decyzji.

²³ Por. akapit (298) decyzji.

[informacja prawnie chroniona] (Kia Polska); Temat: Re: kilka ogłoszeń na otomoto k. 1481d.

- (367) Również w odpowiedzi na skargę [informacja prawnie chroniona] na działania dealera [informacja prawnie chroniona] z Włocławka, polegające na sprzedawaniu aut poniżej ceny zakupu, Kia Polska poinformowała skarżącego, że na pewno poruszy wspomniane przez niego kwestie na najbliższym spotkaniu z [informacja prawnie chroniona]. Jednocześnie w wewnętrznej korespondencji z maja 2020 r. pracownik Kia Polska zwrócił uwagę m.in. panu Leszkowi Sukiennikowi, że oferta [informacja prawnie chroniona]. zawierała zawyżony rabat, ponieważ jak wyjaśnił: „dali [informacja prawnie chroniona] % (należało się [informacja prawnie chroniona] %)”. Nadawca wiadomości jednocześnie zaznaczył, że porozmawia na ten temat ze skarżącym: „W przyszłym tygodniu przegadam temat w Płocku [informacja prawnie chroniona] – UOKiK], bo się wybieram tam we wtorek. Wstępnie rozmawiałem przez telefon ale [informacja prawnie chroniona] prezes zarządu [informacja prawnie chroniona] – UOKiK] się to nie zgadza. Spotkamy się i przegadamy”.

- Dowody:**
- wiadomość e-mail z 28 maja 2020 r. (20:09); Nadawca: [informacja prawnie chroniona] (Kia Polska); Adresat: Leszek Sukiennik (Kia Polska), [informacja prawnie chroniona] (Kia Polska); Kopia: [informacja prawnie chroniona] (Kia Polska), [informacja prawnie chroniona] (Kia Polska); Temat: ODP: Włocławek, k. 1481d;
 - wiadomość e-mail z 26 maja 2020 r. (12:44); Nadawca: [informacja prawnie chroniona] (Kia Polska); Adresat: Leszek Sukiennik (Kia Polska), [informacja prawnie chroniona] (Kia Polska), [informacja prawnie chroniona]; Kopia: [informacja prawnie chroniona] (Kia Polska); Temat: ODP: Włocławek, k. 1481d.

- (368) W korespondencji z listopada 2020 r. prowadzonej pomiędzy opiekunem handlowym dealera [informacja prawnie chroniona] i jego przedstawicielką, pracownik Kia Polska poinformował, że wskutek skargi tego dealera na oferty publikowane w Internecie przez innego dystrybutora, Kia Polska zdecydowała się podjąć interwencję: „Ja już u dealera siedzę i go nawracam ;)”. Z listopada 2020 r. pochodzi również korespondencja wewnętrzna pracowników Kia Polska, w której jeden z pracowników Kia Polska wysłał do opiekuna handlowego Landcar link do ogłoszenia tego dealera na portalu Otomoto z prośbą o przeprowadzenie rozmowy z tym dealerem. Nadawca wiadomości wyjaśnił jednocześnie: „Jest też kilka podobnych ogłoszeń od moich dealerów ale już sobie z nimi porozmawiałem”.

- Dowody:**
- wiadomość e-mail z 19 listopada 2020 r. (14:17); Nadawca: [informacja prawnie chroniona] (Kia Polska); Adresat: [informacja prawnie chroniona]; Temat: RE: Otomoto.pl, k. 19;

- wiadomość e-mail z 19 listopada 2020 r. (14:04); Nadawca: **[informacja prawnie chroniona]** (Kia Polska); Adresat: **[informacja prawnie chroniona]**; Temat: RE: Otomoto.pl, k. 1708b;
- wiadomość e-mail z 3 listopada 2020 r. (8:52); Nadawca: **[informacja prawnie chroniona]** (Kia Polska); Adresat: **[informacja prawnie chroniona]** (Kia Polska); Temat: Otomoto landcar, k. 1481d.

(369) W kontekście odpowiadania przez Kia Polska na skargi uczestników sieci dealerskiej należy zwrócić uwagę również na wiadomość e-mail z listopada 2020 r. wskazaną w akapicie (280) powyżej, w której opiekun handlowy **[informacja prawnie chroniona]** odpowiadając na skargę **[informacja prawnie chroniona]** na politykę rabatową **[informacja prawnie chroniona]**, zwrócił się do przedstawicielki **[informacja prawnie chroniona]** w następujący sposób: *„To gratuluję – nie wiedziałem, że Nowe Sorento Sprzedajemy za tzw. «0», auto na którym można zarobić to «ściągacie gacie» [sprzedajecie poniżej ustalonej w sieci dealerskiej ceny – UOKiK] – działanie na niekorzyść marki i sieci (...)”*.

Dowód: wiadomość e-mail z 5 listopada 2020 r. (8:56); Nadawca: **[informacja prawnie chroniona]**; Adresat: **[informacja prawnie chroniona]** (Kia Polska); Temat: OD: Pozdrawiam Częstochowe, k. 1481d.

(370) Natomiast w wiadomości e-mail ze stycznia 2021 r. opisanej w akapicie (282) powyżej, przedstawiciel Kia Polska zwrócił uwagę pracownikowi skarżącego dealera, że docenia jego zaangażowanie, ale sugeruje wysyłać skargi do dealera, którego zachowania skarga dotyczy oraz do opiekuna handlowego odpowiedzialnego za dany region: *„Piotruś, Gratuluję czujności tylko dlaczego wysyłasz to do CAŁEJ SIECI KIA ? Nie pomaga to w budowaniu dobrych relacji pomiędzy dealerami. Kiedyś możesz czegoś potrzebować i wiesz jak jest..... Proponuję wysłać do danego dealera z DW KMP [do wiadomości Kia Motors Polska – UOKiK] regionalni odpowiedzialni za dany region”*.

Dowód: wiadomość e-mail z 20 stycznia 2021 r. (08:55); Nadawca: **[informacja prawnie chroniona]** (Kia Polska); Adresat: **[informacja prawnie chroniona]**; Kopia: **[informacja prawnie chroniona]**; Temat: PD: KRAKÓW – gratulacje cen **[informacja prawnie chroniona]**, k. 1481d.

(371) Na podstawie zgromadzonego w sprawie materiału dowodowego można stwierdzić, że w przypadku niestosowania się przez dealerów Kia Polska do polityki cenowej, Kia Polska w ramach przeprowadzanych interwencji, wstrzymywała również dealerom przyznane **[informacja prawnie chroniona]**. Interwencje były podejmowane często wskutek sygnałów od innych dealerów z sieci dystrybucyjnej Kia Polska.

- (372) Powyższe potwierdza wiadomość pracownika Kia Polska z marca 2013 r. skierowana do kierownika sieci dealerskiej, który w odpowiedzi na skargę dealera **[informacja prawnie chroniona]** na ceny sprzedaży umieszczone w ogłoszeniu na portalu Otomoto przez dealera **[informacja prawnie chroniona]**, poinformował: „Muszę wstrzymać **[informacja prawnie chroniona]**. Znowu dają zaniżone ceny”. Z kolei odpowiadając na skargę z marca 2013 r. pracownika **[informacja prawnie chroniona]** na działalność **[informacja prawnie chroniona]** przedstawiciel Kia Polska poinformował skarżącego: „Załatwione Dziękuję za sygnał”.

Dowody:

- wiadomość e-mail z 26 marca 2013 r. (14:36); Nadawca: **[informacja prawnie chroniona]** (Kia Polska); Adresat: **[informacja prawnie chroniona]** (Kia Polska); Temat: FW:, k. 1481d;
- wiadomość e-mail z 26 marca 2013 r. (14:47); Nadawca: **[informacja prawnie chroniona]** (Kia Polska); Adresat: **[informacja prawnie chroniona]**; Temat: RE:, k. 1481d.

- (373) Podobny wniosek można wysnuć z korespondencji z września 2013 r. wymienianej pomiędzy pracownikami Kia Polska, dotyczącej skargi pracownika Wadowskich na działania dealera **[informacja prawnie chroniona]**. Zgodnie z treścią nadesłanej skargi: „*W związku z nagminnie powtarzającą się sytuacją gdzie klienci przynoszą oferty z którymi nie jesteśmy w stanie konkurować proszę o interwencję w sprawie sprzedawania samochodów zdecydowania poniżej marży podstawowej przez salon samochodowy Kia [informacja prawnie chroniona] (...)*”. W odpowiedzi na tę skargę pracownik Kia Polska zaproponował następujące rozwiązanie: „*Wziąć [informacja prawnie chroniona] [właściciel salonu [informacja prawnie chroniona] – UOKiK] na dywanik (spotkanie z Dyrektorem) oraz uwalić bieżący [informacja prawnie chroniona] (...)*”. Następnie odpowiadając na pytanie kierownika sieci dealerskiej jaki **[informacja prawnie chroniona]** ma na myśli, pracownik doprecyzował: „*Z [informacja prawnie chroniona] to musiałbym poszukać – jest [informacja prawnie chroniona] [system sprzedażowy w platformie [informacja prawnie chroniona] umożliwiający zarządzanie procesem sprzedaży – UOKiK] do którego można się doczepić oraz rejestracje „w przygotowaniu” – stare...choć to drobnica. Co do spotkania to się zastanów. Robi burdel na rynku i śmieje się wszystkim w twarz a porozumienie ma w d...e.*”. W odpowiedzi na powyższą wiadomość adresat odpisał: „*Podstawić mu pośrednika, który kupi u niego samochody i zacznie je oferować i za to go lupniemy ☺*”, na co pracownik odpowiedział: „*Dobry pomysł...*”.

Dowód: wiadomość e-mail z 23 września 2013 r. (16:14); Nadawca: **[informacja prawnie chroniona]** (Kia Polska); Adresat: **[informacja prawnie chroniona]** (Kia Polska); Temat: RE: **[informacja prawnie chroniona]**, k. 1481d.

5.3. Świadomość niezgodności z prawem podejmowanych działań

(374) Z zebranego w sprawie materiału dowodowego wynika, że przedstawiciele Kia Polska i niektórzy dealerzy mieli świadomość, że wpływanie na politykę cenową dystrybutorów i dzielenie rynku w odniesieniu do samochodów marki Kia jest niezgodne z prawem.

(375) Na powyższe wskazuje odpowiedź z kwietnia 2019 r. pracownika Kia Polska na wiadomość przedstawiciela Landcar, odnoszącą się do zapytania klienta o możliwość przedstawienia konkurencyjnej oferty do tej, którą przekazał mu inny dealer. Pracownik Landcar zgodnie z ustaleniami obowiązującymi wewnątrz sieci dealerskiej odpowiedział, że ze względu na spójną politykę cenową Kia Polska na terenie kraju, zachęca do wizyty w punkcie sprzedaży dealera, który jest najbliższy jego miejscu zamieszkania. Przekazując powyższą wiadomość do pracownika Kia Polska odpowiadającego za rozwój sieci dealerskiej, nadawca wiadomości wskazał: „*Chyba niedobrze jest pisać tak klientowi. Jak pójdzie z tym do UOKiKu możemy mieć problemy*”.

Dowód: wiadomość e-mail z 18 kwietnia 2019 r. (10:59); Adresat: [informacja prawnie chroniona] (Kia Polska); Adresat: [informacja prawnie chroniona] (Kia Polska); Temat: Fwd: oferta na KIA Proceed, k. 1481d.

(376) Również w korespondencji wewnątrz Kia Polska stanowiącej odpowiedź na wiadomość Marvel z lutego 2021 r. stanowiącą skargę na niewłaściwie zastosowany rabat wynikający z polityki flotowej, pracownik Kia Polska odpowiadający za sieć dealerską skomentował dezaprobująco: „*Pod uokik się pcha*”. W kontekście powyższej skargi Marvel należy przywołać wiadomość opisaną w akapicie (283) powyżej, w której pracownik dealera [informacja prawnie chroniona] nawiązał do rozmowy prowadzonej z przedstawicielem Kia Polska, dotyczącej zmów cenowych: „*Marcin [pracownik Kia Polska – UOKiK] rozmawialiśmy o zмовach cenowych, jak już mają zabierać te komputery do sprawdzania jak mówisz to nich się sobie daruje te @....*”, na co adresat wiadomości odpowiedział: „*Robimy co możemy. A na to reagowaliśmy od razu*”.

Dowody:

- wiadomość e-mail z 8 lutego 2021 r. (17:10); Nadawca: [informacja prawnie chroniona] (Kia Polska); Adresat: [informacja prawnie chroniona] (Kia Polska); Temat: FW: Oferta Kia Sorento PRESTIGE LINE, k. 1481d;
- wiadomość e-mail z 9 lutego 2021 r. (8:17); Adresat: [informacja prawnie chroniona] (Kia Polska); Adresat: [informacja prawnie chroniona]; Temat: RE: Oferta Kia Sorento PRESTIGE LINE, k. 1481d.

(377) Kia Polska śledziła doniesienia prasowe Prezesa Urzędu oraz miała świadomość, że przedsiębiorcy oraz osoby zarządzające mogą ponosić odpowiedzialność z tytułu

naruszenia reguł ochrony konkurencji. W wiadomości z kwietnia 2019 r. pracowniczka Kia Polska zatrudniona na stanowisku [informacja prawnie chroniona] zwróciła uwagę pracownikom Kia Polska, m.in. panu Wojciechowi Szyszko i panu Leszkowi Sukiennikowi, że Prezes Urzędu organizuje konferencję prasową w sprawie postępowania dotyczącego sprzedawców samochodów ciężarowych²⁴: „*Płotki na mieście okazały się prawdą. W wtorek na konferencji przestrzegałam dealerów przed szukaniem przez uokik zmów cenowych u dealerów* [podkreślenie własne – UOKiK], *a tu wczoraj po południu taki komunikat (...) Muszą mieć mocne dowody skoro konferencję zwołują jeszcze przed wydaniem decyzji. Trochę mi to przypomina sprawę producentów ciężarówek przed KE wiele lat temu. Wydawało by się że te duże milionowe kary w euro wtedy odstraszą skutecznie, a tu na naszym rynku na poziomie dealerskim takie podejrzania. Jak coś więcej będę wiedzieć to dam znać.*”. W odpowiedzi na tę wiadomość pan Leszek Sukiennik poprosił: „*Powinnaś pojechać i posłuchać, aby później nam móc opowiedzieć. Byłbym bardzo zobowiązany*”. W kolejnej wiadomości pan Leszek Sukiennik przekazał współpracownikom: „*Rozmawiałem z uczestnikiem spotkania. Trafiło firmę DBK Truck. Grupa sprzedająca Trucki w EU. Jest zmowa pomiędzy oddziałami. Ponoć były już interwencja na poziomie Zarządu PL – żadnych działań 2gio krok interwencja na poziomie Zarządu EU – żadnych działań Dlatego zostały podjęte kroki*”.

Dowód: wiadomość e-mail z 11 kwietnia 2019 r. (12:34); Nadawca: Leszek Sukiennik (Kia Polska); Adresat: [informacja prawnie chroniona] (Kia Polska); Temat: ODP: uokik na tropie karteli, k. 1481d.

- (378) Również w wiadomości z czerwca 2019 r. pracownica Kia Polska poinformowała pracowników Kia Polska, m.in. pana Wojciecha Szyszko i pana Leszka Sukiennika, że Prezes Urzędu wszczął kolejne postępowanie antymonopolowe przeciwko podmiotom z branży samochodowej. W wiadomości e-mail umieściła link do strony internetowej organu antymonopolowego i wskazała: „*Jest kolejne postępowanie w naszej branży. Tym razem Iveco i też w ciężarówkach. Już są po przeszukaniach*”.

Dowód: wiadomość e-mail z 28 czerwca 2019 r. (12:41); Nadawca: [informacja prawnie chroniona] (Kia Polska); Adresat: Leszek Sukiennik (Kia Polska), Wojciech Szyszko (Kia Polska), [informacja prawnie chroniona] (Kia Polska), [informacja prawnie chroniona] (Kia Polska); Temat: RE: uokik na tropie karteli, k. 1481d.

- (379) W kwietniu 2021 r. pan Paweł Białkowski (Marvel) w wiadomości e-mail zatytułowanej „*Warte przeczytania*” przesłał do kierownika sprzedaży flotowej w Kia Polska treść

²⁴ Postępowanie antymonopolowe zakończone decyzją Prezesa Urzędu nr DOK-8/2021 z 23 grudnia 2021 r., w której stwierdzono zawarcie na polskim rynku obrotu detalicznego ciężarówkami porozumienia cenowego i podziałowego przez podmioty zajmujące się obrotem detalicznym ciężarówkami DAF.

komunikatu prasowego Prezesa Urzędu dotyczącego wszczęcia postępowania antymonopolowego przeciwko przedsiębiorcom oraz ich osobom zarządzającym, zajmującym się sprzedażą samochodów ciężarowych²⁵. W odpowiedzi na tę wiadomość pracownik Kia Polska odpowiedział: „*Czytałem już to jakiś czas temu. Mocne*”.

Dowód: wiadomość e-mail z 13 kwietnia 2021 r. (15:33); Nadawca: [informacja prawnie chroniona] (Kia Polska); Adresat: Paweł Białkowski (Marvel), [informacja prawnie chroniona] (Marvel); Temat: RE: Warte przeczytania, k. 1481d.

- (380) Wprost na świadomość odpowiedzialności z tytułu naruszenia przepisów prawa konkurencji i związaną z tym koniecznością zachowania ostrożności wskazywał pan Leszek Sukiennik (Kia Polska), który po webinarze przeprowadzonym w Kia Polska na temat prawa konkurencji w lutym 2021 r. stwierdził: „*Bardzo mi zależy, aby powstał dokument do podpisania przez wszystkich kierowników/managerów/dyrektorów, Aby każdy był świadomy jaka stoi przed nami wszystkim odpowiedzialność w obszarze ograniczania lub naruszenia swobody konkurencji i jakie grożą za to sankcje dla firmy i bezpośrednio osób* [podkreślenie własne – UOKiK]”. W odpowiedzi na tę wiadomość przedstawicielka Kia Polska zatrudniona na stanowisku [informacja prawnie chroniona] wskazała, że przygotowuje dodatkowe szkolenie dla pracowników.

Dowód: wiadomość e-mail z 23 lutego 2021 r. (12:55); Nadawca: [informacja prawnie chroniona] (Kia Polska); Adresat: Leszek Sukiennik (Kia Polska), [informacja prawnie chroniona] (Kia Polska), [informacja prawnie chroniona] (Kia Polska); Temat: RE: Najnowsze praktyki Prezesa UOKiK - materiały po webinarze, k. 1481d.

- (381) Również, w powołanej w akapicie (72) powyżej wiadomości e-mail z kwietnia 2021 r. pracownik Kia Polska odpowiedzialny za sieć dealerską Kia Polska wskazał wprost, że pracownicy Kia Polska mieli świadomość, że Prezes Urzędu w ramach swoich kompetencji może zabezpieczać korespondencję elektroniczną przedsiębiorców. Pracownik Kia Polska skomentował korespondencję wymienianą pomiędzy dealerami w przedmiocie ustaleń podziałowych w następujący sposób: „*Sieć nam się chyba zaczyna jakoś tam integrować i pilnować sama. Gorzej będzie jak te @ wpadną w łapy UOKiK* [podkreślenie własne – UOKiK]. *Trzeba chyba z nimi rozmawiać aby nie robili takich korespondencji cokolwiek sugerujących*”.

Dowód: wiadomość e-mail z 15 kwietnia 2021 r. (16:16); Nadawca: [informacja prawnie chroniona] (Kia Polska); Adresat: [informacja prawnie chroniona] (Kia Polska), [informacja prawnie chroniona] (Kia Polska), [informacja prawnie chroniona] (Kia Polska);

²⁵ Postępowanie antymonopolowe wszczęte w związku z podejrzeniem zawarcia przez podmioty działające w sektorze motoryzacyjnym i prowadzące działalność polegającą na sprzedaży samochodów ciężarowych porozumienia cenowego i podziałowego w odniesieniu do samochodów ciężarowych marki Iveco.

Ocena prawna

6. Interes publiczny

Ramy prawne

- (382) Zgodnie z art. 1 ust. 1 u.o.k.k. ustawa ta określa warunki rozwoju i ochrony konkurencji oraz zasady podejmowanej w interesie publicznym ochrony interesów przedsiębiorców i konsumentów. Prezes Urzędu jest rzecznikiem tego interesu, co wynika z jego zadań w strukturze administracji rządowej. Działając w interesie publicznym, Prezes Urzędu podejmuje działania, gdy konieczna jest ochrona konkurencji jako zjawiska o charakterze instytucjonalnym. Dobrem chronionym przez przepisy ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów jest samo istnienie konkurencji jako atmosfery, w jakiej prowadzona jest działalność gospodarcza²⁶. Ustawa o ochronie konkurencji i konsumentów chroni istnienie konkurencji jako optymalnego sposobu podziału dóbr, zatem każde działanie wymierzone w ten mechanizm, godzi w interes publiczny²⁷.

Zastosowanie prawa w niniejszej sprawie

- (383) Prezes Urzędu uznał, że w sprawie występuje interes publiczny w wydaniu decyzji stwierdzającej naruszenie reguł konkurencji. Powyższe wynika z faktu, że naruszenie to odnosi się do nieoznaczonego i szerokiego kręgu podmiotów, tj. podmiotów pozyskujących samochody osobowe Kia od polskich autoryzowanych dystrybutorów tej marki. Przedmiotowe naruszenie obejmowało ustalenia wysokości cen odsprzedaży samochodów osobowych marki Kia, a także podział rynku polegający na podziale klientów między dealerów Kia Polska pod względem geograficznym, przy zastosowaniu kryterium miejsca zamieszkania lub siedziby klienta zainteresowanego zakupem pojazdu. W konsekwencji naruszenie to uderzało w istotę konkurencji rynkowej.
- (384) Wobec powyższego Prezes Urzędu przyjął, że istnieje interes publiczny w wydaniu decyzji stwierdzającej naruszenie prawa ochrony konkurencji.

²⁶ Wyrok Sądu Okręgowego w Warszawie – Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów z 16 listopada 2005 r., sygn. akt XVII Ama 97/04.

²⁷ Wyrok Sądu Najwyższego z 5 czerwca 2008 r., sygn. akt III SK 40/07.

7. Podmioty naruszające reguły konkurencji

7.1. Przedsiębiorstwa

Ramy prawne

- (385) Zgodnie z utrwalonym orzecznictwem unijnym pojęcie „przedsiębiorstwa” obejmuje każdy podmiot zaangażowany w działalność gospodarczą niezależnie od jego formy prawnej i sposobu finansowania.²⁸ Działalność polegającą na oferowaniu dóbr i usług uznaje się za działalność gospodarczą.²⁹
- (386) Jednocześnie zgodnie z utrwalonym orzecznictwem unijnym fakt posiadania zdolności prawnej i prowadzenia działalności gospodarczej sam w sobie nie oznacza, że podmiot prawa jest zdolny do wywierania samodzielnej presji konkurencyjnej na rynku. Z tych względów reguły konkurencji znajdują zastosowanie w relacjach między przedsiębiorstwami rozumianymi jako jednostki ekonomiczne (organizmy gospodarcze) zdolne do prowadzenia samodzielnej polityki rynkowej.³⁰ Jednostka taka może być tworzona przez jeden lub więcej podmiotów prawnych.³¹ Konkluzja, że dwa lub więcej podmiotów tworzą jedno przedsiębiorstwo ma istotne znaczenie dla zastosowania reguł konkurencji. Po pierwsze, podmiotom prawnym tworzącym to samo przedsiębiorstwo odpowiedzialność za naruszenie reguł konkurencji przypisuje się jako jednemu podmiotowi gospodarczemu.³² Po drugie, podmioty tworzące jedno przedsiębiorstwo nie mogą zawrzeć między sobą porozumienia ograniczającego konkurencję.³³
- (387) Oceniając charakter powiązań między stronami postępowania Prezes Urzędu miał na względzie wykładnię prawa dokonaną przez sądy unijne w przywołanych powyżej sprawach.

Zastosowanie prawa w niniejszej sprawie

7.1.1. Kia Polska

- (388) Prezes Urzędu uznał, że Kia Polska była niezależnym względem pozostałych stron postępowania przedsiębiorstwem zajmującym się działalnością gospodarczą polegającą m.in. na obrocie samochodami osobowymi marki Kia.

²⁸ Wyrok Trybunału Sprawiedliwości z 23 kwietnia 1991 r. w sprawie C-41/90, *Höfner*, EU:C:1991:161, akapit 21.

²⁹ Wyrok Trybunału Sprawiedliwości z 12 września 2000 r. w sprawie C-180/98, *Pavlov*, EU:C:2000:428, akapit 75.

³⁰ Wyrok Trybunału Sprawiedliwości z 12 lipca 1984 r. w sprawie 170/83, *Hydrotherm Gerätebau*, EU:C:1984:271, akapit 11.

³¹ Wyrok Trybunału Sprawiedliwości z 12 lipca 1984 r. w sprawie 170/83, *Hydrotherm Gerätebau*, EU:C:1984:271, akapit 11-12; wyrok Trybunału Sprawiedliwości z 14 grudnia 2006 r. w sprawie C-217/05, *Confederación Española de Empresarios de Estaciones de Servicio*, EU:C:2006:784, akapit 40.

³² Wyrok Trybunału Sprawiedliwości z 10 września 2009 r. w sprawie C-97/08 P, *Akzo*, EU:C:2009:536, akapit 58.

³³ Wyrok Trybunału Sprawiedliwości z 24 października 1996 r. w sprawie C-73/95 P, *Viho*, EU:C:1996:405, akapit 51.

7.1.2. Wrobud

- (389) Prezes Urzędu uznał, że Wrobud był niezależnym względem pozostałych stron postępowania przedsiębiorstwem zajmującym się działalnością gospodarczą polegającą m.in. na obrocie samochodami osobowymi marki Kia.

7.1.3. AS Motors

- (390) Prezes Urzędu uznał, że AS Motors był niezależnym względem pozostałych stron postępowania przedsiębiorstwem zajmującym się działalnością gospodarczą polegającą m.in. na obrocie samochodami osobowymi marki Kia.

7.1.4. Autotechnika Woźniak

- (391) Prezes Urzędu uznał, że Autotechnika Woźniak był niezależnym względem pozostałych stron postępowania przedsiębiorstwem zajmującym się działalnością gospodarczą polegającą m.in. na obrocie samochodami osobowymi marki Kia.

7.1.5. Gam

- (392) Prezes Urzędu uznał, że Gam był niezależnym względem pozostałych stron postępowania przedsiębiorstwem zajmującym się działalnością gospodarczą polegającą m.in. na obrocie samochodami osobowymi marki Kia.

7.1.6. Landcar

- (393) Prezes Urzędu uznał, że Landcar był niezależnym względem pozostałych stron postępowania przedsiębiorstwem zajmującym się działalnością gospodarczą polegającą m.in. na obrocie samochodami osobowymi marki Kia.

7.1.7. Marvel

- (394) Prezes Urzędu uznał, że Marvel był niezależnym względem pozostałych stron postępowania przedsiębiorstwem zajmującym się działalnością gospodarczą polegającą m.in. na obrocie samochodami osobowymi marki Kia.

7.1.8. Auto-Centrum I.M. Patecki

- (395) Prezes Urzędu uznał, że Auto-Centrum I.M. Patecki tworzyło jedno przedsiębiorstwo w rozumieniu prawa ochrony konkurencji prowadzone w ramach spółki cywilnej, w skład którego wchodziła Irena Patecka prowadząca działalność gospodarczą pod firmą Irena

Patecka IMP Group w Krakowie oraz Marek Patecki prowadzący działalność gospodarczą pod firmą Marek Patecki PHU M. Patecki w Krakowie.

- (396) Jednocześnie Prezes Urzędu uznał, że Auto-Centrum I.M. Patecki był niezależnym względem pozostałych stron postępowania przedsiębiorstwem zajmującym się działalnością gospodarczą polegającą m.in. na obrocie samochodami osobowymi marki Kia.

7.1.9. Autocentrum Patecki

- (397) Prezes Urzędu uznał, że Autocentrum Patecki tworzyło jedno przedsiębiorstwo w rozumieniu prawa ochrony konkurencji prowadzone w ramach spółki cywilnej, w skład którego wchodził: Łukasz Patecki prowadzący działalność gospodarczą pod firmą Łukasz Patecki Lukas Auto-Park w Krakowie oraz Barbara Patecki prowadząca działalność gospodarczą pod firmą Projekt Wola Barbara Patecki w Krakowie.
- (398) Jednocześnie Prezes Urzędu uznał, że Autocentrum Patecki był niezależnym względem pozostałych stron postępowania przedsiębiorstwem zajmującym się działalnością gospodarczą polegającą m.in. na obrocie samochodami osobowymi marki Kia.

7.1.10. Wadowscy

- (399) Prezes Urzędu uznał, że Wadowscy był niezależnym względem pozostałych stron postępowania przedsiębiorstwem zajmującym się działalnością gospodarczą polegającą m.in. na obrocie samochodami osobowymi marki Kia.

7.2. Przedsiębiorcy

Ramy prawne

- (400) Pojęcie „przedsiębiorcy” na potrzeby zastosowania ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów zdefiniowane zostało w art. 4 pkt. 1 u.o.k.k. W zakres tej definicji wchodzi między innymi przedsiębiorcy w rozumieniu ustawy z dnia 6 marca 2018 r. Prawo przedsiębiorców (Dz. U. z 2024 r. poz. 236 ze zm.). Zgodnie z art. 4 ust. 1 i 2 ustawy Prawo przedsiębiorców, przedsiębiorcą jest osoba fizyczna, osoba prawna lub jednostka organizacyjna niebędąca osobą prawną, której odrębna ustawa przyznaje zdolność prawną, wykonująca działalność gospodarczą, a także wspólnicy spółki cywilnej w zakresie wykonywanej przez nich działalności gospodarczej. Z kolei na podstawie art. 3 ustawy Prawo przedsiębiorców, działalnością gospodarczą jest zorganizowana działalność zarobkowa, wykonywana we własnym imieniu i w sposób ciągły.

- (401) Należy przy tym zauważyć, że w przeciwieństwie do prawa unijnego, prawo polskie nie dopuszcza do uznania za jednego przedsiębiorcę kilku podmiotów prawnych. Zgodnie z art. 4 pkt 1 u.o.k.k. przedsiębiorcą będzie jeden podmiot prawny. Jednocześnie przez „porozumienia” w prawie polskim należy zgodnie z art. 4 pkt 5 lit. a u.o.k.k. rozumieć m.in. „umowy zawierane między przedsiębiorcami”. Z kolei brzmienie art. 101 TFUE oraz art. 6 u.o.k.k. ma odmienny charakter w tym zakresie. Prawo unijne wskazuje na praktyki mające miejsce „między przedsiębiorstwami”, a prawo polskie wskazuje ogólnie na zakaz funkcjonowania antykonkurencyjnych porozumień.
- (402) Przyjmuje się na gruncie prawa polskiego, że zawarte między przedsiębiorcami tworzącymi jeden organizm gospodarczy porozumienia nie mogą naruszać art. 6 u.o.k.k., z uwagi na to, że nie ograniczają one konkurencji. Takie ograniczenie nie jest w tym przypadku możliwe, ponieważ przedsiębiorcy ci nie posiadają autonomii. Z uwagi na sposób uregulowania przyjęty przez polskiego ustawodawcę należy jednak przyjąć, że przedsiębiorcy stanowiący część tego samego organizmu gospodarczego mogą zawrzeć porozumienie (art. 4 pkt. 5 u.o.k.k.) – porozumienie to nie będzie jednak mogło być antykonkurencyjne (art. 6 u.o.k.k.). W konsekwencji zastosowanie art. 6 u.o.k.k. nigdy nie prowadzi do zakazania praktyk wykraczających poza te określone w art. 101 TFUE. Niemniej należy stwierdzić, że w istocie doktryna jednego organizmu gospodarczego znajduje w prawie polskim zastosowanie na innym etapie analizy niż w prawie unijnym (w przypadku prawa unijnego na etapie badania zawarcia porozumienia lub praktyki uzgodnionej, a w przypadku prawa polskiego na etapie badania antykonkurencyjności naruszenia).
- (403) Mając jednak na względzie fakt, że badanie czy między przedsiębiorcami stanowiącymi część tego samego organizmu gospodarczego istniało porozumienie jest niecelowe (nigdy nie może doprowadzić do stwierdzenia naruszenia art. 6 u.o.k.k.), Prezes Urzędu przyjmuje, że zasadne jest wyznaczenie zakresów poszczególnych organizmów gospodarczych na wstępie analizy, a nie dopiero na etapie analizy antykonkurencyjności porozumienia. Całość analizy stanu faktycznego powinna zatem przebiegać zgodnie z regułami odpowiadającymi badaniu praktyki w ramach art. 101 TFUE (tj. wyznaczenie zakresów poszczególnych organizmów gospodarczych powinno nastąpić przed badaniem istnienia porozumienia sensu stricto, tj. przed badaniem m.in. formy tego porozumienia). Na potrzeby prawa polskiego należy przyjąć, że orzecznicza koncepcja jednego organizmu gospodarczego jest tożsama z pojęciem „przedsiębiorstwa” w prawie unijnym.

Zastosowanie prawa w niniejszej sprawie

- (404) Prezes Urzędu stwierdził, że podmioty wskazane w pkt. 2.1.-2.10. były przedsiębiorcami. Jak wynika z okoliczności omówionych w pkt. 7.1.1.-7.1.10. podmioty te prowadziły działalność

gospodarczą polegającą m.in. na sprzedaży samochodów osobowych marki Kia. Kia Polska, Wrobud, AS Motors, Gam, Landcar, Marvel, Wadowscy są spółkami prawa handlowego zarejestrowanymi w rejestrze przedsiębiorców, natomiast Autotechnika Woźniak, Auto-Centrum I.M. Patecki oraz Autocentrum Patecki to przedsiębiorcy zarejestrowani w Centralnej Ewidencji i Informacji o Działalności Gospodarczej, prowadzący jednoosobową działalność gospodarczą (Autotechnika Woźniak) lub działający w formie spółek cywilnych (Auto-Centrum I.M.Patecki, Autocentrum Patecki).

- (405) Prezes Urzędu uznał, że przedsiębiorcy ci tworzyli organizmy gospodarcze w zakresach tożsamych z przedsiębiorstwami wskazanymi w pkt 7.1. Powody takiej konkluzji są tożsame z motywami opisanymi w pkt. 7.1., ponieważ jak wskazano wyżej polska orzecznicza koncepcja jednego organizmu gospodarczego pozostaje tożsama z pojęciem „przedsiębiorstwa” stosowanym w prawie unijnym.

8. Rynek właściwy

Ramy prawne

- (406) Koncepcja rynku właściwego stanowi narzędzie analityczne służące weryfikowaniu, czy w kontekście określonej teorii szkody może dochodzić do zapobieżenia, ograniczenia lub zakłócenia konkurencji.
- (407) W orzecznictwie unijnym przyjęto, że obowiązek określenia rynku właściwego w kontekście stosowania art. 101 TFUE występuje jedynie, gdy bez zdefiniowania takiego rynku niemożliwe jest stwierdzenie, czy rozpatrywane porozumienie, decyzja związku przedsiębiorstw lub uzgodniona praktyka mogą mieć wpływ na handel między państwami członkowskim Unii Europejskiej (dalej: „**Państwa Członkowskie**”) oraz czy ich celem lub skutkiem jest zapobieżenie, ograniczenie lub zakłócenie konkurencji wewnątrz rynku wewnętrznego.³⁴
- (408) Rynek właściwy posiada wymiar produktowy i geograficzny. Rynek właściwy produktowo obejmuje produkty lub usługi, które są substytucyjne lub w wystarczającym stopniu zamienne, nie tylko z uwagi na swoje obiektywne cechy, które sprawiają, że są one w stanie zaspokajać określone potrzeby konsumentów.³⁵ Rynek właściwy geograficznie to rynek obejmujący

³⁴ Wyrok Sądu Unii Europejskiej z 16 września 2013 r. w sprawie T-396/10, *Zucchetti Rubinetteria SpA przeciwko Komisji Europejskiej*, EU:T:2013:446; wyrok Sądu Unii Europejskiej z 25 października 2005 r. w sprawie T-38/02, *Groupe Danone przeciwko Komisji Europejskiej*, EU:T:2005:367; wyroku Sądu Unii Europejskiej z 15 września 1998 r. w sprawach połączonych T-374/94, T 375/94, T-384/94 oraz T-388/94, *European Night Services i inni przeciwko Komisji Europejskiej*, EU:T:1998:198; wyrok Sądu Unii Europejskiej z 6 lipca 2000 r. w sprawie T-62/98, *Volkswagen przeciwko Komisji Europejskiej*, EU:T:2000:180.

³⁵ Wyrok Sądu Unii Europejskiej z 12 czerwca 1997 r. w sprawie T-504/93, *Tiercé Ladbroke przeciwko Komisji Europejskiej*, EU:T:1997:84, akapit 81.

określony obszar, na którym produkt jest sprzedawany i na którym występują wystarczająco homogeniczne warunki konkurencji.³⁶

- (409) W prawie krajowym przez „rynek właściwy” należy rozumieć – zgodnie z art. 4 pkt 9 u.o.k.k. – 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.

Zastosowanie prawa w niniejszej sprawie

- (410) W odniesieniu do prawa unijnego Prezes Urzędu stwierdził, że opisane w decyzji naruszenie miało charakter naruszenia, którego celem było ograniczenie konkurencji i wpływało na handel między Państwami Członkowskimi.³⁷ Naruszenie to dotyczyło wskazanych w decyzji produktów (samochodów osobowych marki Kia) i odnosiło się do obszaru Polski.
- (411) Na potrzeby oceny praktyki opisanej w decyzji w kontekście prawa polskiego, Prezes Urzędu stwierdził, że do wyeliminowania, ograniczenia lub naruszenia konkurencji w inny sposób doszło na polskim rynku obrotu samochodami osobowymi. W zakresie produktowego wymiaru rynku właściwego, Prezes Urzędu stwierdził, że obejmuje on samochody osobowe, tj. pojazdy o dopuszczalnej masie całkowitej do 3,5 tony, które przeznaczone są do przewożenia nie więcej niż 9 osób łącznie z kierowcą. Samochody osobowe, choć są zróżnicowane, mają wspólne przeznaczenie, tj. przewożenie osób a nie towarów. Ponadto w ofercie dostawców tych produktów znajduje się wiele modeli samochodów osobowych o zróżnicowanej specyfikacji. Z uwagi na powyższe, zdaniem Prezesa Urzędu rynek właściwy obejmuje kategorie samochodów osobowych ogółem bez ich dalszej segmentacji. Jednocześnie samochody osobowe jako typ pojazdu nie są zastępowalne innymi pojazdami (np. ciężarówkami przystosowanymi do transportu towarów oraz prac ciężkich). Z tego względu Prezes Urzędu nie objął definicją rynku właściwego w tej sprawie samochodów ciężarowych.
- (412) Prezes Urzędu uznał, że naruszenie dotyczyło rynku geograficznego obejmującego Polskę. Kia Polska i dystrybutorzy koncentrują swoją działalność na ofertowaniu samochodów osobowych klientom zamieszkałym lub prowadzącym działalność w Polsce. Dystrybucja samochodów osobowych marki Kia na głównych rynkach europejskich jest oparta na lokalnych spółkach krajowych (Kia Polska, Kia Österreich, Kia Belgium itd.), które pełnią rolę dystrybutora hurtowego oraz odpowiadają za dystrybucję produktów na danym rynku za

³⁶ Wyrok Trybunału Sprawiedliwości z 31 marca 1998 r. w sprawie C-68/94, *Kali und Salz*, EU:C:1998:148, akapit 143.

³⁷ Por. akapit (407) decyzji.

pośrednictwem dystrybutorów obsługujących i nawiązujących bezpośrednie kontakty z klientami z danego kraju. Kia Polska jest odpowiedzialna za kreowanie strategii docierania z samochodami osobowymi marki Kia do klientów jedynie w Polsce. Tak więc sama organizacja systemu dystrybucji samochodów osobowych marki Kia wskazuje, że rynek geograficzny obrotu tymi pojazdami jest rynkiem krajowym i w tym przypadku obejmuje obszar Polski. Prezes Urzędu uwzględnił również okoliczność, że ustalenia polityki cenowej i podziałowej były stosowane przez wszystkich dealerów Kia Polska – prowadzących działalność związaną z obrotem samochodami osobowymi marki Kia w różnych częściach Polski – przez co nie były one ograniczone do poszczególnych rejonów kraju.

- (413) Mając na względzie powyższe należy uznać, że rynkiem właściwym jest polski rynek obrotu samochodami osobowymi.

9. Naruszenie art. 6 u.o.k.k. i art. 101 TFUE

9.1. Porozumienia i praktyki uzgodnione

Ramy prawne

- (414) W świetle art. 101 TFUE niezgodne z rynkiem wewnętrznym i zakazane są wszelkie porozumienia między przedsiębiorstwami, wszelkie decyzje związków przedsiębiorstw i wszelkie praktyki uzgodnione, które mogą mieć wpływ na handel między Państwami Członkowskimi i których celem lub skutkiem jest zapobieżenie, ograniczenie lub zakłócenie konkurencji wewnątrz rynku wewnętrznego.
- (415) Jednocześnie zgodnie z art. 6 u.o.k.k. zakazane są porozumienia, których celem lub skutkiem jest wyeliminowanie, ograniczenie lub naruszenie w inny sposób konkurencji na rynku właściwym. Przez „porozumienia”, zgodnie z art. 4 pkt 5 u.o.k.k. rozumie się: (i) umowy zawierane między przedsiębiorcami, między związkami przedsiębiorców oraz między przedsiębiorcami i ich związkami albo niektóre postanowienia tych umów; (ii) uzgodnienia dokonane w jakiejkolwiek formie przez dwóch lub więcej przedsiębiorców lub ich związki; (iii) uchwały lub inne akty związków przedsiębiorców lub ich organów statutowych.
- (416) Z kolei art. 101 TFUE wskazuje, że zakazane są porozumienia (ang. *agreements*), uzgodnione praktyki (ang. *concerted practices*) oraz decyzje związków przedsiębiorców. Dla istnienia porozumienia (prawo unijne) wystarczające jest, aby między przynajmniej dwoma przedsiębiorstwami istniała zgodność woli, przy czym sposób w jaki się ona objawia pozostaje nieistotny.³⁸ Z kolei dla istnienia praktyki uzgodnionej (prawo unijne) wystarczające jest, aby

³⁸ Wyrok Trybunału Sprawiedliwości z 6 stycznia 2004 r. w sprawach połączonych C-2/01 P oraz C-3/01 P, *Bundesverband der Arzneimittel-Importeure*, EU:C:2004:2, akapit 96.

bez dojścia do fazy, w ramach której porozumienie (prawo unijne) zostaje właściwie zawarte, strony świadomie zastąpiły ryzyko wynikające z konkurencji praktyczną współpracą.³⁹

- (417) W praktyce decyzyjnej Komisji przyjmuje się, że jeżeli nie istnieje wyraźne porozumienie (np. spisana umowa) wyrażające zgodną wolę przedsiębiorców, istnienia porozumienia można dowodzić na tej podstawie, że jednostronna polityka danej strony porozumienia (np. producenta) uzyskuje zgodę innych jego stron (np. jego dystrybutorów). Przy braku wyraźnego porozumienia wyrażającego zgodną wolę, o istnieniu takiej zgody można wnosić z zawartego wcześniej porozumienia o charakterze ogólnym. Komisja może także dowodzić istnienia milczącej zgody dystrybutorów na określoną formę funkcjonowania sieci dystrybucji – na tej podstawie, że jedna strona wymaga wyraźnie lub domyślnie współpracy od drugiej strony w celu wdrożenia określonej polityki jednostronnej, a druga strona poddaje się temu wymaganiu, wprowadzając jednostronną politykę w życie.⁴⁰
- (418) Niemniej jednak podkreślenia wymaga, że to samo zachowanie może jednocześnie zawierać zarówno elementy porozumienia i praktyki uzgodnionej (prawo unijne). Organ ochrony konkurencji nie jest zobowiązany do przesądzania o tym, w jaki dokładnie sposób, w którym momencie i w jakim zakresie określone działania stanowiły porozumienie, a w jakim praktykę uzgodnioną (prawo unijne).⁴¹
- (419) Chociaż prawo unijne i polskie używają różnych pojęć do nazwania form współpracy między podmiotami rynkowymi, należy stwierdzić, że przesłanki określenia, że dane zachowanie stanowiło umowę lub uzgodnienie w rozumieniu prawa polskiego są takie same, jak przesłanki dla uznania, że zachowanie to stanowiło odpowiednio porozumienie lub praktykę uzgodnioną w rozumieniu prawa unijnego. Z tych względów w dalszej części uzasadnienia decyzji Prezes Urzędu posługuje się sformułowaniem „porozumienie” zgodnie z jego polskim rozumieniem, o ile nie zastrzeżono inaczej. W konsekwencji przez „porozumienie” należy rozumieć: umowy (prawo polskie), uzgodnienia (prawo polskie), porozumienia (prawo unijne), praktyki uzgodnione (prawo unijne).

Zastosowanie prawa w niniejszej sprawie

- (420) Prezes Urzędu uznał, że działania opisane w pkt. 5 decyzji świadczą o istnieniu porozumienia i praktyki uzgodnionej w rozumieniu prawa unijnego i porozumienia w rozumieniu prawa polskiego. Powyższy wniosek wynika z następujących względów.

³⁹ Wyrok Trybunału Sprawiedliwości z 14 lipca 1972 r. w sprawie C-48/69, *Imperial Chemical Industries*, EU:C:1972:70, akapit 64.

⁴⁰ Komunikat Komisji – wytyczne w sprawie ograniczeń wertykalnych (Dz. Urz. UE z 2010 nr C 130, s. 1, akapit 25), obecnie Komunikat Komisji – wytyczne w sprawie ograniczeń wertykalnych (Dz. Urz. UE z 2022 nr C 248, s. 18, akapit 54).

⁴¹ Wyrok Sądu Pierwszej Instancji z 20 kwietnia 1999 r. w sprawie T-305/94, *Limburgse Vinyl Maatschappij*, EU:T:1999:80, akapit 696.

- (421) Zgromadzony materiał dowodowy potwierdza, że od najpóźniej stycznia 2013 r. do przynajmniej 11 maja 2021 r. między Kia Polska i jej dealerami czynione były uzgodnienia co do wspólnego sposobu działania na rynku. Ustalenia te dotyczyły zarówno wysokości cen sprzedaży samochodów osobowych marki Kia, jak i podziału rynku poprzez ofertowanie przez dystrybutorów samochodów jedynie w odpowiedzi za zapytania tych klientów, których siedziba lub miejsce zamieszkania wskazywały na przypisany danemu dealerowi Obszar Odpowiedzialności.
- (422) Ustalenia pomiędzy stronami porozumienia dokonywane były zarówno za pośrednictwem wiadomości e-mail, jak również na bezpośrednich spotkaniach uczestników sieci dealerskiej. Sposób funkcjonowania przedmiotowego porozumienia można zobrazować w następujących punktach:
- a) Kia Polska przekazywała dealerom cenniki z cenami odsprzedaży równocześnie informując o wysokościach maksymalnych rabatów flotowych, jakie dealerzy powinni stosować przy odsprzedaży samochodów marki Kia [akapity (180), (263), (264), (266), (270), (276), (278)-(283), (286), (288)-(290), (293), (297), (303), (309), (310), (313), (323), (325), (327)-(329), (331), (333)-(335), (338), (339), (341)-(343), (345), (348), (357), (363), (367) decyzji];
 - b) dealerzy Kia Polska akceptowali ustalenia co do przestrzegania określonego, minimalnego poziomu cen i odmawiali potencjalnym klientom przedstawienia konkurencyjnej oferty do tej otrzymanej przez klienta w salonie sprzedaży innego dealera, a także wskazywali w korespondencji z klientami, że ceny sprzedaży w sieci dealerskiej Kia Polska są jednolite [akapity (181)-(260), (329) decyzji];
 - c) dealerzy Kia Polska kierowali do innych dealerów Kia Polska skargi na nieprzestrzeganie przez nich ustaleń cenowych [akapity (262)-(266), (269), (271)-(283), (285)-(290) decyzji], jak również odwoływali się do przestrzegania przyjętych zasad współpracy [akapity (267)-(270) decyzji];
 - d) dealerzy Kia Polska kierowali do Kia Polska skargi na nieprzestrzeganie ustaleń cenowych przez pozostałych dealerów [akapity (305)-(340), (342), (343), (345)-(353), (355), (356), (358), (359), (361), (362), (366)-(369), (372), (373) decyzji], w tym wprost zwracali się o podjęcie przez Kia Polska interwencji w tym zakresie [akapity (315), (316), (325), (329), (332), (333), (335), (343), (345)-(347) decyzji];
 - e) Kia Polska weryfikowała i interweniowała u dealerów w celu doprowadzenia do zmiany cen w ofercie [akapity (305), (306), (317), (331), (335), (337)-(363), (365)-(368), (370), (372), (373) decyzji], a także informowała dealerów o możliwych konsekwencjach, w tym w postaci utraty **[informacja prawnie chroniona]** [akapity

(350), (372), (373) decyzji]. Korespondencja wewnątrz Kia Polska wskazuje również, że pracownicy Kia Polska rozważali rozwiązanie umowy z dystrybutorami nieprzestrzegającymi polityki cenowej [akapit (373) decyzji];

- f) Kia Polska monitorowała ceny stosowane przez dealerów wizytując salony sprzedaży dealerów [akapity (292)-(295), (299), (303) decyzji], wysyłając do poszczególnych dealerów prośby o wyjaśnienie zaproponowanej klientowi ceny [akapity (342), (343), (345), (347), (354), (355), (357) decyzji], obserwując wymianę korespondencji pomiędzy uczestnikami sieci dealerskiej Kia Polska podejmowaną za pomocą aliasu pocztowego „sprzedaz.dealer@kiamotors.pl” [akapity (283), (376) decyzji] oraz wysyłając do salonów sprzedaży dealerów tzw. „tajemniczego klienta” w celu sprawdzenia, czy dany dystrybutor przestrzega założeń wspólnej polityki cenowej [akapit (302) decyzji];
- g) Kia Polska oraz dealerzy Kia Polska pilnowali, aby ceny w internetowych ofertach sprzedaży nie były niższe od cen wskazanych w oficjalnym cenniku Kia Polska [akapity (297)-(300), (305), (306), (310), (314), (315), (317)-(319), (327), (330), (332), (337), (340), (346), (347), (349), (351), (352), (354), (356), (358)-(360), (362), (364)-(366), (368), (372) decyzji];
- h) między Kia Polska a dystrybutorami dochodziło do uzgodnień podziałowych, zakładających geograficzny podział rynku i sprzedaż pojazdów marki Kia jedynie takim klientom, których miejsce zamieszkania lub siedziba wskazywały na przynależność do Obszaru Odpowiedzialności danego dealera. W przypadku gdy do dealera z prośbą o ofertę zgłosił się klient nieprzynależny do Obszaru Odpowiedzialności danego dystrybutora ustalonym zachowaniem było odesłanie klienta do najbliższego względem jego siedziby lub miejsca zamieszkania salonu sprzedaży (ograniczenie możliwości sprzedaży pasywnej);
- i) dealerzy Kia Polska akceptowali powyższe ustalenia podziałowe o czym świadczą podobne odpowiedzi na zapytania ofertowe klientów, tj. polecenie, aby w celu zakupu samochodu osobowego udali się do dealera w swojej najbliższej okolicy [akapity (75)-(152) decyzji], niekiedy wprost wskazując na dane kontaktowe lokalnych dealerów, do których powinni zwrócić się klienci [akapity (77), (79), (82), (83), (88), (93), (103), (143) decyzji]. Dealerzy informowali pozostałych dystrybutorów oraz Kia Polska o stosowaniu się do ustaleń podziałowych poprzez wysyłanie powyższych wiadomości lub ich kopii na wspólny alias pocztowy „sprzedaz.dealer@kiamotors.pl”, do których dostęp miała Kia Polska oraz pozostali dealerzy [akapity (75)-(77), (79)-(83), (87), (89), (90), (92), (93), (103), (117), (119), (120), (133),

(134), (137), (139), (143) decyzji] lub na bezpośrednie adresy poczty elektronicznej pozostałych uczestników sieci [akapity (86), (88), (91), (101), (102), (104), (106), (107), (108), (121)-(128), (136), (138), (140), (145) decyzji]. Zdarzały się też przypadki, w których dealerzy przekazywali sobie dane klientów według właściwości terytorialnej w bezpośrednich wiadomościach e-mail [akapity (68), (93) decyzji]. Akceptacja ustaleń podziałowych przejawiała się także w wyrażanej wprost dezaprobachie dealerów dla nieprzestrzegania ustaleń podziałowych przez wszystkich uczestników sieci [akapity (65)-(68), (70), (71) decyzji];

- j) dealerzy Kia Polska kierowali do Kia Polska skargi na nieprzestrzeganie ustaleń podziałowych przez pozostałych dealerów [akapity (159)-(165) decyzji];
- k) Kia Polska weryfikowała skargi uzyskane od dealerów z sieci, niekiedy podejmując interwencje [akapity (154), (159) decyzji]. Kia Polska także sama monitorowała przestrzeganie ustaleń podziałowych przez dealerów, czym dyscyplinowała dystrybutorów do przestrzegania ustaleń podziałowych [akapity (155)-(158) decyzji];
- l) co najmniej od 2017 r. pomiędzy Kia Polska a dystrybutorami dochodziło także do ustaleń przewidujących podział klientów, którzy chcieli zakupić samochody osobowe do celów prowadzenia ośrodków szkolenia kierowców [akapity (166)-(177) decyzji]. Kia Polska utrzymywała powyższy podział rynku poprzez przyznawanie rabatów wyłącznie w przypadku sprzedaży pojazdów klientom, prowadzącym ośrodki szkolenia kierowców, przez dealera, który w danym regionie wygrał przetarg na sprzedaż pojazdów egzaminacyjnych do WORD, przez co tak wspierany dystrybutor mógł zaoferować lepsze warunki cenowe klientowi, niż dystrybutorzy, którzy nie wygrali przetargu lub działali w innym regionie [akapit (167) decyzji]. W praktyce ustalenia prowadziły do wyłączności dla dealera, który wygrał przetarg w WORD w zakresie oferowania pojazdów do ośrodków szkolenia kierowców z regionu danego WORD. W tym zakresie dealerzy informowali klientów prowadzących szkoły jazdy o obowiązującej rejonizacji [akapity (175)-(177) decyzji], a pracownicy Kia Polska otrzymywali informacje o naruszeniach [akapity (173), (174) decyzji];
- m) Kia Polska dążyła do utrzymania takiego modelu sprzedaży, w którym dealerzy samodzielnie pilnowali przestrzegania ustaleń oraz dyscyplinowali się nawzajem bez widocznej ingerencji Kia Polska [akapit (72) decyzji], zachowując jednocześnie ostrożność, tak aby ewentualne dowody nie wskazywały na udział Kia Polska w porozumieniu [akapit (73) decyzji].

- (423) Odnosząc się do podejmowanych między Kia Polska a dealerami uzgodnień dotyczących stosowania cen odsprzedaży wskazać należy, że Kia Polska regularnie przekazywała dealerom

cenniki zawierające ceny odsprzedaży samochodów marki Kia [akapity (180) decyzji]. Od cen z cennika dealerzy naliczali rabaty flotowe w ustalonej wysokości [akapity (263), (264), (266), (270), (276), (278)-(283), (286), (288)-(290), (293), (297), (303), (309), (310), (313), (323), (325), (327)-(329), (331), (333)-(335), (338), (339), (341)-(343), (345), (348), (357), (363), (367) decyzji]. W ten sposób dochodziło do ustalenia cen minimalnych.

- (424) Powyższe potwierdza korespondencja e-mail stanowiąca odpowiedzi dealerów Kia Polska na zapytania klientów o przedstawienie wyceny samochodu marki Kia. Dystrybutorzy informowani przez potencjalnego klienta o uprzednio złożonej ofercie przez innego dealera, odmawiali przedstawienia swojej wyceny, wskazując na takie same argumenty: **(i)** w sieci dealerskiej Kia Polska obowiązuje jednolita polityka rabatowa i cennik [akapity (182), (194), (195), (197), (209), (223), (225), (226), (229)-(243), (245), (246) decyzji], **(ii)** warunki sprzedaży u każdego dealera są takie same [akapity (217), (227), (248)-(257) decyzji], **(iii)** wewnątrz sieci dealerskiej obowiązuje spójna polityka cenowa [akapity (183), (184), (191)-(193), (198), (199) decyzji], **(iv)** dealerzy Kia Polska nie biorą udziału w konkursie ofert i przebijaniu ceny wewnątrz jednej marki [akapity (196), (202), (215), (216), (219), (220), (228), (244) decyzji], **(v)** etyka nie pozwala dealerowi wyrównać oferty innego dealera [akapit (218) decyzji], **(vi)** dealerzy Kia Polska nie mają wpływu na wysokość rabatów [akapit (212) decyzji].
- (425) Na konieczność przestrzegania wskazanych przez Kia Polska rabatów maksymalnych, wskazuje także skarga dealera Autocentrum Patecki, którego pracownik poskarżył się do Kia Polska, że inny z uczestników sieci dealerskiej przedstawił ofertę z zawyżonym rabatem flotowym. Na potwierdzenie przedstawił wyliczenia wskazujące, że oferta tego dealera zawierała zawyżone kwoty rabatów w porównaniu do stawek rabatów wynikających z polityki flotowej [akapit (333) decyzji]. Podobne skargi przekazywali do Kia Polska przedstawiciele Marvel, [**informacja prawnie chroniona**], AS Motors, [**informacja prawnie chroniona**] [akapity (334), (335), (339), (345), (348), (367) decyzji]. Po otrzymaniu sygnału, pracownicy Kia Polska sprawdzali otrzymane zgłoszenia i przeprowadzali interwencje u dealerów, których oferty zawierały ceny z zawyżonym rabatem flotowym [akapity (335), (355) decyzji]. Kia Polska monitorowała transakcje sprzedaży również z własnej inicjatywy [akapity (338), (341), (357) decyzji], korzystając niekiedy z dostępu do programu [**informacja prawnie chroniona**] [akapity (301), (342), (363) decyzji].
- (426) Zarówno Kia Polska, jak i jej dealerzy, wyrażali zgodną wolę co do przestrzegania wyżej opisanych ustaleń cenowych. W szczególności w materiale dowodowym znajdują się wiadomości e-mail, z których wynika wyraźna lub dorozumiana zgoda i zaangażowanie dystrybutorów w opisane wyżej działania. Na okoliczność dostosowywania się przez dystrybutorów do ustalonej przez Kia Polska polityki cenowej w zakresie stosowania cen,

należy przywołać korespondencję z września 2017 r., w której opiekun handlowy w Kia Polska zapytał dealera o zaproponowaną przez niego cenę nabycia samochodu Kia na portalu Otomoto. W odpowiedzi na wyjaśnienia pracownika dealera, przedstawiciel Kia Polska wskazał: „Ceny prezentowane w mediach muszą być zgodne z oficjalnym cennikiem KMP (...) Poproszę zatem o aktualizację ceny zgodnie z cennikiem”, na co przedstawiciel dealera odpowiedział: „ok, poprawimy” [akapit (359) decyzji]. Dystrybutorzy na prośbę Kia Polska zgłaszali do niej przypadki stosowania przez innych dealerów cen niezgodnych z ustaleniami: „**[informacja prawnie chroniona]** [pracownik Kia Polska zatrudniony na stanowisku specjalisty ds. rozwoju sieci dealerskiej – UOKiK], *prosił, żeby każdy przypadek zaniżonej oferty zgłaszać Tobie więc zgłaszam*” [akapit (313) decyzji].

- (427) W ramach kontaktów horyzontalnych wewnątrz sieci dealerskiej, poszczególni dealerzy Kia Polska wymieniali się informacjami na temat dealerów, którzy nie przestrzegali uzgodnień cenowych. Niektórzy ze skarżących opisując takie zachowanie posługiwali się określeniem „oddawania auta pod wodą”, co oznaczało zaniżanie ustalonych wewnątrz sieci dystrybucyjnej cen odsprzedaży [akapit (283) decyzji].
- (428) Dealerzy Kia Polska odpowiadając na skargi innych dystrybutorów dotyczące przedstawiania kontrahentom zaniżonych ofert sprzedaży, wskazywali m.in.: **(i)** „**KTOŚ ODDAŁ MARŻE I [informacja prawnie chroniona] POGRATULOWAĆ DO MNIE DOSZŁO TO SAMO DRAMAT MARKI ☹**” [akapit (272) decyzji], **(ii)** „No ciekawe, który orzeł się tak «wylała» ... Pozdro dla lidera... nie sprzedaży, ale psucia branży!!!” [akapit (273) decyzji], **(iii)** „Centrala powinna takim baranom obowiązkowo nakazać powieszenia banneru «Caritas KIA»” [akapit (276) decyzji], **(iv)** „To gratuluję – nie wiedziałem, że Nowe Sorento Sprzedajemy za tzw. „0”, auto na którym można zarobić to «ściągacie gacie» – działanie na niekorzyść marki i sieci.” [akapit (280) decyzji], **(v)** „(...) Właśnie straciliśmy Klienta z Łodzi...za **[informacja prawnie chroniona]** zł też przejechałabym się do płocka ...tylko pytam po cholere strzelać sobie w kolano i psuć rynek ! Może wszyscy dokładajmy do interesu ?!” [akapit (271) decyzji]. Również wiadomość wewnętrzna pochodząca z Wrobud wskazuje, że poszczególnym dealerom zależało na przestrzeganiu uzgodnień cenowych, a pole do konkurowania upatrywali jedynie w oferowaniu jakości obsługi w ich salonach sprzedaży: „Nie bierzemy udziału w konkursach cenowych. Wyłącznie jakość obsługi” [akapit (244) decyzji]. Natomiast w sytuacji kiedy pan Paweł Białkowski (Marvel) zarzucił na Landcar próbę przejęcia klienta Marvel, poprzez przedstawienie oferty z zaniżoną ceną, pan Michał Krzewiński (Landcar) poprosił pracownika o zweryfikowanie przedstawionej przez Landcar oferty, a w przypadku gdy okazałoby się, że doszło do błędu wskazał, że „trzeba będzie puścić przelew na dom dziecka”. W ten sposób przedstawiciel Landcar dopuszczał możliwość, że Landcar przedstawił klientowi konkurencyjną względem Marvel wycenę, zawierającą

zaniżone ceny odsprzedaży. Pan Michał Krzewiński proponując przelew środków na cel charytatywny chciał udowodnić, że stosuje się do przyjętych ustaleń, a zaistniała sytuacja stanowi jedynie nieporozumienie, które nie będzie rzutować na dalszą realizację ustaleń pomiędzy dealerami. Jednocześnie obaj dealerzy zadeklarowali wzajemną współpracę i potwierdzili, że handlowcy obu salonów powinni „trzymać się ustaleń” i nie konkurować między sobą cenowo poprzez „zaoferowanie ceny tożsamej z ceną Marvel” [akapit (289) decyzji].

- (429) Dealerzy Kia Polska w korespondencji wymienianej pomiędzy sobą odwoływali się do ustalonych zasad współpracy w zakresie utrzymywania jednolitych cen, prosząc „o lojalność i (nie) przebijanie ofert” [akapit (267) decyzji], a także deklarując „trzymanie się ustaleń” i oferowanie kontrahentowi ceny tożsamej z ceną innego dealera [akapit (289) decyzji].
- (430) Dealerzy żądali od Kia Polska podejmowania odpowiednich działań względem tych dystrybutorów, którzy nie stosowali się do wspólnych ustaleń w zakresie wspólnej polityki cenowej poprzez zaniżanie cen odsprzedaży, w tym „zawyżanie” udzielanych rabatów flotowych. Niejednokrotnie dealerzy prosili Kia Polska o „przyjrzenie się” [akapit (344) decyzji], „weryfikację” [akapity (289), (314), (320), (335), (344), decyzji], obserwowanie zgłoszenia [akapit (324) decyzji] lub „zrobienie porządku” z transakcjami sprzedaży innych dealerów Kia Polska, które wzbudzały podejrzenia skarżących co do ceny [akapit (347) decyzji]. Zgłaszając przypadki nieprzestrzegania ustalonych cen, oczekiwali, że Kia Polska podejmie odpowiednie kroki mające na celu ich zdyscyplinowanie [akapity (315), (316), (320), (323), (325), (326), (329), (332), (333), (343), (356), (373) decyzji]. Przykładowo w wiadomości z marca 2017 r. przedstawiciel Marvel poprosił pracownika Kia Polska o przeprowadzenie interwencji u dealera Leszek Liszyński Lee Motors [akapit (316) decyzji], a z kolei w korespondencji ze stycznia 2019 r. o „zablokowanie” i podjęcie interwencji poprosił przedstawiciel dealera Wrobud [akapit (325) decyzji].
- (431) Jak wynika z materiału dowodowego, po otrzymaniu sygnału o nieprzestrzeganiu ustalonej polityki cenowej przez danego dystrybutora, Kia Polska weryfikowała wysokość stosowanych przez niego cen, a w przypadku nieprawidłowości podejmowała odpowiednie działania [akapity (305), (306), (317), (331), (335), (337)-(363), (365)-(368), (370), (372), (373) decyzji].
- (432) Ponadto pracownicy Kia Polska kontrolowali poziom cen odsprzedaży z własnej inicjatywy. W przypadku kiedy oferowana przez dealerów Kia Polska cena była niższa od ustalonej, zwracali dealerom uwagę na nieprawidłowości w ich ofertach sprzedaży. Na potwierdzenie opisanych powyżej okoliczności można wskazać wiadomość e-mail z listopada 2020 r., w której pracownik Kia Polska wprost wskazał, że spółka „trzyma rękę na pulsie” kontrolując

oferty sprzedaży dealerów publikowane na portalu Otomoto i przeprowadza interwencje w przypadku ich niezgodności z ustaleniami obowiązującymi w sieci dealerskiej [akapit (354) decyzji]. Kontrola respektowania ustaleń przez wszystkich dystrybutorów była możliwa również dzięki aliasowi pocztowemu „sprzedaz.dealer@kiamotors.pl”, z którego korzystali zarówno przedstawiciele dealerów, jak również pracownicy Kia Polska [akapit (363) decyzji]. Jak wskazano w pierwszej części decyzji, przedmiotowy alias ułatwiał uczestnikom sieci dealerskiej wymianę informacji.

- (433) Innym przykładem weryfikowania cen u dealerów Kia Polska były wizytacje przedstawicieli handlowych Kia Polska w salonach sprzedaży poszczególnych dystrybutorów. Z przeprowadzonych kontroli były sporządzane raporty, przekazywane następnie do kierownika generalnego rozwoju sieci dealerskiej Kia Polska, a także do osób sprawujących funkcje kierownicze w salonach sprzedaży dystrybutorów [akapity (291)-(295) decyzji]. Weryfikacja cen polegała również na podstawianiu przez pracowników Kia Polska „tajemniczego klienta” [akapit (302) decyzji], a także zatrudnianiu zewnętrznych audytorów celem przeprowadzeniu kontroli cen w salonach sprzedaży dystrybutorów [akapit (303) decyzji].
- (434) W celu sprawdzenia cen stosowanych przez dealerów w ich transakcjach odsprzedaży samochodów marki Kia, Kia Polska korzystała niejednokrotnie z systemu **[informacja prawnie chroniona]**, dzięki któremu uzyskiwała dostęp do ofert danego dealera [akapity (165), (301), (307), (363) decyzji].
- (435) Jednocześnie, Kia Polska oraz dystrybutorzy pilnowali, aby samochody marki Kia nie były wystawiane w Internecie po zbyt niskich cenach. Taki wniosek wynika z wiadomości e-mail, w których pracownicy Kia Polska wskazywali dealerom, że wystawiane przez nich ogłoszenia na portalu Otomoto powinny zawierać ceny zgodne z obowiązującym cennikiem [akapity (298), (299), (317), (354) decyzji], a także z korespondencji wewnątrz Kia Polska, w której pracownicy weryfikowali, czy ceny w ofertach dealerów Kia Polska nie są niższe od poziomu cen ustalonego wewnątrz sieci dealerskiej [akapit (297), (355), (358) decyzji]. Na powyższe wskazuje następująca treść wiadomości e-mail pochodzących od pracowników Kia Polska: **(i)** „Jest absolutny zakaz oferowania przez internet wszelkich niestandardowych rabatów. Proszę usunąć lub zmodyfikować wszelkie ogłoszenia nie zawierające właściwej ceny pojazdu” [akapit (353) decyzji], **(ii)** „Ceny prezentowane w mediach muszą być zgodne z oficjalnym cennikiem KMP. Tego typu praktyki powodują niepotrzebny szum informacyjny. Zawsze to powtarzam moim partnerom – żeby nie skuteczniać takiego procederu. Poproszę zatem o aktualizację ceny zgodnie z cennikiem. PS: Nie czepiam się Was, rozmawiam na ten temat ze wszystkimi.” [akapit (359) decyzji], **(iii)** „Komunikujemy ceny zgodnie z cennikiem. Rabaty to rzecz wtórna.” [akapit (360) decyzji], **(iv)** „Krzysiek wyłożył dealerom naszą interpretację

tego, jak takie ogłoszenia powinny wyglądać (ceny cennikowe). Przy milczącym potwierdzeniu, wszyscy obiecali zrewidowanie tematu i nie umieszczanie ogłoszeń z upustami flotowymi i innymi” [akapit (364) decyzji]. Dealerzy Kia Polska również w aspekcie dotyczącym sposobu prezentowania cen w Internecie monitorowali sytuację w sieci dealerskiej, przekazując jednocześnie Kia Polska skargi na działania niezgodne z przyjętymi ustaleniami i prośby o podjęcie w tym zakresie interwencji [akapity (331), (332), (337), (346), (347), (351)-(353), (358), (359), (362), (364)-(366), (368), (372) decyzji]. W ten sposób Kia Polska umożliwiała dystrybutorom przedstawianie w Internecie tylko takich ofert, które zawierały ceny tożsame z tymi z oficjalnego cennika Kia Polska.

- (436) W przypadku kiedy w wyniku weryfikacji ogłoszeń dealerów Kia Polska ustalono, że ceny odsprzedaży są niższe od tych wskazanych w oficjalnym cenniku, pracownicy Kia Polska podejmowali interwencję u takich dystrybutorów, zwracając się z prośbą o zaktualizowanie ceny zgodnie z obowiązującym cennikiem [akapit (359) decyzji]. Na powyższą okoliczność wskazuje przykładowo korespondencja e-mail z marca 2013 r., w której pracownik Kia Polska odpowiadając na skargę dealera **[informacja prawnie chroniona]** informuje, że „załatwił” zgłoszoną sprawę i dziękuje za przekazane zgłoszenie [akapit (337) decyzji]. Z kolei wiadomości z listopada 2015 r. i lutego 2017 r. wskazują, że interwencje Kia Polska polegały na żądaniu usunięcia ogłoszenia z portalu lub poprawienia cen [akapit (346), (353) decyzji].
- (437) Również w czasie spotkań w salonach sprzedaży poszczególnych dealerów, pracownicy Kia Polska sprawdzali, czy ceny w jakich dealerzy wystawiają samochody marki Kia na stronie internetowej Otomoto nie są niższe niż ceny z oficjalnego katalogu Kia Polska [akapit (296)-(299) decyzji]. Pracownicy Kia Polska wskazywali w wewnętrznej korespondencji, że wszelkie działania podejmowane przez pracowników Kia Polska w zakresie ustalenia zasad ofertowania w Internecie powinny być w pełni dyskretne, tak aby nie ujawniać, że Kia Polska wpływa na ostateczną cenę oferty prezentowanej przez dealerów Kia Polska [akapit (331) decyzji].
- (438) Dodatkowo między Kia Polska a dystrybutorami dochodziło do uzgodnień podziałowych. Podstawę dla tych ustaleń stanowił wynikający z umów dystrybucyjnych podział na Obszary Odpowiedzialności, tj. obszary, w ramach których dealerzy mieli skupić się na rozwoju potencjału sprzedażowego, jednak nie wynikały one bezpośrednio z postanowień umowy – powstały na skutek nieformalnych kontaktów pomiędzy dealerami a Kia Polska. Na istnienie takich ustaleń wskazuje chociażby wypowiedź przedstawiciela Autotechniki Woźniak, który w wiadomości skierowanej do Kia Polska opisał przypadek niestosowania się innego dealera do uzgodnień podziałowych i wskazał: „*jak się do takich działań konkurencji mają ustalenia ze spotkań z dealerami?*” [akapit (160) decyzji].

- (439) Na uczestnictwo w porozumieniu dystrybutorów wskazuje szereg zbliżonych do siebie treściowo wiadomości e-mail, w których dealerzy, otrzymawszy zapytanie ofertowe, polecili klientom odwiedzić lokalne salony sprzedaży [akapity (75)-(152) decyzji]. Dystrybutorzy formułowali wypowiedzi odsyłające klientów do najbliższego salonu sprzedaży w zbliżony sposób m.in.: **(i)** „*Dziękując za zainteresowanie marką odsyłam do najbliższego dealera marki KIA*” [akapit (98) decyzji], **(ii)** „*W celu uzyskania satysfakcjonującej oferty oraz obsługi przed i po sprzedaży zapraszam do najbliższego lokalnego Salonu KIA*” [akapit (108) decyzji], **(iii)** „*Zapraszam (...) do najbliższego salonu w Pana miejscowości. Jeśli jesteśmy najbliższym salonem w Pana lokalizacji, zachęcam do spotkania*” [akapit (114) decyzji], **(iv)** „*Pomimo szczerych chęci proponuję spotkanie z lokalnym dealerem, który z pewnością zrobi dla Pana najlepszą ofertę. Warto wspierać rynek lokalny a co za tym idzie Pana dealera*” [akapit (63) decyzji]. Mimo różnej ich treści, ze wszystkich wypowiedzi wynikała jedna, wspólna wola dotycząca ustalonego działania w zakresie podziału rynku. Dealerzy, wysyłając klientom odpowiedzi o powyższej treści, często wysyłali kopię wiadomości na adresy innych dealerów lub wspólny alias pocztowy „sprzedaz.dealer@kiamotors.pl”. Dystrybutorzy przesyłali także na wspomniany alias oraz adresy poczty elektronicznej konkurentów wiadomości w celu dyscyplinowania innych uczestników sieci, gdy ci łamali uzgodnienia podziałowe [akapity (65)-(67), (70) decyzji], np. apelując: „*Proszę nie wcinajcie się znowu na nie swoje podwórko i nie psujcie rynku*” [akapit (67) decyzji] czy „*Miało nie być wcinania się sobie nawzajem w rynki*” [akapit (70) decyzji]. Innym przejawem przystąpienia do porozumienia podziałowego przez dealerów Kia Polska była praktyka, polegająca na przekazywaniu sobie bezpośrednio klientów [akapity (68), (93) decyzji].
- (440) Dealerzy wyrażali wolę uczestnictwa w porozumieniu podziałowym także poprzez zgłaszanie do Kia Polska skarg na niestosowanie się przez innych dystrybutorów do założeń tego porozumienia [akapity (159)-(165) decyzji]. Zwracali się wówczas do przedstawicieli Kia Polska z żadaniami: „*Proszę o sprawdzenie wszystkiego i wyciągnięcie konsekwencji, tym bardziej, że to klient z «naszego terenu»*” [akapit (161) decyzji], „*Prosiłbym jeśli to możliwe o zablokowanie tego klienta i interwencję*” [akapit (164) decyzji].
- (441) Fakt, że dealerzy zwracali się do Kia Polska ze skargami na przejawy łamania ustaleń podziałowych wskazuje na pełnienie przez Kia Polska funkcji koordynatora porozumienia. Świadczy o tym wypowiedź przedstawicielki jednego z dealerów, która wskazując na liczne przypadki przebijania ofert przez innych dystrybutorów, wysłała do Kia Polska wiadomość o następującej treści: „*dobrze że Wy jako Importer tego pilnujecie*” [akapit (165) decyzji]. Kia Polska w czasie cyklicznych wizyt u dealerów [akapity (155)-(158) decyzji], informowała o możliwych negatywnych skutkach sprzedaży samochodów osobowych „nieswoim” klientom. Przekazując relację z jednego z takich spotkań opiekun handlowy wskazał swoim

współpracownikom, że przekazał dealerom „że jak zostaną złapani na podkupywaniu klientów, będziemy wyciągać daleko idące konsekwencje” [akapit (158) decyzji].

- (442) Na pełnienie przez Kia Polska funkcji koordynatora porozumienia wskazują także przypadki podjęcia faktycznych interwencji w sytuacjach niestosowania się przez dealerów do uzgodnień podziałowych. W tym miejscu można wskazać chociażby na przykład dealera **[informacja prawnie chroniona]**, na którego działania sprzeczne z porozumieniem podziałowym, skarżyli się pozostali uczestnicy sieci dystrybucyjnej. Opiekun regionalny **[informacja prawnie chroniona]** podjął interwencję na skutek powyższych skarg i kazał podległemu dealerowi zdjąć sporne ogłoszenia, podkreślając, że dealerzy powinni prowadzić sprzedaż w granicach Obszaru Odpowiedzialności: „*«Zawsze coś musi się dziać;) **Kazałem zdjąć ogłoszenia. Powinno się uspokoić.» Mają sprzedawać w WOA!!!** [podkreślenia własne – UOKiK]»* [akapit (154) decyzji]. Innym przykładem interwencji podjętej na skutek skargi z sieci dealerskiej, dotyczącej „podkupywania” klientów, była sytuacja doprowadzenia dealera do wycofania się ze sprzedaży samochodu osobowego klientowi, który wcześniej zwrócił się do innego dealera [akapit (159) decyzji]. Opiekun handlowy dealera, który wykazywał „niską lojalność” wobec własnego WOA, doszedł nawet do wniosku, że Kia Polska powinna „rozwiązać problem tego dealera definitywnie. Nie wykazuje on chęci zrozumienia ani utożsamienia się z naszą siecią sprzedaży. Tłumaczyłem mu, że będzie pod stałym nadzorem” [akapit (156) decyzji].
- (443) Ze zgromadzonego materiału dowodowego wynika, że Kia Polska dążyła do tego, aby dealerzy przestrzegali ustaleń podziałowych, oczekując jednocześnie, że dealerzy zachowają w poufności istnienie porozumienia. Świadczy o tym sytuacja z kwietnia 2021 r., gdy dealerzy Kia Polska wykorzystując wspólny alias pocztowy „sprzedaz.dealer@kiamotors.pl”, dyskutowali na temat zapytania ofertowego, jakie klient z Sosnowca wysłał do dealerów spoza swojego regionu. Przedstawiciel Kia Polska przesłał powyższą korespondencję do swoich współpracowników z komentarzem: „*DW. Sieć nam się chyba zaczyna jakoś tam integrować i pilnować sama. Gorzej będzie jak te @ wpadną w łapy UOKiK. Trzeba będzie z nimi rozmawiać aby nie robili takich korespondencji cokolwiek sugerujących*” [akapit (72) decyzji]. W innej korespondencji wymienianej pomiędzy pracownikami Kia Polska, kierownik generalny Działu Rozwoju Sieci Dealerskiej w Kia Polska, odnosząc się do sytuacji odsyłania przez dealerów klientów do innych lokalnych dystrybutorów, ocenił, że dealer kierując klienta do lokalnego salonu sprzedaży w „objęcia UOKiKu wpycha” tylko siebie, a nie Kia Polska [akapit (73) decyzji]. Ponadto pracownicy Kia Polska zachęcali dealerów do bezpośredniej komunikacji w ramach sieci dealerskiej, odpowiadając na skargę AS Motor na dealera **[informacja prawnie chroniona]** w następujący sposób: „*Mam zapewnienia [informacja prawnie chroniona], że Pani otrzymała standardową ofertę. Na przyszłość proponuję weryfikować takie informacje z kolegami dealerami*” [akapit (348) decyzji].

- (444) Jednocześnie co najmniej od 2017 r. w sieci dealerskiej obowiązywały ustalenia dotyczące podziału klientów prowadzących ośrodki szkolenia kierowców. Porozumienie to było wspierane przez Kia Polska poprzez wdrożenie nieformalnego postanowienia polityki flotowej, przewidującego możliwość przyznania rabatów na sprzedaż pojazdów dla szkół jazdy tylko takiemu dealerowi, który w danym obszarze wygrał przetarg na sprzedaż pojazdów egzaminacyjnych do WORD [akapit (167) decyzji]. Zastosowanie takiej polityki miało odzwierciedlenie w zachowaniu dealerów – brak możliwości uzyskania rabatu od Kia Polska przy sprzedaży samochodów do szkół nauki jazdy (tzw. brak wsparcia) doprowadził do przypadków, w których dealerzy odsyłali zgłaszające się do nich ośrodki szkolenia kierowców do dystrybutorów, którzy w danym regionie otrzymywali wsparcie na sprzedaż samochodów do nauki jazdy, ponieważ wygrali przetargi do WORD [akapity (175)-(177) decyzji]. Dealerzy wskazywali wówczas wprost na obowiązującą w Kia Polska rejonizację [akapity (176), (177) decyzji]. Takie zachowanie dealerów było wymagane przez Kia Polska – w przypadkach, w których dealerzy „bez wsparcia” przedstawiali oferty sprzedaży samochodów przystosowanych do nauki jazdy dla OSK, Kia Polska podejmowała stosowne interwencje. Przykładem takiej sytuacji jest przypadek dealera z Pomorza, który nie wygrał przetargu na dostarczanie pojazdów do WORD, a mimo to nie chciał odsyłać klientów do dealera, który przetarg wygrał. Przedstawiciel Kia Polska odbył spotkanie z dealerem, który nie chciał odsyłać klientów i uzyskał od niego deklarację o niekonkurowaniu z dystrybutorem, który wygrał przetarg [akapit (169) decyzji]. Gdy dystrybutor, z którym przeprowadzono spotkanie, kontynuował sprzedaż dla ośrodków szkolenia kierowców, mimo braku możliwości zaoferowania rabatów, jakie mógł przyznać dealer ze wsparciem Kia Polska, przedstawiciele importera skomentowali sprawę: „**[informacja prawnie chroniona]** jednak nie odpuszcza” [akapit (171) decyzji].

Zastrzeżenia zgłoszone przez Kia Polska

- (445) Kia Polska w odpowiedzi na SUZ podniosła, że w przedmiotowej sprawie nie doszło do porozumienia podziałowego. Spółka wskazała, że wprowadzenie podziału terytorium Polski na WOA było podyktowane innymi, niż antykonkurencyjne, powodami. Odnosząc się do praktyki dealerów sieci, polegającej na odstąpieniu od przygotowania oferty i odsyłaniu klientów do najbliższego salonu sprzedaży, spółka wskazała, że jest prawdopodobne, że działania te podyktowane były kwestiami związanymi z późniejszym serwisowaniem zakupionych samochodów, osobistymi motywacjami pracowników, a także potencjalnym brakiem czasu na przygotowanie wszystkich ofert ze względu na wprowadzony przez organizatora sieci wymóg stałej responsywności na zapytania klientów. Spółka przedstawiła

także obszerne dane statystyczne świadczące o tym, że wszyscy dealerzy prowadzili także sprzedaż poza wyznaczonymi granicami WOA, co ma świadczyć o braku porozumienia.

- (446) Odnosząc się do powyższych zastrzeżeń Kia Polska, Prezes Urzędu w pierwszej kolejności podkreśla, że nie kwestionuje okoliczności, że wprowadzenie podziału na WOA w sieci dystrybucyjnej Kia Polska nastąpiło w celu analizy pokrycia kraju pod względem potencjału sprzedażowego i marketingowego, czemu Prezes Urzędu dał wyraz w akapicie (55) decyzji. Istota niniejszej sprawy dotyczy jednak faktu, że na skutek nieformalnego porozumienia, zawartego pomiędzy Kia Polska i dealerami, wytyczone granice Obszarów Odpowiedzialności jednocześnie wyznaczały granice geograficznego podziału rynku polegającego na ograniczeniu sprzedaży pasywnej. Za naruszenie reguł konkurencji Prezes Urzędu uznaje wykorzystanie WOA jako punktu odniesienia przy ograniczeniu sprzedaży pasywnej wobec klientów nie pochodzących z Obszaru Odpowiedzialności danego dystrybutora. O takim wykorzystaniu WOA świadczą chociażby wiadomość z listopada 2015 r., w której przedstawiciel Kia Polska wprost wskazał, że dystrybutorzy: „*Mają sprzedawać w WOA!!!*”⁴² lub wiadomość z lipca 2018 r., gdzie pracownik Kia Polska omówił przypadek sprzedaży poza WOA następująco: „*Wyciągnęli klienta z regionu bez mydła*”⁴³.
- (447) Prezes Urzędu nie podziela także stanowiska Kia Polska, że sieć dealerska nie prowadziła sprzedaży do kontrahentów pochodzących spoza wyznaczonych dystrybutorom Obszarów Odpowiedzialności, wyłącznie z uwagi na odległość do najbliższego punktu serwisowego, czy też brak czasu na sporządzenie ofert na wszystkie zapytania klientów. W okolicznościach przedmiotowej sprawy sieć dealerska Kia Polska nie sprzedawała poza WOA, bo pomiędzy jej uczestnikami doszło do zawarcia antykonkurencyjnego porozumienia w zakresie podziału rynku. Przedstawiona w pkt. 5.1. uzasadnienia decyzji korespondencja e-mail wskazuje na intensywne i regularne kontakty dotyczące podziału rynku, zarówno na poziomie wertykalnym, jak i horyzontalnym. W kontekście argumentów dotyczących opieki serwisowej świadczonej przez dealerów Kia Polska po zakupie samochodów, zgromadzony materiał dowodowy pokazuje, że klienci sami poszukiwali ofert u różnych dealerów, wobec czego należy przyjąć, że dopuszczali możliwość zakupu pojazdu w miejscu, w którym samochód ewentualnie nie byłby serwisowany. Powodem takiej decyzji mógłby być chociażby zamiar docelowej eksploatacji pojazdu w innym miejscu, niż miejsce siedziby czy zamieszkania lub chęć skorzystania z serwisu nawet bardziej oddalonego od punktu zakupu, w którym zaoferowano lepszą cenę, lepszą jakość obsługi lub dodatkowe warunki sprzedaży. Bezsprzecznie taka decyzja powinna jednak należeć do klienta, a nie do dystrybutora, który

⁴² Akapit (154) decyzji.

⁴³ Akapit (163) decyzji.

nie przedstawia klientowi oferty, z góry zakładając brak szans na późniejsze zaoferowanie klientowi opieki posprzedażnej.

- (448) Niemniej jednak, podkreślenia wymaga fakt, że odpowiedzialności za uczestnictwo w porozumieniu ograniczającym konkurencję nie wyłączają intencje, wewnętrzne motywacje przedsiębiorcy ani jego pracowników, które wskazują na inne powody podjęcia działań w ramach porozumienia, aniżeli ograniczenie konkurencji. Liczy się bowiem obiektywny cel (przedmiot) porozumienia, w którym uczestniczy przedsiębiorca. Ograniczenie konkurencji poprzez podział rynku i ustalenia cenowe ze swej natury implikuje korzyści dla przedsiębiorców, zaangażowanych w porozumienie. Ofertowanie klientów tylko przez „przypisanych” im dealerów z jednoczesnym zagwarantowaniem, że konkurent z innego obszaru nie przedstawi kontroferty, wszakże wiąże się z mniejszym nakładem pracy, jak również obniżeniem jakości usług oraz zwiększeniem szansy na sprzedaż towaru. Taka motywacja osób faktycznie dokonujących ustaleń nie stanowi jednak przesłanki wyłączenia odpowiedzialności przedsiębiorcy za naruszenie reguł prawa ochrony konkurencji. Naruszenie reguł ochrony konkurencji jest niezależne od intencji przedstawicieli przedsiębiorcy. Przedsiębiorca odpowiada za organizację pracy w swoim zakładzie pracy, a więc odpowiada także za to, by jego pracownicy postępowali zgodnie z przepisami prawa, w tym przypadku nie uczestniczyli w antykonkurencyjnym porozumieniu, bez względu na ich osobiste motywacje.
- (449) Odnosząc się zaś do dowodów przedstawionych przez Kia Polska, wskazujących na sprzedaż przez strony postępowania samochodów osobowych marki Kia także poza wyznaczone Obszary Odpowiedzialności w okresie trwania stwierdzonego niniejszą decyzją porozumienia, Prezes Urzędu wskazuje, że nie mają one wpływu na ocenę przedmiotowego porozumienia. Należy mieć na uwadze, że stwierdzone porozumienie podziałowe jest wielostronne i długotrwałe, wobec czego trudno jest oczekiwać, by zawsze wszyscy jego uczestnicy wypełniali jego założenia z jednakowym natężeniem. Sytuacje odstępstw nie wpływają jednak na fakt istnienia ogólnego porozumienia pomiędzy uczestnikami postępowania w sieci dealerskiej Kia Polska. W warunkach niezakłóconej konkurencji klient zgłaszający się z prośbą o ofertę do danego dealera powinien co do zasady taką ofertę otrzymać. Tymczasem, mimo zdarzających się przypadków odstępstw od realizacji porozumienia, obszerny materiał dowodowy wskazuje, że zasadą było raczej, że klienci zgłaszający się do dealerów spoza swojego obszaru, mimo sformułowania prośby o ofertę otrzymywali informację o konieczności odwiedzenia lokalnego salonu sprzedaży oraz jednolitej polityce cenowej i rabatowej, panującej w sieci, co zostało szczegółowo opisane w pkt. 5.1.2. uzasadnienia decyzji.

- (450) Kia Polska w swoim stanowisku wskazała także, że wprowadzona polityka w zakresie sprzedaży pojazdów do ośrodków szkolenia kierowców była prokonkurencyjna i w pełni transparentna. Spółka podniosła, że zapewnienie wsparcia przy sprzedaży wyłącznie dealerowi, który wygrał przetarg na dostarczenie pojazdów do ośrodków egzaminacyjnych było ekonomicznie uzasadnione i wiązało się ze swoistym wynagrodzeniem dealera za pracę poświęconą w celu wystartowaniu w przetargu.
- (451) W odniesieniu do ustaleń dotyczących przetargów dla WORD, Prezes Urzędu w pierwszej kolejności wskazuje, że zakwestionowane działania nie dotyczyły rabatów przyznawanych dealerowi w celu złożenia oferty w przetargu organizowanym przez WORD na potrzeby zakupu pojazdów egzaminacyjnych. Istotą zakwestionowanej praktyki było przyznawanie rabatów i w konsekwencji wyłączności dealerowi, który wygrał przetarg w danym WORD do obsługi podmiotów trzecich, tj. wszystkich szkół jazdy z rejonu działania tego WORD. Zgromadzony materiał dowodowy wskazuje, że w przypadku ofertowania szkoły jazdy przez dealera, który nie wygrał przetargu do WORD i nie otrzymał wsparcia od Kia Polska, przedstawiciele Kia Polska podejmowali interwencje⁴⁴, monitorowali przypadki zaniżonych cen⁴⁵, czy też informowali dealerów, że sprzedaż do OSK „*nie jest wskazana co oznacza, że nie wspieramy tego rodzaju transakcji*”⁴⁶. Oznacza to, że Kia Polska podejmowała aktywne działania mające na celu zniechęcenie dealerów do składania ofert do szkół jazdy z obszarów zarezerwowanych dla zwycięzcy przetargu WORD. Ze zgromadzonych dowodów wynika także, że ustalenia dotyczące sprzedaży samochodów do szkół jazdy tylko przez dealera, który wygrał przetarg do WORD, były stosowane przez dystrybutorów – informowali oni klientów prowadzących szkoły jazdy o obowiązującej rejonizacji [akapity (175)-(177) decyzji] lub raportowali pracownikom Kia Polska przypadki niestosowania się do ustalonych zasad [akapity (173), (174) decyzji]. Wobec powyższego Prezes Urzędu nie podzielił argumentów Kia Polska w zakresie sprzedaży pojazdów do nauki jazdy do ośrodków szkoleniowych.
- (452) Kia Polska wskazuje również, że brak jest dowodów potwierdzających, że pomiędzy Kia Polska i dealerami mogło dojść do zawarcia porozumienia jeżeli chodzi o poziom cen odsprzedaży samochodów marki Kia.
- (453) Prezes Urzędu obszernie uzasadnił zarzut ustalania cen w akapitach od (422) i n. decyzji. Uzgodnienia te miały wieloaspektowy charakter i występowały zarówno w układzie wertykalnym, jak i horyzontalnym. W zakresie ustaleń dotyczących klientów flotowych należy przykładowo wskazać wiadomość e-mail z października 2013 r.⁴⁷ zawierającą skargę dealera, w której skarżący odwołując się do ceny katalogowej pojazdu, przedstawia

⁴⁴ Por. akapit (169) decyzji.

⁴⁵ Por. akapit (172) decyzji.

⁴⁶ Por. akapit (167) decyzji.

⁴⁷ Akapit (264) decyzji.

szczegółowe wyliczenia potwierdzające, że inny dealer zaoferował klientowi flotowemu zaniżoną ofertę zakupu: „cena cennikowa [informacja prawnie chroniona] zł, rabat [informacja prawnie chroniona] %. Cena zaoferowana klientowi [informacja prawnie chroniona] zł. Gdzie tu logika?”. W wiadomości z lipca 2014 r.⁴⁸ skarżący przedstawił kalkulację ceny zaoferowanej przez innego dystrybutora, z której wynikało, że klient flotowy otrzymał ofertę z zawyżonym rabatem: „Klient zainteresowany jest zakupem samochodu na [informacja prawnie chroniona]. Zwróć proszę uwagę na cenę, cena katalogowa [informacja prawnie chroniona] PLN – [informacja prawnie chroniona] %, daje nam kwotę PLN, a dealer zaoferował samochód za [informacja prawnie chroniona] PLN”. Z kolei w wiadomości z sierpnia 2013 r.⁴⁹ jeden z dealerów wysłał do sieci dealerskiej skargę o treści: „Kto próbuje sprzedać mojemu klientowi KIA Cee'd wersje Limitowaną brąz za [informacja prawnie chroniona] z silnikiem 1,6 GDI/135 KM Dla przypomnienia auto cennikowo kosztuje [informacja prawnie chroniona] a rabat który mamy ustalony to max [informacja prawnie chroniona] %. Gratuluję [informacja prawnie chroniona],- ps. Sam kupię sprzedajesz taniej niż KIA”.

- (454) Prezes Urzędu nie znalazł również potwierdzenia w materialne dowodowym dla twierdzeń Kia Polska, że jedyne ograniczenia swobody dealerów w zakresie możliwości kształtowania odsprzedaży dotyczyły nieuczciwego korzystania przez dealerów z rabatów przyznawanych w ramach polityki flotowej. Z treści wiadomości e-mail znajdujących się w posiadaniu Prezesa Urzędu wynika, że Kia Polska w odniesieniu do transakcji z klientami flotowymi weryfikowała nie tylko to, czy konkretny klient spełnił wszystkie kryteria uznania go za „klienta flotowego”, ale również wysokość oferowanych rabatów flotowych. Pracownicy Kia Polska analizując oferty przedstawiane wewnątrz sieci dealerskiej, raportowali przypadki zawyżania rabatu flotowego: (i) „W załączeniu oferta [informacja prawnie chroniona] z rabatem [informacja prawnie chroniona] % jaka powinna zostać przekazana klientowi. Cena dla klienta [informacja prawnie chroniona] zł (Wasza cena: [informacja prawnie chroniona] – czyli rozbieżność na [informacja prawnie chroniona] zł)”⁵⁰, (ii) „Klient zamówił w [informacja prawnie chroniona] samochód KIA RIO, M, 1,2 w kolorze czerwonym z doposażeniem: lakierowane czujniki parkowania, dywaniki gumowe, chlapacze przednie i tylne. Cena cennikowa takiej specyfikacji [informacja prawnie chroniona] zł Ponieważ reprezentuje [informacja prawnie chroniona] należy mu się rabat w wysokości [informacja prawnie chroniona] % co daje cenę [informacja prawnie chroniona] zł. Na zamówieniu widzimy cenę [informacja prawnie chroniona] zł. Taniej o zł.”⁵¹, (iii) „Cena

⁴⁸ Akapit (310) decyzji.

⁴⁹ Akapit (263) decyzji.

⁵⁰ Akapit (341) decyzji.

⁵¹ Akapit (363) decyzji.

katalogowa: [informacja prawnie chroniona] zł brutto Rabat przysługujący: [informacja prawnie chroniona] % Cena [informacja prawnie chroniona] zł brutto - prawidłowa Cena zakupu z KMP po rabatach flotowych: [informacja prawnie chroniona] zł Cena innego dealera: [informacja prawnie chroniona] Taniej o [informacja prawnie chroniona] zł niż mówi polityka flotowa KIA.”⁵².

- (455) W konsekwencji powyższego dealerzy nie mogli oferować rabatów flotowych w dowolnej wysokości i przyznawać wyższych rabatów kosztem pomniejszenia własnej marży. Przykładowo korespondencja e-mail z lipca 2017 r.⁵³ dotyczy interwencji Kia Polska w związku z ofertą Wrobud, w której dealer miał zaoferować „Auto na «0» a nawet z lekkim minusem”. Odpowiadając na pytanie pracownika Kia Polska dlaczego cena sprzedaży jest taka niska, a dealer nie zarobi na tej transakcji, przedstawicielka dealera wyjaśniła: „Eee! [informacja prawnie chroniona] cena wg cennika, minus rabat [informacja prawnie chroniona] tj. [informacja prawnie chroniona]. Sprzedany za [informacja prawnie chroniona] zaokrąglając”. W odpowiedzi przedstawiciel Kia Polska wskazał, że takie działania nie są zgodne z polityką sieci dealerskiej, bo „Mamy zarabiać, nie robić sobie wewnętrznej konkurencji”. Innym przykładem jest korespondencja z grudnia 2020 r.⁵⁴, w której przedstawiciel Marvel poinformował Kia Polska o ofercie Landcar, która w jego opinii była niezgodna z obowiązującą polityką flotową, bo uwzględniała zbyt wysoki rabat, po zastosowaniu którego Landcar oddał całą przysługującą mu marżę: „Oferta zrobiona jest na [informacja prawnie chroniona] % upustu a klientowi przysługuje rabat z [informacja prawnie chroniona] %. Nieoficjalnie Wiola dowiedziała się, że Landcar dostał identyczny upust [informacja prawnie chroniona] %. W takim razie Landcar oddał całą marżę wsparcie Kia oraz [informacja prawnie chroniona] (...) Rozumiem, że każdy chce sprzedać auto, ale myślałem że obowiązuje wspólna polityka flotowa wszystkich dealerów”. Dealerzy funkcjonujący wewnątrz sieci dealerskiej Kia Polska nie mieli możliwości swobodnego zrezygnowania ze swojej marży i podjęcia samodzielnej decyzji co do warunków rabatowania. Wszelkie próby prowadzenia samodzielnej polityki rabatowej mogły skutkować przeprowadzeniem interwencji u niezdyscyplinowanego dealera, wymierzeniem kary, a nawet zakończeniem współpracy.⁵⁵
- (456) W tym miejscu Prezes Urzędu podkreśla, że często narzędziem służącym do przekazywania informacji o przypadkach niesubordynacji w sieci dealerskiej, był wspólny alias pocztowy, którego znaczenie Kia Polska próbuje deprecjonować. Tymczasem sami pracownicy Kia

⁵² Akapit (333) decyzji.

⁵³ Akapit (357) decyzji.

⁵⁴ Akapit (334) decyzji.

⁵⁵ Akapity (338), (339), (341), (344), (345), (347), (348), (350), (355)-(357), (367), (369), (370) decyzji.

Polska doceniali, że przedstawiciele dystrybutorów regularnie inicjowali kontakty między sobą przy wykorzystaniu tego narzędzia: „*Sieć nam się chyba zaczyna jakoś tam integrować i pilnować sama. Gorzej będzie jak te @ wpadną w łapy UOKiK. Trzeba chyba z nimi rozmawiać aby nie robili takich korespondencji cokolwiek sugerujących*”⁵⁶.

- (457) Prezes Urzędu nie zgadza się również z twierdzeniami, że Kia Polska weryfikując skargi dealerów realizowała politykę *compliance*. Materiał dowodowy wskazuje, że działania spółki nie zmierzały do wyeliminowania naruszeń prawa, lecz koordynowania i podtrzymywania obowiązujących ustaleń w zakresie wspólnej polityki cenowej. Przykładowo w wiadomości ze stycznia 2021 r.⁵⁷ pracownik Kia Polska odpowiadając na skargę dotyczącą przedstawienia klientowi oferty z zawyżonym rabatem, pogratulował skarżącemu „czujności” i zasugerował żeby wysłać wiadomość do dealera, którego skarga dotyczy, dodając do wiadomości przedstawiciela regionalnego Kia Polska odpowiedzialnego za dany region.
- (458) Kia Polska zakwestionowała również ustalenia Prezesa Urzędu odnoszące się do przypadków przeprowadzania przez nią interwencji w celu zmian cen w ofertach jej dealerów. Jak wyjaśniła, Kia Polska miała interweniować tylko w przypadkach skarg dealerów na stosowanie przez konkurentów cen dumpingowych. Jej zdaniem stosowanie przez niektórych dystrybutorów cen poniżej kosztów nabycia samochodu u Kia Polska, wywoływało obawę ze strony pozostałych uczestników sieci dealerskiej, którzy nie byli w stanie zaoferować ceny równie niskiej.
- (459) W kontekście powyższych twierdzeń Prezes Urzędu wskazuje, że z materiału dowodowego opisanego w pkt. 5.2. uzasadnienia decyzji nie wynika, żeby działania Kia Polska w zakresie kształtowania polityki cenowej wewnątrz sieci dealerskiej, sprowadzały się wyłącznie do weryfikacji, czy ceny odsprzedaży oferowane klientom są cenami poniżej kosztów zakupu samochodu przez dealerów u Kia Polska. Działania Kia Polska, na które składały się takie zachowania jak odbieranie i weryfikowanie skarg od sieci dealerskiej o przypadkach odstępowania od ustaleń co do minimalnego poziomu cen odsprzedaży i maksymalnej wysokości rabatów flotowych, monitorowanie cen stosowanych przez dealerów, były przejawem oddziaływania przez Kia Polska na poziom cen odsprzedaży w sieci dealerskiej. Tymczasem działania w warunkach konkurencji, nawet dealerów i podmiotu, który zarządza systemem dystrybucji selektywnej, zakładają niezależność w podejmowaniu decyzji.
- (460) Prezes Urzędu nie uznaje również argumentacji Kia Polska odnośnie do ustaleń poziomu cen sprzedaży na portalu Otomoto. Zdaniem Kia Polska interwencje pracowników spółki co do cen w ogłoszeniach internetowych dealerów dotyczyły wyłącznie weryfikacji treści ogłoszeń

⁵⁶ Akapit (72) decyzji.

⁵⁷ Akapit (282) decyzji.

pod kątem prawidłowości sposobu prezentowania w nich cen, a nie ich wysokości. Dbłość ze strony Kia Polska o standard tych ogłoszeń miała wynikać z chęci uniknięcia ponoszenia odpowiedzialności przez dealerów za naruszenie regulaminu portalu Otomoto poprzez m.in. istotne zaniżenie wartości ogłaszanego samochodu.

- (461) Zdaniem Prezesa Urzędu w ramach porozumienia strony ustaliły, że ceny prezentowane w Otomoto miały być cenami w wysokości wynikającej z cennika. Niedozwolone w ocenie Prezesa Urzędu są uzgodnienia zakazujące oferowania cen poniżej określonego poziomu lub na określonym poziomie, nawet jeżeli istota praktyki przejawia się w zakazie stosowania rabatów. Odnosnie do wiadomości wskazanej przez Kia Polska z lutego 2017 r.⁵⁸, Prezes Urzędu nie przyjął argumentacji spółki, że jest ona dowodem na to, że Kia Polska kładła nacisk wyłącznie na to, by prezentowane w ogłoszeniach w serwisie Otomoto rabaty były prawidłowe (właściwe) i rzeczywiście dostępne dla wszystkich grup. Przedmiotowa wiadomość potwierdza, że Kia Polska kontrolowała poziom cen w ogłoszeniach zamieszczanych przez dealerów na stronach internetowych, ingerowała w treść ogłoszenia, żądając dokonania korekty i wskazania „właściwej ceny”: *„Jest absolutny zakaz oferowania przez internet wszelkich niestandardowych rabatów. Proszę usunąć lub zmodyfikować wszelkie ogłoszenia nie zawierające właściwej ceny pojazdu”*. Trudno przyjąć wyjaśnienia strony, że interwencja Kia Polska dotyczyła wyłącznie treści ogłoszeń pod kątem prawidłowości sposobu wskazywania w nich cen, a nie ich wysokości, skoro dealer w odpowiedzi na powyższą wiadomość wyjaśnił, że ogłoszenie zostało zdjęte, a samochód z ogłoszenia został sprzedany, jak doprecyzował „z poprawną ceną”.
- (462) Ponadto Prezes Urzędu odnosząc się do przedstawionych przez spółkę reklamacji⁵⁹ świadczących o rzekomych błędach w publikowanych ogłoszeniach, wskazuje, że poniższe reklamacje nie dotyczyły – tak jak twierdzi spółka – sposobu prezentowania cen, lecz: (i) braku wskazania w ogłoszeniu, że sprzedawany samochód jest powypadkowy (reklamacja nr [informacja prawnie chroniona]), (ii) nieprawidłowego wskazania w ogłoszeniu dodatkowego wyposażenia samochodu, w sytuacji kiedy oferowane auto w rzeczywistości nie posiadało takiego wyposażenia (reklamacja nr [informacja prawnie chroniona]), (iii) błędnego określenia w ogłoszeniu dostępności sprzedawanego samochodu (reklamacja nr [informacja prawnie chroniona]), (iv) zwrotu środków zapłaconych w celu zarezerwowania samochodu (reklamacja nr [informacja prawnie chroniona]).
- (463) W kontekście powyższego należy wskazać, że Prezes Urzędu nie czyni adresatom niniejszej Decyzji zarzutów z tego, że uczestnicy sieci dealerskiej dążyli do wyeliminowania przypadków oferowania produktów niezgodnych z treścią publikowanych ogłoszeń

⁵⁸ Akapit (353) decyzji.

⁵⁹ Załącznik nr 21 do pism Kia Polska z 28 maja 2024 r., k. 3708-3714.

sprzedaży. Działaniami zmierzającymi do ograniczenia konkurencji wewnątrz sieci dealerskiej były ustalenia co do wysokości cen w ogłoszeniach internetowych i weryfikowanie, czy cena widniejąca w przedstawionym ogłoszeniu nie jest zaniżona w stosunku do ceny cennikowej. Dealerzy Kia Polska jako samodzielni przedsiębiorcy powinni byli samodzielnie decydować o wysokości cen w publikowanych ofertach sprzedaży na portalach internetowych.

- (464) Ponadto Kia Polska w odpowiedzi na SUZ wskazała, że naruszone zostało jej prawo do obrony w związku z arbitralnym doбором stron przedmiotowego postępowania. W ocenie spółki powyższa okoliczność powoduje jednocześnie niemożność osiągnięcia celu postępowania oraz naruszenie interesu publicznego. Spółka podniosła również, że Prezes Urzędu w sposób nieuprawniony faworyzuje dealerów, których postępowanie nie odbiegało od postępowania dystrybutorów, będących stroną przedmiotowego postępowania, a którzy nie zostaną zobowiązani do zaprzestania stosowania antykonkurencyjnej praktyki i na których nie zostanie nałożona kara pieniężna, z racji tego, że nie zostało wobec nich wszczęte postępowanie antymonopolowe.
- (465) Odnosząc się do powyższych zastrzeżeń Kia Polska w pierwszej kolejności należy wskazać na stwierdzenie Sądu Okręgowego w Warszawie – Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów, zgodnie z którym Prezes Urzędu może dokonać doboru stron postępowania i ich liczby w zależności od okoliczności konkretnego przypadku, kierując się przede wszystkim potrzebą skutecznego położenia kresu naruszeniu przepisów ustawy.⁶⁰
- (466) Wbrew twierdzeniom Kia Polska, na gruncie przedmiotowej sprawy Prezes Urzędu przy doborze stron postępowania zastosował obiektywne kryterium. Prezes Urzędu wszczął postępowanie wobec Kia Polska – jako organizatora sieci dystrybucji – a także wobec wybranych dystrybutorów, wykazujących wzmożoną aktywność w zawarciu i realizacji antykonkurencyjnego porozumienia. Dobór stron postępowania był również uwarunkowany tym, czy materiał dowodowy dotyczący danego dystrybutora jest wystarczający dla postawienia mu zarzutów. W tym miejscu należy wskazać, że o ile przy porozumieniach wertykalnych możliwe jest wszczęcie postępowania jedynie wobec organizatora sieci dystrybucji⁶¹, ze względu na istniejące w niniejszej sprawie silne wątki horyzontalne, Prezes Urzędu wszczął postępowanie nie tylko wobec Kia Polska, lecz także wobec dealerów, których zachowanie oceniono na podstawie zebranego materiału dowodowego jako cechujące się największą aktywnością. Należy przy tym mieć na uwadze, że choć w przedmiotowej decyzji Prezes Urzędu wskazuje niekiedy na zachowania dealerów Kia Polska, niebędących

⁶⁰ Wyrok Sądu Okręgowego w Warszawie z 19 października 2018 r., sygn. akt XVII AmA 18/16.

⁶¹ Por. wyrok Trybunału Sprawiedliwości z 11 września 2014 r. w sprawie C-67/13 P, *Groupement des cartes bancaires*, EU:C:2014:2204, akapit 81-83.

stroną niniejszego postępowania, to przypadki takie mają na celu opisanie pełnego zakresu i wszystkich dowodów stwierdzanego porozumienia, które obejmowało całą sieć dealerską. Nie zmienia to jednak faktu, że większa część zgromadzonych dowodów wskazuje na wzmożoną aktywność w porozumieniu przedsiębiorców, wobec których Prezes Urzędu wszczął przedmiotowe postępowanie i którzy zgodnie z art. 88 ust. 1 u.o.k.k. stali się jego stronami.

- (467) Trudno jest także zgodzić się ze spółką, że zastosowany na gruncie przedmiotowej sprawy sposób doboru stron postępowania naruszył jej prawo do obrony. W toku postępowania administracyjnego Kia Polska mogła korzystać ze wszystkich uprawnień strony postępowania, a uprawnienia te nie uległyby zmianie wraz z rozszerzeniem kręgu stron postępowania.
- (468) Nie sposób także podzielić stanowiska Kia Polska, jakoby Prezes Urzędu naruszył interes publiczny lub nie realizował należycie celów postępowania. Należy wskazać, że z perspektywy ochrony interesu publicznego i skutecznej interwencji Prezesa Urzędu kluczowe pozostaje pociągnięcie do odpowiedzialności nie wszystkich przedsiębiorców, czy też postulowanych przez spółkę uczestników porozumienia, lecz *„tych przedsiębiorców, których udział w porozumieniu - a przez to wpływ na zakłócenie konkurencji - organ uzna za najistotniejszy”* (por. wyrok Sądu Najwyższego z 4 października 2017 r., sygn. akt III SK 47/16). Istotna jest przede wszystkim skuteczność interwencji Prezesa Urzędu, a więc sprawne i szybkie przywrócenie stanu niezakłóconej konkurencji na rynku. Z tego też względu to Prezes Urzędu powinien decydować, jakiego przedsiębiorcę pociągnie do odpowiedzialności, kierując się charakterem jego udziału w porozumieniu i przesłanką najistotniejszego wpływu na zakłócenie konkurencji i dysponując w tym zakresie daleko idącą swobodą decyzyjną, co też miało miejsce na gruncie przedmiotowej sprawy. Wobec powyższego zarzuty Kia Polska w tym zakresie należało uznać za nietrafne.
- (469) W toku postępowania Kia Polska przedstawiła również raport ekonomiczny z 4 lipca 2024 r. zatytułowany „Ocena konkurencyjna praktyk biznesowych Kia w Polsce” (dalej: **„Analiza ekonomiczna”**). Kia Polska przedstawia w dokumencie argumentację jakoby porozumienie będące przedmiotem decyzji nie było porozumieniem mającym na celu ograniczenie konkurencji, ani nie wywarło antykonkurencyjnych skutków. Przedstawiony dokument nie zmienił oceny Prezesa Urzędu odnośnie do antykonkurencyjnego charakteru działań Kia Polska i jej dealerów, kwestionowanych w niniejszej decyzji.
- (470) Na wstępie należy zaznaczyć, że Kia Polska przedstawiła Analizę ekonomiczną sporządzoną na jej zlecenie w toku postępowania antymonopolowego. W tym zakresie, Prezes Urzędu wskazuje, że zgodnie z orzecznictwem unijnym⁶² jedynym kryterium istotnym dla oceny

⁶² Wyrok Sądu Unii Europejskiej z 3 marca 2011 r. w sprawie T-110/07, *Siemens przeciwko Komisji*, EU:T:2011:68, pkt 54; wyrok Sądu Pierwszej Instancji z 8 lipca 2011 r. w sprawie T-50/00, *Dalmine SpA przeciwko Komisji*, EU:T:2004:220, pkt 72,

swobodnie przedstawionych przez strony dowodów jest ich wiarygodność. W niniejszej sprawie przedstawiona przez Kia Polska analiza została opracowana na zlecenie samej spółki po otrzymaniu SUZ, przez co w ocenie Prezesa Urzędu wyraża ona własne stanowisko tej strony postępowania.

- (471) W tym względzie należy wskazać na wyrok w sprawie *Siemens*⁶³, w którym Sąd odmówił wiarygodności prywatnej analizie sporządzonej na zlecenie strony z uwagi na fakt, że analiza ta: *„została zamówiona i opłacona przez Siemens oraz sporządzona na podstawie danych udostępnionych przez tę spółkę, a prawdziwość lub znaczenie tych danych nie zostały zweryfikowane w niezależny sposób. Dlatego też należy uznać, że omawiana analiza nie odznacza się wiarygodnością, a zatem wartością dowodową, które wykraczałyby poza wiarygodność i wartość dowodową zwykłego oświadczenia Siemens.”*. Wobec powyższego przedstawiona przez Kia Polska opinia zewnętrznego podmiotu ma taką samą moc dowodową jak oświadczenia samej spółki złożone w toku postępowania, co wpływa na ocenę jej wiarygodności. Na przedstawioną okoliczność wskazał Sąd również w wyroku w sprawie *Hitachi Ltd i inni*⁶⁴, w którym zakwestionował wiarygodność przedstawionego przez skarżące zewnętrznego sprawozdania, z uwagi na fakt, że zostało ono opracowane *ex post* na potrzeby obrony stron w ramach toczącego się postępowania.
- (472) Zdaniem Prezesa Urzędu na zmniejszenie mocy dowodowej przedstawionej analizy wpływa więc fakt, że została opracowana *ex post* w odpowiedzi na szczególne potrzeby obrony w ramach przedmiotowego postępowania. W ocenie Prezesa Urzędu największą wiarygodnością cechują się dokumenty oraz analizy sporządzone w czasie, gdy przedkładający je podmiot nie był stroną postępowania (tj. *in tempore non suspecto*). Dokonując powyższej oceny Prezes Urzędu miał na względzie wypracowane przez orzecznictwo unijne zasady przeprowadzania dowodów, zgodnie z którymi wartość dowodowa dokumentu zależy m.in. od okoliczności jego sporządzenia, w tym czy dokument został sporządzony w bezpośrednim związku ze zdarzeniami.⁶⁵
- (473) Odnosząc się do twierdzeń zawartych w przedstawionej Analizie ekonomicznej, Prezes Urzędu w pierwszej kolejności zaznacza, że w dużej mierze mają one charakter teoretyczny i są bez związku z materiałem dowodowym zebrany w sprawie.

wyrok Sądu Pierwszej Instancji z 8 lipca 2004 r. w sprawie T-44/00, *Mannesmannröhren-Werke AG przeciwko Komisji*, EU:T:2004:218, pkt 84.

⁶³ Wyrok Sądu Unii Europejskiej z 3 marca 2011 r. w sprawie T-110/07, *Siemens przeciwko Komisji*, EU:T:2011:68, pkt 137.

⁶⁴ Wyrok Sądu Unii Europejskiej z 12 lipca 2011 r. w sprawie T-112/07, *Hitachi Ltd i inni przeciwko Komisji*, EU:T:2011:342, pkt 320.

⁶⁵ Wyrok Sądu Unii Europejskiej z 3 marca 2011 r. w sprawie T-110/07, *Siemens przeciwko Komisji*, EU:T:2011:68, pkt 54; wyrok Sądu Pierwszej Instancji z 16 grudnia 2003 r. w sprawach połączonych T-5/00 i T-6/00, *Nederlandse Federative Vereniging voor de Groothandel op Elektrotechnisch Gebied, Technische Unie BV przeciwko Komisji*, EU:T:2003:342, pkt 181.

- (474) W pierwszej części Analizy ekonomicznej, Kia Polska dokonuje charakterystyki polskiego rynku samochodów osobowych, zwracając uwagę na silną jej zdaniem konkurencję międzymarkową, który to wniosek wywodzi ze znaczącej liczby dostępnych marek i niskiego stopnia koncentracji. Odnosząc się do powyższego Prezes Urzędu wskazuje, że Kia Polska nie bierze pod uwagę faktu, że szereg powołanych przez nią marek samochodowych ma jednego właściciela, w związku z czym analizy oparte na udziałach rynkowych marek nie świadczą o koncentracji analizowanego rynku. Przyjmując metodykę Kia Polska, w skrajnym przypadku rynek, na którym monopolista oferuje wiele marek danego produktu, zostałby uznany za rozdrobniony i bardzo konkurencyjny. Dodatkowo Kia Polska zdaje się postrzegać jako konkurentów marki, które nie wywierają na siebie praktycznie żadnej presji konkurencyjnej. Wiele z powołanych przez nią marek nie stanowi wobec siebie nawet odległych konkurentów, ponieważ oferują odmienne produkty, w drastycznie odmiennych cenach, zaspokajające odmienne potrzeby konsumentów. W rzeczywistości konkurencja na rynku sprzedaży detalicznej samochodów osobowych odbywa się między pojazdami o podobnej charakterystyce i cenie – drogie, luksusowe pojazdy nie stanowią konkurencji dla prostych i (relatywnie) tanich samochodów. Ponadto Kia Polska wskazuje na znaczący stopień rozdrobnienia przedmiotowego rynku pod względem punktów sprzedaży na terenie Polski, który z uwagi na przedmiot niniejszego postępowania, jawi się jako mało użyteczna statystyka z punktu widzenia oceny konkurencji na rynku sprzedaży samochodów.
- (475) Zdaniem Kia Polska jakość i reputacja marki odgrywają znaczącą rolę przy wyborze samochodu przez klientów, co powoduje, że sprzedawcy konkurują również siecią dystrybucyjną i serwisową. Zgodnie z przytoczonymi w analizie danymi, w latach 2004-2023 Kia Polska zwiększyła swój udział rynkowy z poziomu poniżej **[informacja prawnie chroniona]** % do **[informacja prawnie chroniona]** %, co zdaniem spółki jest niezgodne z hipotezą o wykorzystywaniu przez Kia Polska siły rynkowej w celu ograniczenia konkurencji wewnątrzmarkowej ze szkodą dla konsumentów. W jej ocenie taki wzrost udziału rynkowego może być jedynie wynikiem zwiększonej konkurencyjności i reputacji marki Kia, zaś dobry wynik Kia Polska na rynku „z pewnością odzwierciedla efektywne zarządzanie tymi sieciami”⁶⁶.
- (476) Prezes Urzędu odnosząc się do tej argumentacji w pierwszej kolejności wskazuje, że wzrost udziału rynkowego marki Kia nie wskazuje na stosowanie bądź nie, w ramach jej sieci dystrybucji, praktyk ograniczających konkurencję, co jest istotne dla rozstrzygnięcia niniejszej sprawy. Popyt na produkty nie zależy bowiem jedynie od ceny, na co dobitnie zwraca uwagę sama Kia Polska w przedstawionej Analizie ekonomicznej.

⁶⁶ Str. 23 Analizy ekonomicznej, k. 4458.

- (477) Prezes Urzędu wskazuje, że nic nie stoi na przeszkodzie jednoczesnemu zwiększaniu relatywnej w stosunku do konkurencji atrakcyjności produktu przez Kia Polska – skutkującej wzrostem udziałów rynkowych – i podejmowaniu przez nią i jej dealerów działań mających zapobiec transakcjom na „nadmiernie konkurencyjnych” warunkach, ze szkodą dla konsumentów. Kia Polska zdaje się opierać powyższe wnioski na przyjętym *implicite* założeniu, że sprzedawcy samochodów konkurują wyłącznie ceną i wszystkie inne atrybuty samochodów pozostają bez relatywnych zmian. W takiej sytuacji rzeczywiście rozpoczęcie stosowania praktyk prowadzących do (relatywnego) wzrostu cen samochodów marki Kia musiałoby się wiązać ze zmniejszeniem jej udziału rynkowego. Niemniej jednak, takie założenie w ocenie organu jest wysoce nierealistyczne.
- (478) W kolejnej części Analizy ekonomicznej Kia Polska przedstawiła ekonomiczne aspekty związane z zarządzaniem siecią dealerską, zwracając uwagę na znaczenie dogodnej z punktu widzenia potencjalnych klientów lokalizacji dealerów. Jako okoliczność istotną dla oceny wpływu na konkurencję praktyk Kia Polska, spółka wskazała, że „*przyjmując model własnych sklepów Kia miałyby pełną kontrolę nad wszystkimi cenami we wszystkich punktach sprzedaży, a potencjalnie także nad podziałem terytorialnym rynku, ale żaden z tych elementów nie oznaczałby naruszenia reguł konkurencji*”⁶⁷. Prezes Urzędu nie przyjmuje takiej argumentacji, wskazując, że rozważania spółki mają jedynie charakter teoretyczny. Kia Polska nie wprowadziła modelu samodzielnej dystrybucji samochodów osobowych, ale podjęła współpracę z autoryzowanymi dystrybutorami, wobec czego powinna prowadzić sprzedaż zgodnie z regułami konkurencji i nie ustalać cen i dzielić rynku z uczestnikami sieci dealerskiej.
- (479) W następnej części Analizy ekonomicznej Kia Polska opisała rolę WOA w systemie dystrybucyjnym marki Kia oraz odniosła się do ograniczeń cenowych nakładanych na dystrybutorów.
- (480) Odnosząc się do twierdzeń dotyczących wyznaczanych wewnątrz sieci dealerskiej Obszarów Odpowiedzialności, których celem miała być rzekoma maksymalizacja wydajności sieci dealerskiej, służąca zwiększeniu konkurencyjności marki w stosunku do jej najbliższych konkurentów, Prezes Urzędu wskazuje, że nie kwestionuje istnienia i roli WOA, a za problematyczne z punktu widzenia prawa konkurencji uznaje jedynie zachowania mające na celu ograniczenie dealerom możliwości skutecznego przedstawienia atrakcyjnej oferty klientom spoza wyznaczonego im WOA. Prezes Urzędu podtrzymuje swoje stanowisko w tej kwestii, przedstawione w akapicie (446) decyzji.

⁶⁷ Str. 28 Analizy ekonomicznej, k. 4460.

- (481) Kia Polska przedstawiła również dane świadczące o tym, że w jej sieci dealerskiej znacząca część sprzedaży realizowana jest poza WOA, co zdaniem spółki przeczy hipotezie o jakimkolwiek podziale rynku. W opinii Kia Polska ma to wynikać ze specyfiki wyboru klienta, oraz możliwości szybkiego zidentyfikowania przez dealera powiatu pochodzenia klienta, co stanowi „istotną przeszkodę dla możliwości utrzymania jakiegokolwiek ogólnorynkowego porozumienia w sprawie podziału rynku”⁶⁸. Ponadto w analizie zawarto dane instytutu SAMAR, z których zdaniem Kia Polska wynika, że odsetek sprzedaży realizowanej przez dealerów marki Kia w ramach WOA nie kształtował się na poziomie wyraźnie wyższym niż w przypadku innych marek samochodów osobowych. Prezes Urzędu wskazuje, że powyższe argumenty nie mają znaczenia dla oceny sprawy. Przytoczone dane mogą co najwyżej wskazywać, że na rynku nie obowiązywało ściśle egzekwowane porozumienie, w ramach którego dealerzy marki Kia mieli zakaz sprzedaży poza WOA. Niemniej jednak przedstawione dane nie przeczą istnieniu antykonkurencyjnego porozumienia, które nie było ściśle egzekwowane, lub też funkcjonowaniu niedozwolonej praktyki, w ramach której przeciwdziałano sprzedaży klientom pochodzącym z obszarów dalszych niż bezpośrednio sąsiadujące z WOA danego dealera. Ponadto Prezes Urzędu wskazuje, że porównanie odsetków sprzedaży WOA między markami, które z wysokim prawdopodobieństwem mają odmiennie ustalone obszary odpowiedzialności, nie jawi się jako metodycznie poprawne.
- (482) Odnosząc się do polityki cenowej funkcjonującej wewnątrz sieci dealerskiej, Kia Polska wskazała na maksymalny charakter cen cennikowych oraz indywidualny i skomplikowany charakter ustalanych przez dealerów rabatów. W ocenie spółki system rabatowy funkcjonujący w sieci dealerskiej „sprawia, że jakiekolwiek zmowy cenowe, czy choćby ustalenie «ceny skupienia» (focal price) między dealerami jest szczególnie trudne”⁶⁹. Na potwierdzenie przedstawionego stanowiska Kia Polska zaprezentowała dane o sposobie kształtowania upustów stosowanych przez dealerów, wskazując na ich znaczącą dyspersję, oraz dokonała porównania upustów stosowanych przez dealerów marki Kia objętych postępowaniem oraz pozostałych dealerów, wskazując na brak różnicy w zachowaniach tych dwóch grup podmiotów.
- (483) Prezes Urzędu wskazuje, że zaprezentowana argumentacja pozostaje bez znaczenia dla oceny prawnej naruszenia będącego przedmiotem niniejszej decyzji – rozważania dotyczące teoretycznych trudności związanych z zawarciem i utrzymaniem porozumienia ograniczającego konkurencję nie stanowią żadnej przeciwwagi dla udokumentowanych przypadków realizowania porozumienia (notabene funkcjonującego w inny sposób niż ten opisany w analizie, na co wskazuje materiał dowodowy przedstawiony w pkt. 5 uzasadnienia

⁶⁸ Str. 49 Analizy ekonomicznej, k. 4471.

⁶⁹ Str. 52 Analizy ekonomicznej, k. 4472.

decyzji). Kia Polska wydaje się pomijać fakt, że za pośrednictwem systemu [informacja prawnie chroniona] posiadała dostęp do faktycznych cen sprzedaży stosowanych przez jej dystrybutorów, a także że informacje o cenach i rabatach były również wymieniane pomiędzy uczestnikami sieci dealerskiej za pośrednictwem aliasu pocztowego „sprzedaz.dealer@kiamotors.pl”. Wobec powyższego w okolicznościach przedmiotowej sprawy ustalenie „cen skupienia” (tj. przewidywanie oczekiwanego zachowania konkurentów) nie było konieczne.

- (484) Znacząca dyspersja upustów również nie stanowi dowodu, czy choćby nawet wskazówki na nieistnienie zarzucanego porozumienia ograniczającego konkurencję, mogąc co najwyżej świadczyć o tym, że na rynku nie funkcjonowało skutecznie porozumienie zapewniające jednolite upusty na wszystkie samochody marki Kia. Nie budzi zdziwienia fakt braku większych różnic w polityce rabatowej między dealerami objętymi postępowaniem i pozostałymi, skoro uczestnikami kwestionowanego porozumienia byli wszyscy dealerzy Kia Polska.
- (485) W ostatniej części Analizy ekonomicznej Kia Polska dokonuje podsumowania przedstawionych argumentów dotyczących antykonkurencyjnego charakteru kwestionowanego porozumienia. Zdaniem spółki umowa dystrybucyjna była „jedynym jednoznacznym «porozumieniem»”⁷⁰ pomiędzy Kia Polska i jej dealerami. Prezes Urzędu nie podziela argumentacji, że nie przedstawił dowodów na istnienie „jakiegokolwiek porozumienia wykraczającego poza Umowę Dystrybucyjną Kia” i w tym zakresie ponownie odwołuje się do obszernego materiału dowodowego przedstawionego w pkt. 5 uzasadnienia decyzji, potwierdzającego antykonkurencyjne ustalenia pomiędzy Kia Polska i jej dystrybutorami. Rozważania dotyczące braku postanowień ograniczających konkurencję w umowie dystrybucyjnej nie mają znaczenia dla oceny niniejszej sprawy pod względem naruszenia reguł konkurencji, ponieważ postanowienia umowy dystrybucyjnej nie były przedmiotem zarzutów stawianych uczestnikom porozumienia.
- (486) Kia Polska wskazuje, że rozpatrywane porozumienie nie stanowiło ograniczenia „ze względu na cel”. W tym zakresie przedstawia argumentację, że porozumienie nie mogło ograniczać konkurencji ze względu na niewielki udział Kia Polska w „bardzo rozdrobnionym”⁷¹ polskim rynku sprzedaży samochodów osobowych, który miałby powodować, że nawet wyeliminowanie konkurencji wewnątrzmarkowej nie byłoby w stanie zaszkodzić konsumentom, ponieważ spółka nie byłaby w stanie podnieść cen bez utraty klientów na rzecz konkurencyjnych producentów samochodów. Z powyższego Kia Polska wysnuła wniosek, że

⁷⁰ Str. 62 Analizy ekonomicznej, k. 4477.

⁷¹ Str. 65 Analizy ekonomicznej, k. 4479.

zmowy cenowe i podziałowe podmiotów o tak „słabej” pozycji rynkowej jak Kia Polska i jej dealerzy, mogą mieć jedynie skutki prokonkurencyjne.

- (487) Prezes Urzędu nie podziela powyższej argumentacji. Jak zostało wskazane w akapicie (474) powyżej, rynek sprzedaży samochodów osobowych jest rynkiem oligopolistycznym, na którym realna konkurencja odbywa się w znacznie węższych segmentach cenowych i produktowych niż *implicite* zakłada się w przedstawionej Analizie ekonomicznej, stąd wnioszek o niezwyklej konkurencyjności i rozdrobnieniu rynku sprzedaży samochodów osobowych należy uznać za pozbawiony podstaw. Trudno również przyjąć prezentowane przez Kia Polska założenie, że konkurencja wewnątrzmarkowa nie ma żadnego wpływu na warunki, na których produkt oferowany jest odbiorcom, a tylko przy takim założeniu można dojść do przekonania, że jej wyeliminowanie nie doprowadziłoby do pogorszenia sytuacji nabywców samochodów marki Kia. W rzeczywistości, zwłaszcza dla nabywców silnie preferujących samochody marki Kia, zasadniczą alternatywą dla zakupu takiego pojazdu u jednego dealera Kia Polska, jest jego zakup u innego dealera, nie zakup pojazdu innego producenta. Powyższe stanowisko Kia Polska jest również sprzeczne z przepisami u.o.k.k. na co wskazuje szczegółowa argumentacja Prezesa Urzędu przedstawiona w akapitach (596) i (597) decyzji.
- (488) Ponadto Kia Polska wskazuje, że materiał dowodowy w sprawie jest oparty na dowodach poszlakowych, z których wynika jedynie jednostronne wymienianie się informacjami, co zdaniem spółki jest niewystarczające do wykazania antykonkurencyjnego porozumienia. W opinii spółki wymiana informacji powinna być rozpatrywana w aspekcie umożliwienia przedsiębiorcom osiągnięcia „punktu skupienia (*focal point*) w zakresie warunków konkurencji”⁷², czego organ miał rzekomo zaniechać w niniejszej sprawie. W kontekście powyższych twierdzeń Prezes Urzędu wskazuje, że ze zgromadzonego materiału dowodowego wynika, że Kia Polska i jej dealerzy zawarli porozumienie, które nie ograniczało się do wymiany informacji, lecz prowadziło do ustalania cen i podziału rynku. Z tego względu wszelka argumentacja zmierzająca do wykazania, że stwierdzone porozumienie dotyczyło koordynacji opartej na wymianie informacji jest niepoprawna, a rozważania czy spełnione zostały warunki koordynacji, takie jak istnienie punktów skupienia, jest bez znaczenia dla oceny porozumienia.
- (489) W tej części Analizy ekonomicznej Kia Polska przytacza również argumenty na rzecz tezy, że cele biznesowe praktyk Kia Polska były i muszą być prokonkurencyjne, skoro każde ograniczenie konkurencji między dealerami Kia Polska musiałyby negatywnie wpłynąć na wyniki sprzedaży marki Kia. W ocenie Prezesa Urzędu zaprezentowana argumentacja nie jest

⁷² Str. 67 Analizy ekonomicznej, k. 4480.

przekonująca, w szczególności w odniesieniu do klientów preferujących markę Kia, w przypadku których głównym ograniczeniem dla możliwości podnoszenia cen przez danego dealera są ceny innych dealerów Kia Polska, a nie sprzedawców konkurencyjnych marek. Argumentacja Kia Polska sprowadza się do bezpodstawnego stwierdzenia, że zasadniczo żadna koordynacja w ramach relacji producent/importer samochodów i dealerzy na rynku polskim, nie może prowadzić do ograniczenia konkurencji i musi mieć prokonkurencyjny charakter.

- (490) Niemniej jednak, Kia Polska przedstawiła również argumentację, że przyjęta przez nią polityka cen katalogowych, ogłaszanych publicznie w różnych kanałach sprzedaży „*nie ogranicza konkurencji ze względu na cel, ani ze względu na skutek. Wręcz przeciwnie, ta praktyka biznesowa jest prokonkurencyjna i korzystna dla konsumentów*”⁷³. O ile Prezes Urzędu zgadza się z ogólnym stwierdzeniem, że dla klientów korzystna jest możliwość zapoznania się z cenami produktów w Internecie, o tyle nie przyjmuje argumentacji, jakoby klienci oczekiwali jednolitych cen, a konkurencję wewnątrz sieci dealerskiej traktowali jako negatywne zjawisko rynkowe. Zdaniem Prezesa Urzędu konsumenci, a co najmniej znacząca ich część, dążą do dokonania zakupów na możliwie najkorzystniejszych warunkach. Prezes Urzędu nie zgadza się również, że uniemożliwianie czy utrudnianie oferowania w Internecie samochodów w cenach niższych niż katalogowe, nie ma wpływu na ostateczne ceny transakcyjne. Oferując niższe ceny w Internecie, dealer w czytelny sposób sygnalizuje ewentualnym kontrahentom, że chce w tym kanale sprzedaży konkurować ceną. Prezentując ceny katalogowe nie wyróżnia się w żaden sposób od pozostałych dealerów Kia Polska, zmniejszając atrakcyjność swojej oferty w oczach potencjalnych klientów. W związku z tym klienci nie mają powodów, by akurat z nim podjąć kontakt i negocjować ewentualne obniżki cen.
- (491) Podsumowując, zawarte w Analizie ekonomicznej tezy nie ujawniają nowych okoliczności istotnych dla rozstrzygnięcia sprawy.

Zastrzeżenia zgłoszone przez Wadowskich

- (492) W piśmie stanowiącym odpowiedź na SUZ, dealer Wadowscy zaprzeczył zawarciu porozumienia obejmującego ustalenia wysokości cen odsprzedaży samochodów osobowych marki Kia, a także podział rynku w odniesieniu do tych pojazdów. Według niego Prezes Urzędu nie dysponuje żadnymi dowodami wskazującymi na udział tego dealera w antykonkurencyjnym porozumieniu.

⁷³ Str. 72 Analizy ekonomicznej, k. 4482.

- (493) Prezes Urzędu nie znajduje podstaw do uwzględnienia argumentu strony. Na okoliczność udziału Wadowskich w porozumieniu wskazują następujące działania dealera: (i) przekazywanie innym dealerom Kia Polska wiadomości e-mail z zapytaniami ofertowymi klientów w przypadku, gdy ci nie pochodzili z jego Obszaru Odpowiedzialności⁷⁴, (ii) przekazywanie innym dealerom Kia Polska odpowiedzi udzielanych klientom, w których pracownicy dealera Wadowscy informowali, że nie przedstawią oferty i zachęcają do odwiedzenia salonu najbliższego dealera Kia⁷⁵, (iii) udzielanie odpowiedzi na zapytania klientów o warunki zakupu samochodu, że w sieci dealerskiej Kia Polska warunki sprzedaży u każdego dealera są jednolite⁷⁶, (iv) przekazywanie innym dealerom Kia Polska informacji o zaniżonych ofertach dealerów Kia Polska na portalu Otomoto⁷⁷, (v) krytyczne odnoszenie się do zaniżonych ofert sprzedaży innych dealerów Kia Polska⁷⁸, (vi) przestrzeganie ustaleń co do ustalonego poziomu cen⁷⁹, (vii) przekazywanie Kia Polska zaniżonych ofert sprzedaży innych dealerów⁸⁰.
- (494) Odnosząc się do danych liczbowych przedstawionych przez dealera Wadowscy, na potwierdzenie prowadzenia działalności przez Wadowskich na Obszarach Odpowiedzialności innych dealerów, Prezes Urzędu wskazuje, że od ustalonego podziału rynku, niekiedy mogły zdarzać się odstępstwa. Niemniej jednak, zebrany w sprawie materiał dowodowy potwierdza, że co najmniej od 2013 r. uczestnicy sieci dealerskiej swoimi działaniami dążyli, utrzymując intensywnie i regularne kontakty zarówno na poziomie wertykalnym, jak i horyzontalnym, do wyeliminowania ryzyka składania ofert do tego samego klienta przez kilku dealerów jednocześnie, w konsekwencji zapobiegając niechcianej konkurencji cenowej. Prezes Urzędu nie uznał jednocześnie argumentacji, jakoby praktyka odsyłania klientów do najbliższego dealera była przejawem dobrych zwyczajów kupieckich. Nie można bowiem twierdzić, że dobrym zwyczajem kupieckim jest działanie, które narusza prawo, ponadto nie jest to również przesłanka, która na gruncie przepisów prawa wyłączałaby odpowiedzialność za zawarcie porozumienia. Ponadto nie można powiedzieć, że działanie to było co do zasady korzystne dla klienta. Skoro klient samodzielnie inicjował kontakt z danym dealerem, którego siedziba mieściła się w dalszej odległości od jego miejsca zamieszkania, przyjąć należy, że dopuszczał możliwość zakupu pojazdu w miejscu, w którym samochód ewentualnie nie byłby serwisowany. Powodem takiej decyzji mógłby być chociażby zamiar docelowej eksploatacji pojazdu w innym miejscu, niż miejsce siedziby czy zamieszkania lub chęć skorzystania z serwisu nawet bardziej oddalonego od punktu zakupu, w którym zaoferowano lepszą cenę,

⁷⁴ Zob. akapit (68) decyzji.

⁷⁵ Zob. akapity (139)-(141) decyzji.

⁷⁶ Zob. akapity (225)-(228) decyzji.

⁷⁷ Zob. akapit (269) decyzji.

⁷⁸ Zob. akapity (272), (273) decyzji.

⁷⁹ Zob. akapit (303) decyzji.

⁸⁰ Zob. akapity (322), (330), (347), (373) decyzji.

lepszą jakość obsługi lub dodatkowe warunki sprzedaży. Bezsprzecznie taka decyzja powinna jednak należeć do klienta, a nie do dystrybutora.

- (495) Reasumując, zebrany materiał dowodowy potwierdza, że dealer Wadowscy uczestniczył w praktyce ustalania cen i podziału rynku w zakresie dystrybucji samochodów osobowych marki Kia.

Zastrzeżenia zgłoszone przez AS Motors

- (496) AS Motors w piśmie stanowiącym odpowiedź na SUZ, powołując się na wybrane decyzje Komisji Europejskiej oraz Prezesa Urzędu w sprawach dotyczących wertykalnych porozumień dystrybucyjnych (w tym dotyczących dystrybucji samochodów), w których stronami byli wyłącznie organizatorzy sieci dystrybucyjnych, wskazał, że i w sprawie niniejszej nie zachodziły podstawy do wszczęcia i prowadzenia postępowania wobec AS Motors (oraz innych dystrybutorów Kia Polska). Za takim stanowiskiem przemawiać ma fakt, że inicjatywa zawarcia niedozwolonego porozumienia wyszła od Kia Polska, Kia Polska miała przy tym wykorzystywać zależność gospodarczą dealerów w celu narzucenia im warunków współpracy, miała wywierać presję na dealerów i ich dyscyplinować, dealerzy mieli aktywnie współpracować, ale byli przymuszani do podejmowania pewnych działań. W konsekwencji w ocenie AS Motors, poprzez zainicjowanie i prowadzenie postępowania antymonopolowego wobec spółki, dojdź miało do naruszenia zasady równego traktowania i pewności prawa polskiego i unijnego.
- (497) Odnosząc się do zarzutu AS Motors w zakresie braku podstaw do wszczęcia i prowadzenia postępowania antymonopolowego w niniejszej sprawie wobec dealerów samochodów osobowych marki Kia, a nie jedynie wobec Kia Polska, jako organizatora sieci dystrybucyjnej, Prezes Urzędu wskazuje, że swoje stanowisko odnoszące się do doboru stron postępowania przedstawił w akapitach (465)-(466) powyżej. W tym miejscu Prezes Urzędu podkreśla, że o ile przyjęta przez sądy powszechne oraz Sąd Najwyższy praktyka orzecznicza Prezesa Urzędu dotycząca ograniczających konkurencję porozumień wertykalnych, dopuszcza możliwość inicjowania i prowadzenia postępowań antymonopolowych wyłącznie wobec organizatora systemu dystrybucji (dostawcy)⁸¹, o tyle miało to miejsce w sytuacjach, w których to organizator systemu dystrybucji był inicjatorem niedozwolonej praktyki i jedynym podmiotem, od którego zależało istnienie i utrzymanie antykonkurencyjnych zachowań a rola dystrybutorów przejawiała się wyłącznie w stosowaniu się do reguł ustalonych przez organizatora systemu.⁸² Było to każdorazowo poprzedzone indywidualną analizą pozycji i

⁸¹ Przykładowo: decyzje Prezesa Urzędu nr DOK-9/2012 i DOK-4/2021; wyrok Sądu Najwyższego z 4 października 2017 r., sygn. akt III SK 47/16.

⁸² Przykładowo decyzja Prezesa Urzędu nr DOK-10/2011.

aktywności dostawcy oraz dystrybutorów w ramach wertykalnej sieci dystrybucyjnej i przy realizowaniu antykonkurencyjnej praktyki. Jednocześnie, w sytuacjach, w których stwierdzano, że oprócz uzgodnień wertykalnych pomiędzy dostawcą a jego dystrybutorami dochodziło również do bezpośrednich (horyzontalnych) uzgodnień pomiędzy samymi dystrybutorami, wówczas adresatami decyzji byli zarówno organizator systemu dystrybucji, jak i dystrybutorzy.⁸³ Podejście zastosowane przez Prezesa Urzędu w odniesieniu do określenia katalogu stron w niniejszej sprawie, nie odbiega od dotychczasowej praktyki Komisji Europejskiej. Przykładowo w decyzji w sprawie *Nintendo*, Komisja stwierdziła naruszenie reguł konkurencji zarówno przez organizatora systemu dystrybucji, jak i dystrybutorów, nakładając na wszystkie te podmioty kary pieniężne.⁸⁴

- (498) Jak już zostało wskazane w akapicie (466) decyzji, w sprawie niniejszej, rola AS Motors i pozostałych dealerów będących stronami postępowania wykroczała poza jedynie bierną akceptację reguł porozumienia cenowego i podziału rynku, narzuconych przez organizatora systemu dystrybucyjnego. Dystrybutorzy, będący stronami przedmiotowego postępowania, aktywnie uczestniczyli we wprowadzaniu i utrzymywaniu podziału rynku w obrocie samochodami osobowymi marki Kia. Przedstawiciele dystrybutorów regularnie inicjowali kontakty i uczestniczyli w komunikacji z innymi dealerami dotyczącej realizacji porozumienia. Kontakty pomiędzy dystrybutorami odbywały się często bez udziału samej Kia Polska. Jak wskazuje materiał dowodowy, sami przedstawiciele Kia Polska zwracali uwagę, że: *„Sieć nam się chyba zaczyna jakoś tam integrować i pilnować sama. Gorzej będzie jak te @ wpadną w łapy UOKiK. Trzeba chyba z nimi rozmawiać aby nie robili takich korespondencji cokolwiek sugerujących”*.⁸⁵ Analiza zachowań stron wykazała, że realizacja antykonkurencyjnej praktyki nie następowała wyłącznie z inicjatywy i w związku z działaniami Kia Polska, lecz również przy aktywnej postawie dealerów. Dlatego też wydanie decyzji wyłącznie wobec organizatora systemu dystrybucyjnego w Polsce w sprawie niniejszej nie realizowałoby celów postępowania antymonopolowego, gdyż do całkowitego wyeliminowania praktyki ograniczającej konkurencję nie byłaby wystarczająca zmiana sposobu funkcjonowania systemu dystrybucji samochodów osobowych marki Kia, czy też zachowania samego organizatora tego systemu, lecz konieczne jest również zaprzestanie niedozwolonych kontaktów pomiędzy samymi dealerami, wykazującymi się w tym zakresie wzmoczoną aktywnością. Dlatego też udział Kia Polska oraz dealerów Kia Polska w niniejszym postępowaniu był uzasadniony i celowy.

⁸³ Przykładowo decyzja Prezesa Urzędu nr DOK-4/2015.

⁸⁴ Decyzja Komisji Europejskiej z 30 października 2002 r., w sprawie 2003/675/EC, *Nintendo*.

⁸⁵ Zob. akapit (381) decyzji.

Zastrzeżenia zgłoszone przez Autotechnikę Woźniak

- (499) Autotechnika Woźniak w swojej odpowiedzi na SUZ podniósł, że nie był uczestnikiem porozumienia ani praktyki uzgodnionej polegającej na podziale rynku oraz ustalaniu cen w odniesieniu do samochodów osobowych marki Kia. Przedsiębiorca wskazał, że prowadził indywidualną politykę sprzedaży samochodów osobowych, biorąc pod uwagę czynniki ekonomiczne. Autotechnika Woźniak zaprzeczył, by uzgadniał stosowane rabaty i ceny sprzedaży samochodów z Kia Polska czy z pozostałymi dealerami. Przedsiębiorca podał także dane, wskazujące na dokonywanie sprzedaży pojazdów również poza wyznaczony Obszar Odpowiedzialności. Ponadto Autotechnika Woźniak podniósł, że ustanowienie WOA nie miało celu antykonkurencyjnego, a przedstawiciele Autotechniki Woźniak proponowali klientom skorzystanie z usług lokalnego dealera tylko w wypadkach, kiedy sprzedaż okazałaby się nieopłacalna ze względu na małe prawdopodobieństwo skorzystania przez klienta spoza WOA Autotechniki Woźniak z usług posprzedażnych.
- (500) Prezes Urzędu wskazuje, że zgromadzony materiał dowodowy poświadcza udział Autotechniki Woźniak w zarzucanym porozumieniu ograniczającym konkurencję. Z przytoczonej przez Prezesa Urzędu w pkt. 5 uzasadnienia decyzji korespondencji Autotechniki Woźniak wprost wynika, że pomiędzy Kia Polska a dealerami sieci istniało porozumienie co do wspólnego działania na rynku. Przedstawiciele Autotechniki Woźniak w swoich wypowiedziach bezpośrednio powoływali się na istniejące ustalenia: „*Gdzie ustalenia o niewchodzeniu sobie na rynki*”⁸⁶, „*Gdzie w tym wszystkim słowa o konieczności generowania zysku na sprzedawanych autach i nie wchodzenie na sąsiednie rynki innym dealerom w paradę?*”⁸⁷. Ponadto zgromadzony materiał dowodowy potwierdza, że Autotechnika Woźniak składała Kia Polska skargi na niestosowanie się przez innych dealerów do antykonkurencyjnych ustaleń⁸⁸, bezpośrednio konfrontowała z konkurentami przypadki naruszenia założeń niedozwolonego porozumienia⁸⁹, a także kierowała klientów spoza swojego WOA do lokalnych dealerów⁹⁰, niekiedy jednocześnie wskazując klientom na jednolitą politykę rabatową Kia Polska⁹¹. Wobec istnienia powyższych dowodów, potwierdzających udział Autotechniki Woźniak zarówno w porozumieniu podziałowym, jak i cenowym, nie można zgodzić się ze stanowiskiem przedsiębiorcy, jakoby nie zawierał antykonkurencyjnego porozumienia, prowadził indywidualną politykę cenową czy nie uzgadniał z Kia Polska i innymi dealerami stosowanych cen i rabatów.

⁸⁶ Zob. akapity (65) i (266) decyzji.

⁸⁷ Akapit (162) decyzji.

⁸⁸ Akapity (160)-(162), (309) decyzji.

⁸⁹ Akapit (265), (266), (274), (286) decyzji

⁹⁰ Akapity (102)-(110) decyzji.

⁹¹ Akapity (204)-(210) decyzji.

- (501) Odnosząc się do argumentu przedsiębiorcy w zakresie sprzedaży samochodów osobowych także poza wyznaczony Obszar Odpowiedzialności oraz przedstawionych w tym kontekście danych sprzedażowych, należy po raz kolejny wskazać, że odstępstwa od założeń porozumienia podziałowego nie są równoznaczne z brakiem istnienia antykonkurencyjnych ustaleń. W tym zakresie Prezes Urzędu podtrzymuje argumentację przedstawioną w akapitach (449) oraz (494) powyżej, że istnienie pewnych wyjątków od stosowania przyjętej praktyki nie prowadzi do podważenia ogólnej oceny co do istnienia w sprawie niniejszej porozumienia ograniczającego konkurencję.
- (502) Nie znajduje także potwierdzenia w przytoczonym materiale dowodowym twierdzenie przedsiębiorcy, jakoby praktyka polegająca na odstępieniu od przygotowania oferty i proponowaniu klientowi skorzystania z usług lokalnego dystrybutora, była podyktowana jedynie jej nieopłacalnością, m.in. ze względu na późniejszą opiekę posprzedażną. Również do tej kwestii Prezes Urzędu odniósł się powyżej, w akapitach (447) decyzji w odpowiedzi na zastrzeżenia zgłoszone przez Kia Polska.
- (503) Ponadto odnosząc się do stanowiska Autotechniki Woźniak, zgodnie z którym ustanowienie WOA nie miało charakteru antykonkurencyjnego, Prezes Urzędu podtrzymuje swoje stanowisko wyrażone w akapicie (446) decyzji, że w przedmiotowej decyzji nie kwestionuje wprowadzeniu podziału na WOA, lecz zarzuca Kia Polska oraz dystrybutorom sieci skorzystanie z tego podziału przy nieformalnych ustaleniach w zakresie geograficznego podziału rynku. Jak zostało już wskazane, Prezes Urzędu nie kwestionuje zatem samego faktu powstania WOA. Za naruszenie reguł konkurencji Prezes Urzędu uznaje jednak wykorzystanie WOA jako punktu odniesienia przy ograniczeniu sprzedaży pasywnej wobec klientów niepochodzących z Obszaru Odpowiedzialności danego dystrybutora. W tym miejscu można wskazać na przykładowe fragmenty wiadomości Autotechniki Woźniak, strofujące dealerów naruszających ustalony podział rynku i świadczące jednocześnie o uczestnictwie przedsiębiorcy w naruszeniu: „*nie wcinajcie się znowu na nie swoje podwórko i nie psujcie rynku*”⁹², „*Czemu ofertujecie klientów z naszego terenu? (...) Miało nie być wcinania się sobie nawzajem w rynki*”⁹³, „*Niestety kolejny raz okazuje się, że «wcinacie się» na nasze podwórko*”⁹⁴.
- (504) Ponadto Autotechnika Woźniak podniósł, że w aktach sprawy nie znajdują się bezpośrednie dowody na zawarcie antykonkurencyjnego porozumienia przez Kia Polska i jej dealerów, a Prezes Urzędu oparł swoje twierdzenia na dowodach poszlakowych. Prezes Urzędu nie zgadza się z taką argumentacją i wskazuje, że ustalając stan faktyczny oraz dokonując jego oceny,

⁹² Akapit (67) decyzji.

⁹³ Akapit (70) decyzji.

⁹⁴ Akapit (71) decyzji.

oparł się na dowodach pochodzących od samych uczestników porozumienia, stanowiących głównie wymienianą pomiędzy nimi korespondencję elektroniczną. Z tego względu w ocenie Prezesa Urzędu takim dowodom można przypisać najwyższą moc dowodową, ponieważ stanowią one wiarygodne źródło informacji i pozwalają na odtworzenie rzeczywistych intencji stron porozumienia. Zgodnie z orzecznictwem unijnym okoliczności, że dane dokumenty zostały sporządzone natychmiast po spotkaniu bez brania pod uwagę tego, czy zostaną one przekazane osobom trzecim, należy przypisać istotne znaczenie.⁹⁵

- (505) W zakresie zarzutów Autotechniki Woźniak, że Prezes Urzędu nie powinien stosować dowodów poszlakowych w postępowaniu antymonopolowym, wskazać należy, że szczególnie, sekretny charakter antykonkurencyjnych porozumień, niejednokrotnie wymusza szerokie posługiwanie się przez organ dowodami pośrednimi. Orzecznictwo krajowe⁹⁶ oraz unijne⁹⁷ potwierdziło, że organ ochrony konkurencji może wywodzić wniosek o istnieniu antykonkurencyjnego porozumienia z dowodów pośrednich i bezpośrednich.
- (506) Autotechnika Woźniak podniósł również, że Prezes Urzędu nie wskazał konkretnie dealerów, którzy mieliby uczestniczyć w rzekomym porozumieniu, a także że odszedł od „dotychczasowej linii orzeczniczej”, w której przy stwierdzeniu istnienia antykonkurencyjnej praktyki nakładał kary tylko na producenta lub hurtownika, nie wszczynając postępowań przeciwko dystrybutorom. Prezes Urzędu nie zgadza się z powyższymi zarzutami i wskazuje, że swoje stanowisko odnoszące się do doboru stron postępowania przedstawił w akapitach (465) i n. odnosząc się do zastrzeżeń zgłoszonych przez Kia Polska, a także w akapicie (497) powyżej, odpowiadając na argumentację AS Motors.
- (507) Reasumując, zebrany materiał dowodowy potwierdza, że Autotechnika Woźniak uczestniczył w podziale rynku oraz ustalaniu cen w zakresie dystrybucji samochodów marki Kia.

Zastrzeżenia zgłoszone przez Gam

- (508) Gam w piśmie stanowiącym odpowiedź na SUZ podniósł, że nie zawierał i nie uczestniczył nigdy w żadnym porozumieniu antykonkurencyjnym. Ponadto wskazał, że wśród zebranych w sprawie materiałów dowodowych nie ma ani jednej wiadomości e-mail, która pochodziłaby od osób wchodzących w skład zarządu spółki, co zdaniem Gam uwiarygadnia twierdzenie, że nie brał on nigdy udziału w jakichkolwiek praktykach ograniczających konkurencję.

⁹⁵ Wyrok Sądu Unii Europejskiej z 15 grudnia 2016 r. w sprawie T-762/14, *Philips przeciwko Komisji*, EU:T:2016:738, pkt 109; wyrok Sądu Unii Europejskiej z 27 września 2012 r. w sprawie T-343/06, *Shell Petroleum and Others przeciwko Komisji*, EU:T:2012:478, pkt 207.

⁹⁶ Zob. wyrok Sądu Najwyższego z 9 sierpnia 2006 r., sygn. akt III SK 6/06 oraz wyrok Sądu Apelacyjnego z 9 października 2009 r., sygn. akt VI ACa 86/09.

⁹⁷ Zob. wyrok z 7 stycznia 2004 r., *Aalborg Portland i in. przeciwko Komisji*, sprawy połączone C-204/00P, C-205/00 P, C-213/00 P, C-217/00 P i C-219/00P, EU:C:2004:6, pkt 55-57; wyrok z 27 września 2006 r. *Dresdner Bank i inni przeciwko Komisji*, T-44/02 OP, EU:T:2006:271, pkt 62 i 63; podobnie w wyroku Sądu z dnia 8 lipca 2004 r., *JFE Engineering Corp. et al. v Komisja*, sprawy połączone T-67/00, T-68/00, T-71/00, T-78/00, [2004] ECR-II 49, pkt 180.

Jednocześnie Gam wskazał, że w aktach sprawy nie ma wiadomości, którą spółka skierowałaby do Kia Polska albo innego dealera i w której zwracałaby uwagę, czy też skarżyła się na brak przestrzegania przez innych uczestników rzekomych zasad w sprawie podziału rynku czy zмовy cenowej. Gam wskazał także, że sprzedawał samochody osobowe klientom spoza swojego Obszaru Odpowiedzialności, przedstawiając dane sprzedażowe, co w jego ocenie potwierdza brak zawarcia porozumienia podziałowego. Ponadto ze stanowiska spółki wynika, że przypadki skierowania klientów do lokalnych dealerów podyktowane były szacowaniem ekonomicznym oraz oceną nakładu pracy. Spółka zaprzeczyła również, by kiedykolwiek uzgadniała z innymi dealerami czy Kia Polska maksymalne rabaty dla klientów. Gam nadto podniósł, że zgromadzony przez Prezesa Urzędu materiał dowodowy pochodzi jedynie od dwóch pracowników spółki, bez uwzględnienia, że spółka zatrudnia więcej osób.

- (509) Prezes Urzędu wskazuje, że zebrany w postępowaniu materiał dowodowy potwierdza udział Gam w porozumieniu polegającym na podziale rynku i czynieniu ustaleń cenowych. Jak wynika z materiału dowodowego omówionego w pkt. 5 uzasadnienia decyzji, udział ten przejawiał się w ograniczeniu sprzedaży pasywnej (biernej) na obszarach przypisanych do obsługi przez innego uczestnika porozumienia⁹⁸, informowaniu klientów o braku konkurencji ofertowo z innymi dealerami przez Gam⁹⁹, a także w omawianiu z innymi dealerami oraz z przedstawicielem Kia Polska rabatów, zaproponowanych przez innych dealerów¹⁰⁰.
- (510) Nie można się przy tym zgodzić z twierdzeniem spółki, że w zebranych materiałach dowodowych brak jest wiadomości e-mail kierowanych przez Gam do pozostałych dystrybutorów, wskazujących na uczestnictwo w niedozwolonym porozumieniu. W tym kontekście należy chociażby wskazać na wiadomość e-mail z września 2015 r.¹⁰¹, w której pani Agnieszka Adrjan (Wrobud), po otrzymaniu informacji od klienta, że dostał on korzystniejszą ofertę z salonu Gam, zwróciła się do spółki wprost odwołując się do naruszenia porozumienia, zawartego pomiędzy przedsiębiorcami: „*Rozumiem, że w tym miejscu nasze ustalenia tracą ważność*”. Przedstawiciel Gam w wiadomości zwrotnej podał przyczynę zaproponowania klientowi niższej ceny, a nadto wskazał, że klient nie poinformował Gam o otrzymaniu wcześniej oferty od Wrobud, wobec czego działania Gam nie były wymierzone we Wrobud.
- (511) Należy także wskazać, że posiadany przez Prezesa Urzędu materiał dowodowy poświadcza, że przedstawiciele Gam wysyłali kopie wiadomości, w których kierowali klientów do lokalnych dealerów, na wspólny alias pocztowy „sprzedaz.dealer@kiamotors.pl” lub na

⁹⁸ Zob. akapity (75)-(97) decyzji.

⁹⁹ Zob. akapity (201)-(203) decyzji.

¹⁰⁰ Zob. akapity (262), (287), (288) decyzji.

¹⁰¹ Zob. akapit (287) decyzji.

adresy poczty elektronicznej pozostałych dystrybutorów¹⁰². Na skrzynki e-mail innych dystrybutorów została także wysłana kopia wiadomości, w której przedstawiciel Gam poinformował klienta o nieuczestniczeniu przez Gam w „konkursie ofert”¹⁰³. Wobec powyższego, nie można stwierdzić, że pozostali uczestnicy sieci nie byli adresatami takich wiadomości. Działanie takie dostarczało konkurentom informacji o klientach z ich Obszarów Odpowiedzialności, a także stanowiło jasny sygnał od Gam co do stosowania się do założeń porozumienia podziałowego oraz cenowego. Powyższa sytuacja świadczy o tym, że Gam oraz inni dealerzy, będący stronami porozumienia, pomimo faktu, że pozostawali niezależnymi od siebie przedsiębiorcami, z naturalnych konkurentów stali się podmiotami, udzielającymi sobie wsparcia co do działań na rynku.

- (512) Dla stwierdzenia odpowiedzialności Gam nie ma także znaczenia fakt, że powyższe działania podejmowane były przez pracowników Spółki, a nie przez osoby wchodzące w skład jej zarządu. Zgodnie z prawem polskim¹⁰⁴ oraz unijnym¹⁰⁵ działania pracowników należy rozumieć jako działania samego przedsiębiorcy (przedsiębiorstwa). Odpowiedzialność przedsiębiorców (przedsiębiorstwa) za działania pracowników nie jest przy tym uzależniona od wiedzy czy akceptacji tych działań przez organy zarządzające czy ich poszczególnych członków.¹⁰⁶
- (513) Dla oceny odpowiedzialności Spółki nie ma także znaczenia okoliczność, ilu pracowników spośród całej kadry pracowniczej Gam faktycznie dokonywało niedozwolonych ustaleń. Liczba pracowników zaangażowanych w naruszenie w żaden sposób nie przekłada się na ocenę działań samego przedsiębiorcy. Jak wskazano powyżej, przedsiębiorca odpowiada za naruszenia dokonane przez swoich pracowników – dla spełnienia tej przesłanki nie ma znaczenia fakt, jak wielu pracowników dokonywało ustaleń.
- (514) Bez znaczenia dla stwierdzenia uczestnictwa Gam w antykonkurencyjnym porozumieniu podziałowym pozostaje także okoliczność, że Gam sprzedawał niekiedy samochody osobowe klientom spoza swojego Obszaru Odpowiedzialności. Pewne odstępstwa od stosowania założeń porozumienia podziałowego nie są bowiem równoznaczne z brakiem istnienia antykonkurencyjnych ustaleń, na co wskazuje argumentacja przedstawiona przez Prezesa Urzędu w akapitach (449) i (494) powyżej.

¹⁰² Zob. akapity (75)-(97), (262), (287), (288) decyzji.

¹⁰³ Zob. akapity (91) i (202) decyzji.

¹⁰⁴ Wyrok Sądu Okręgowego w Warszawie – Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów z 26 marca 2013 r., sygn. akt XVII AmA 230/10, Wyrok Sądu Apelacyjnego w Warszawie z 16 lutego 2017 r., sygn. akt VI Aca 1057/15.

¹⁰⁵ Wyrok Trybunału Sprawiedliwości z 21 lipca 2016 r., w sprawie C-542/14, *SIA VM Remonts*, akapit 24; wyrok Trybunału Sprawiedliwości z 7 lutego 2013 r., w sprawie C-68/12 *Protimonopolný úrad Slovenskej republiky v. Slovenská sporiteľňa a.s.*, EU:C:2013:71, akapit 25.

¹⁰⁶ Decyzja Komisji Europejskiej z 19 lipca 1992 r., w sprawie IV/32.725 *Viho/Parker Pen*, akapit 16.

- (515) Odnośnie twierdzeń Gam, że brak przedstawienia oferty i skierowanie klientów do najbliższego dealera, było podyktowane jedynie względami ekonomicznymi oraz oszacowaniem nakładu pracy przez przedstawicieli spółki, Prezes Urzędu podtrzymuje stanowisko zawarte w akapicie (448) powyżej, zgodnie z którym dla odpowiedzialności podmiotu prawnego za działania pracowników, stanowiących naruszenie prawa konkurencji, nie mają znaczenia motywy ani intencje osób fizycznych faktycznie dokonujących ustaleń.

Zastrzeżenia zgłoszone przez pana Wojciecha Szyszko

- (516) Pan Wojciech Szyszko w swoim piśmie stanowiącym odpowiedź na SUZ wskazał, że Prezes Urzędu błędnie uznał, że Kia Polska i pan Wojciech Szyszko naruszyli przepisy ochrony konkurencji. W jego opinii Prezes Urzędu niewłaściwie zinterpretował politykę sprzedaży Kia Polska w odniesieniu do dostaw samochodów do OSK i pominął kluczową zdaniem strony okoliczność, że przyznanie dodatkowego rabatu dealerowi, który wygrywa przetarg na sprzedaż pojazdów do WORD jest działaniem uzasadnionym i prokonkurencyjnym. Dodatkowo Prezes Urzędu miał nieprawidłowo scharakteryzować rolę cenników Kia Polska, uznając, że cenniki udostępniane przez Kia Polska wyznaczały ceny minimalne, od których dealerzy naliczali rabaty flotowe w ustalonej wysokości. Dodatkowo zarzucił Prezesowi Urzędu, że wymienione w SUZ dowody nie świadczą o naruszeniu przez pana Wojciecha Szyszko przepisów u.o.k.k.
- (517) W odniesieniu do ustaleń dotyczących przetargów dla WORD, Prezes Urzędu wskazuje, że stanowisko pana Wojciecha Szyszko pokrywa się z zastrzeżeniami zgłoszonymi w tym zakresie przez Kia Polska. Prezes Urzędu odniósł się do przedmiotowej argumentacji w akapicie (451) decyzji, w ramach odpowiedzi na zastrzeżenia Kia Polska i podtrzymuje swoje stanowisko. Podkreślenie jednak wymaga, że osobą, która miała pełną wiedzę o ustaleniach podziałowych dotyczących klientów prowadzących ośrodki szkolenia kierowców był pan Wojciech Szyszko.¹⁰⁷
- (518) Również stanowisko pana Wojciecha Szyszko w zakresie, w jakim wskazuje, że działania Kia Polska nie miały na celu ograniczenia swobody ustalania przez dealerów Kia Polska cen odsprzedaży, nie znajduje potwierdzenia w zebranych materiale dowodowym. Prezes Urzędu dysponuje dowodami wskazującym, że stosowanie zawyżonych rabatów flotowych było działaniem niezgodnym z ustaleniami obowiązującymi w sieci dealerskiej, a przypadki odstępowania od przyjętej polityki rabatowej były zauważalne dla dealerów i raportowane do Kia Polska.¹⁰⁸ W uzasadnieniu stanowiska strona przywołuje wiadomość z 8 listopada 2016

¹⁰⁷ Por. akapity (168)-(170) decyzji.

¹⁰⁸ Por. akapity (267), (333)-(335), (339), (345), (348) decyzji.

r.¹⁰⁹, która to jednak wbrew twierdzeniom pana Wojciecha Szyszko potwierdza, że Kia Polska ingerowała w poziom cen odsprzedaży. Powołana wiadomość dotyczy skargi dealera Autocentrum Patecki na zaniżoną ofertę dealera **[informacja prawnie chroniona]**. Zgodnie z treścią skargi klient Autocentrum Patecki: „zamówił Kia Rio 1.4 benzyna wersja M+SMT w kolorze grafitowym Cena katalogowa **[informacja prawnie chroniona]** zł Klient otrzymał rabat **[informacja prawnie chroniona]** w wysokości **[informacja prawnie chroniona]** % - tak jak mówi tabela rabatowa. Co dało cenę **[informacja prawnie chroniona]** zł – została zaokrąglona do **[informacja prawnie chroniona]** zł W zamian za dodatkowy rabat **[informacja prawnie chroniona]** zł klient otrzymał dobrej klasy **[informacja prawnie chroniona]**. W dniu dzisiejszym zadzwonił do mnie że inny salon w Polsce proponuje mu to samo auto za **[informacja prawnie chroniona]** zł mniej. Oczywiście również z **[informacja prawnie chroniona]**. Oczywiście ofertę dostał tylko telefonicznie a handlowiec prosił aby nie mówić nam z którego salonu dostaje ofertę. Pod naciskiem klient powiedział że takie rabaty dostał z **[informacja prawnie chroniona]**. Biorąc pod uwagę że akcesoria zabierają cały dodatkowy rabat, pytani brzmi dlaczego Kraków daje dodatkowe ponad **[informacja prawnie chroniona]** % rabatu ???”. Pan Wojciech Szyszko w odpowiedzi na otrzymaną skargę polecił współpracownikowi: „Niech **[informacja prawnie chroniona]** [pracownik Kia Polska odpowiedzialny za współpracę z dealerem **[informacja prawnie chroniona]** – UOKiK] sprawdzi u **[informacja prawnie chroniona]** [kierownika działu sprzedaży w **[informacja prawnie chroniona]** – UOKiK] – potem podejmiemy akcję”. Następnie w odpowiedzi na pytanie pracownika Kia Polska, jaką akcję pan Wojciech Szyszko ma na myśli, adresat wiadomości wskazał: „Po pierwsze co klient mówi to nie zawsze prawda Po drugie – sprawdzić fakturę w **[informacja prawnie chroniona]** czy był rabat z naszej strony i na kogo (być może był flotowy rabat) W zależności od wyników wymierzimy karę”. W kontekście powyższej korespondencji należy stwierdzić, że Kia Polska sprawdzała sygnały z rynku dotyczące zaniżania cen odsprzedaży. Pan Wojciech Szyszko osobiście zalecił współpracownikom sprawdzenie oferty dealera **[informacja prawnie chroniona]** w celu weryfikacji, czy przedstawiona przez niego oferta otrzymała wsparcie Kia Polska i czy zawierała wyłącznie rabaty zatwierdzone uprzednio przez Kia Polska. Dystrybutorzy będący niezależnymi przedsiębiorcami powinni swobodnie ustalać wysokość proponowanych kontrahentom rabatów i marży uzyskanej ze sprzedaży oferowanych samochodów. Natomiast opisane powyżej działania Kia Polska ograniczały dealerów w prowadzeniu niezależnej polityki cenowej. Odstępstwa od ustalonego poziomu cen odsprzedaży, mogły rzutować na dalszą współpracę pomiędzy dealerem i Kia Polska oraz skutkować podjęciem interwencji u takiego dealera i wymierzeniem kary.

¹⁰⁹ Akapit (350) decyzji.

Zastrzeżenia zgłoszone przez Wrobud

- (519) Wrobud w piśmie stanowiącym odpowiedź na SUZ zaprzeczył zawarciu porozumienia z uczestnikami sieci dealerskiej Kia Polska. Zdaniem spółki Prezes Urzędu nie przedstawił dowodów wskazujących na mechanizm ustalania cen, a także rzekomy zakaz prowadzenia sprzedaży poza WOA wewnątrz sieci dealerskiej Kia Polska.
- (520) Powyższe twierdzenia należy uznać za bezpodstawne. Jak wynika z materiału dowodowego Wrobud był aktywnym uczestnikiem porozumienia. W kontekście uzgodnień cenowych, Wrobud odmawiał potencjalnym klientom przedstawienia oferty konkurencyjnej do tej otrzymanej przez klienta w salonie sprzedaży innego dealera, a także wskazywał w korespondencji z klientami, że ceny sprzedaży w sieci dealerskiej Kia Polska są jednolite¹¹⁰. Wrobud stosował się również do ustaleń w zakresie, w jakim zmierzały one do publikowania w ogłoszeniach internetowych cen w wysokości nie niższej od cen wskazanych w oficjalnych cennikach Kia Polska¹¹¹. W szczególności na wysokie zaangażowanie Wrobud w utrzymanie porozumienia z uczestnikami sieci dealerskiej wskazują wiadomości e-mail, w treści których przedstawiciele Wrobud zwracają się do innych dealerów ze skargami na nieprzestrzeganie przez sieć dealerską ustaleń cenowych¹¹² oraz do Kia Polska, prosząc ją o interwencję w sprawie przekazywanych sygnałów¹¹³. Z kolei w kontekście twierdzeń Wrobud o braku zbadania przez organ okoliczności stosowania przez dealerów cen dumpingowych, Prezes Urzędu wskazuje na akapity (459)-(461) powyżej, w którym odniósł się do tej okoliczności w kontekście zarzutów stawianych przez Kia Polska.
- (521) Wrobud podejmował również działania mające na celu utrzymanie porozumienia w aspekcie podziału rynku. W szczególności pracownicy Wrobud w przypadku otrzymania zapytania o ofertę od klienta nieprzynależnego do ich Obszaru Odpowiedzialności, odsyłali takiego klienta do najbliższego względem jego siedziby lub miejsca zamieszkania salonu sprzedaży¹¹⁴. Materiał dowodowy zawiera przypadek, w którym pracownik wprost przekazał dane kontaktowe lokalnego dealera, stwierdzając: „*Dziękuję za zainteresowanie ofertą Kia oraz złożone zapytanie ofertowe. Zapraszam Pana do Autoryzowanego Salonu Kia w Pana mieście (...) Koledzy z pewnością przedstawiają Panu satysfakcjonujące warunki zakupu pojazdu, zgodnie z obowiązującą całą sieć jednolitą polityką cenową Kia Motors Polska*”.¹¹⁵ Dodatkowo Prezes Urzędu jest w posiadaniu dowodów, z których wynika, że Wrobud

¹¹⁰ Por. akapity (229)-(246) decyzji.

¹¹¹ Por. akapit (299) lit. d) i g) decyzji.

¹¹² Por. akapit (287) decyzji.

¹¹³ Por. akapity (325) i (326) decyzji.

¹¹⁴ Por. akapity (142)-(146) decyzji.

¹¹⁵ Por. akapity (143) i (231) decyzji.

przestrzegał ustaleń podziałowych w zakresie klientów prowadzących OSK¹¹⁶ i w prowadzonej z klientami korespondencji wprost wskazywał na rejonizację: „*niestety jeśli chodzi o sprzedaż aut do nauki jazdy w Kia obowiązuje rejonizacja*”¹¹⁷. Wrobud był również autorem skarg kierowanych do Kia Polska, jak również innych dealerów, w przedmiocie nieprzestrzegania przez innych dystrybutorów ustaleń podziałowych¹¹⁸, przykładowo w jednej z wiadomości e-mail ze stycznia 2019 r. skierowanej do przedstawiciela Kia Polska, pracownik tego dealera wskazał: „*to klient z Wrocławia, któremu poświęciłem wiele czasu na wprowadzenie do marki KIA (...) pewien salon w Katowicach zaproponował klientowi [informacja prawnie chroniona] % rabatu (!) (...). Prosiłbym jeśli to możliwe o zablokowanie tego klienta i interwencję* [podkreślenie własne – UOKiK] ”.¹¹⁹

- (522) W swoim stanowisku Wrobud podniósł również, że Prezes Urzędu nie wskazał, czy przedmiotem postępowania jest „porozumienie” czy też „praktyka uzgodniona”. Odnosząc się do powyższego stanowiska spółki należy podkreślić, że tak jak wskazano w akapicie (418) decyzji jedno zachowanie przedsiębiorcy może łączyć w sobie elementy zarówno porozumienia, jak i praktyki uzgodnionej, a organ ochrony konkurencji nie jest zobowiązany do przesądzania o tym, w jaki dokładnie sposób, w którym momencie i w jakim zakresie określone działania stanowiły porozumienie, a w jakim praktykę uzgodnioną. Ponadto w akapicie (419) decyzji Prezes Urzędu wprost wyjaśnił, że posługując się pojęciem „porozumienie” rozumie przez to zarówno umowy i uzgodnienia, w rozumieniu prawa polskiego, jak i porozumienia i praktyki uzgodnione, w rozumieniu prawa unijnego.
- (523) Ponadto Wrobud wskazał, że Prezes Urzędu nie wykazał przyczyn, dla których stronami stwierdzonego naruszenia nie są wszyscy dealerzy marki Kia. W tym zakresie spółka zarzuciła brak równego traktowania stron postępowania przez organ oraz naruszenie zasady równości wobec prawa. Prezes Urzędu wskazuje, że swoje stanowisko odnoszące się do doboru stron postępowania przedstawił w akapitach (465)-(468) powyżej.

Zastrzeżenia zgłoszone przez Marvel

- (524) W piśmie stanowiącym odpowiedź na SUZ, Marvel zaprzeczył jakoby wspólnie z Kia Polska oraz innymi dealerami uczestniczył w jakimkolwiek antykonkurencyjnym porozumieniu obejmującym dokonywanie podziału rynku czy ustalanie cen odsprzedaży samochodów osobowych marki Kia. Zgodnie z twierdzeniami tego dealera w ramach sieci dealerskiej istniała swoboda w zakresie ofertowania oraz sprzedaży samochodów osobowych klientom z całej Polski, niezależnie od regionu działania dealera, a Kia Polska nie zabraniała ani nie

¹¹⁶ Por. akapity (174)-(177) decyzji.

¹¹⁷ Por. akapit (176) decyzji.

¹¹⁸ Por. akapity (164) i (176) decyzji.

¹¹⁹ Por. akapit (164) decyzji.

ograniczała swoich dealerów w sprzedaży klientom spoza ich regionu. Zdaniem Marvel wysyłanie przez handlowców wiadomości sugerujących klientowi kontakt z najbliższym salonem miało miejsce tylko w sytuacji, gdy pracownik tego dystrybutora nie chciał pozostawiać zapytania klienta bez odpowiedzi, ale jednocześnie z różnych powodów nie decydował się na podjęcie rozmów z tym klientem. Według Marvel decyzja o niepodejmowaniu rozmów z potencjalnym kontrahentem mogła wynikać z braku czasu na przygotowanie oferty, ponieważ handlowiec obsługiwał klientów w salonie. Dodatkowo Marvel wskazał, że w ramach sieci dealerskiej dystrybutorzy posiadali swobodę w zakresie określania własnych detalicznych cen odsprzedaży samochodów osobowych marki Kia.

- (525) Prezes Urzędu nie podziela argumentacji przedstawionej przez Marvel i wskazuje, że zebrany materiał dowodowy poświadcza, że Marvel uczestniczył w praktyce podziału rynku i czynienia ustaleń cenowych, której celem miało być ograniczenie konkurencji między dystrybutorami samochodów marki Kia.
- (526) Marvel przekazywał swoim konkurentom informacje o zgłaszających się do niego potencjalnych klientach z WOA innych dystrybutorów¹²⁰, jak też otrzymywał takie informacje od innych dealerów¹²¹. Dodatkowo korespondencja zebrana w sprawie świadczy, że Marvel akceptował i wspierał ustalenia przewidujące podział klientów, którzy chcieli zakupić samochody osobowe do celów prowadzenia OSK¹²². Z kolei odnosząc się do danych liczbowych przedłożonych przez spółkę na potwierdzenie prowadzenia przez nią sprzedaży również poza jej wyznaczonym Obszarem Odpowiedzialności, Prezes Urzędu podtrzymuje swoje twierdzenia przedstawione w akapitach (449) i (494) powyżej, że pewne odstępstwa od stosowania założeń porozumienia podziałowego nie są równoznaczne z brakiem istnienia antykonkurencyjnych ustaleń.
- (527) Zebrany materiał dowodowy wskazuje również na udział Marvel w czynieniu ustaleń z konkurentami, co do cen i rabatów flotowych zawartych w ofertach składanych klientom. Również Marvel odmawiał potencjalnym klientom przedstawienia konkurencyjnej oferty do tej otrzymanej przez klienta w salonie sprzedaży innego dealera, a także wskazywał w korespondencji z kontrahentami, że ceny sprzedaży w sieci dealerskiej Kia Polska są takie same¹²³. W korespondencji pomiędzy pracownikami Marvel i Landcar z marca 2020 r.¹²⁴ dotyczącej złożenia przez Landcar konkurencyjnej oferty do tej złożonej przez Marvel, przedstawiciele dealerów wprost odwoływali się do „ostatnich rozmów odnośnie polityki

¹²⁰ Zob. akapity (122)-(126) decyzji.

¹²¹ Zob. akapity (65)-(67), (72), (75)-(77), (79)-(83), (87), (89), (93), (111)-(113) decyzji.

¹²² Zob. akapity (168) i (173) decyzji.

¹²³ Zob. akapity (181)-(189), (260) decyzji.

¹²⁴ Zob. akapit (289) decyzji.

cenowej”, „trzymania się ustaleń” oraz „zaoferowanie ceny tożsamej z ceną Marvel”. Marvel przekazywał również informacje Kia Polska o przypadkach odstępowania przez jej dealerów od ustalonej polityki cenowej na portalu Otomoto¹²⁵. Udział Marvel w porozumieniu cenowym przejawiał się również w kierowaniu skarg do przedstawicieli Kia Polska, w przypadkach, gdy: (i) inni dealerzy oferowali klientom samochody z zaniżoną ceną¹²⁶, przykładowo wskazując w korespondencji do Kia Polska: „**[informacja prawnie chroniona]** [pracownik Kia Polska zatrudniony na stanowisku Specjalisty ds. Rozwoju Sieci Dealerskiej – UOKiK] miałam przyjęte zamówienie na KIA VENGA od klienta **[informacja prawnie chroniona]** [system sprzedażowy zawarty w platformie **[informacja prawnie chroniona]** umożliwiający zarządzanie procesem sprzedaży – UOKiK] **[informacja prawnie chroniona]**, niestety klient wycofał się gdyż któryś z lokalnych dealerów zaproponował ten samochód oddając całą marżę i wyprzedaż i akcesoria w cenie. Grzecznie pytam czy tak powinna wyglądać sprzedaż?”¹²⁷, (ii) pozostali dystrybutorzy składali klientom oferty z zawyżonymi rabatami flotowymi, przykładowo wskazując w korespondencji do Kia Polska: „Rozumiem, że każdy chce sprzedać auto, ale myślałem że obowiązuje wspólna polityka flotowa wszystkich dealerów”¹²⁸.

- (528) Odnosząc się do zarzutu Marvel dotyczącego „zupełnie dowolnego” kształtowania kręgu adresatów decyzji, Prezes Urzędu wskazuje, że swoje stanowisko odnoszące się do doboru stron postępowania przedstawił w akapitach (465) i n. decyzji.

Zastrzeżenia zgłoszone przez Auto-Centrum I.M. Patecki i Autocentrum Patecki

- (529) W pismach przedstawiających stanowiska końcowe Auto-Centrum I.M. Patecki oraz Autocentrum Patecki podnieśli, że Obszary Odpowiedzialności nie stanowią obszarów wyłączności, na których jedynie przypisani dealerzy pojazdów marki Kia mogą prowadzić sprzedaż. Zdaniem przedsiębiorców dane sprzedażowe wskazują na to, że samochody są sprzedawane także poza wyznaczone WOA. Ponadto strony postępowania wskazały, że przedmiotowe postępowanie skierowane jest przeciwko niewielkiej części spośród dealerów pojazdów Kia, podczas gdy w ich ocenie ewentualny podział rynku powinien obejmować wszystkich dealerów marki – inaczej byłby nieskuteczny i nie wypełniałby swoich celów. Strony postępowania podniosły także, że przytoczone przez Prezesa Urzędu w kontekście porozumienia podziałowego wiadomości e-mail, stanowią w rzeczywistości przejaw doświadczenia i wiedzy sprzedawców oraz świadczą o „istnieniu konkurencji o klientów pomiędzy dealerami”. Przedsiębiorcy wskazali, że dealerzy nie mogą wymagać danych o miejscu zamieszkania od klientów i uzależniać od tychże danych sprzedaży pojazdów.

¹²⁵ Zob. akapit (362) decyzji.

¹²⁶ Zob. akapit (320) decyzji.

¹²⁷ Zob. akapit (328) decyzji.

¹²⁸ Zob. akapit (334) decyzji.

Ponadto w ocenie Auto-Centrum I.M. Patecki oraz Autocentrum Patecki wiadomości wysyłane pomiędzy dealerami nie świadczą o „dyscyplinowaniu” uczestników sieci i wymaganiu przestrzegania podziału terytorialnego, lecz stanowią przejaw konkurencji i dbałości o to, aby nie przyjęła ona nieuczciwego wymiaru. Zdaniem stron postępowania także monitorowanie przez Kia Polska sprzedaży, prowadzonej przez dealerów w Obszarach Odpowiedzialności miało na celu jedynie czynności o charakterze statystycznym. Przedsiębiorcy podnieśli ponadto, że w sprawie nie ma żadnych podstaw do stwierdzenia, że doszło do nielegalnego ustalania cen, ponieważ jakakolwiek zbieżność cen pomiędzy dealerami spowodowana jest charakterystyką rynku. Jak wskazali, Kia Polska oferuje dealerom takie same ceny zakupu pojazdów, w związku z czym ceny końcowe dla klientów ostatecznych mogą być niekiedy zbieżne pomiędzy dystrybutorami. Auto-Centrum I.M. Patecki i Autocentrum Patecki wskazali także, że brak jest przesłanek pozwalających na przyjęcie, że Kia Polska wywierała wpływ na poszczególnych dealerów przy ustalaniu cen, za które oferowane były pojazdy.

- (530) Odnosząc się do powyższych zastrzeżeń stron postępowania, Prezes Urzędu podtrzymuje swoje stanowisko wyrażone w akapitach (449) i (494) decyzji, w związku z zastrzeżeniami zgłoszonymi przez Kia Polska i Wadowskich, zgodnie z którym bez znaczenia dla oceny ograniczającego konkurencję wielostronnego porozumienia pozostaje okoliczność, że nie zawsze wszyscy jego uczestnicy będą w równym stopniu stosować się do pełni ustaleń. Fakt, że Auto-Centrum I.M. Patecki oraz Autocentrum Patecki sprzedawały pojazdy marki Kia także poza wyznaczony Obszar Odpowiedzialności nie wpływa na ocenę, że podmioty te były uczestnikami niedozwolonego porozumienia podziałowego i cenowego, na co wskazują dowody, opisane szczegółowo w pkt. 5 uzasadnienia decyzji.
- (531) Prezes Urzędu nie zgadza się z poglądem, jakoby Auto-Centrum I.M. Patecki i Autocentrum Patecki nie uczestniczyli w niedozwolonym porozumieniu, a zgromadzone przez Prezesa Urzędu dowody miały świadczyć jedynie o dbałości o konkurencję lub zbieżności cen ze względu na charakterystykę rynku. W tym miejscu warto wskazać, że przedstawiciele Autocentrum Patecki, odmawiając przedstawienia klientom oferty na pojazdy marki Kia, wprost wskazywali na to, że salon nie uczestniczy w konkursie ofert i nie przebija cen innych dealerów¹²⁹ lub informowali: „etyka sumienia nie pozwala nam wyrównać tej oferty”¹³⁰. Z kolei Auto-Centrum I.M. Patecki w swoich odpowiedziach do klientów informowało, że rabaty, udzielane na samochody marki Kia, są identyczne w całej sieci dealerskiej.¹³¹ Nie można także zgodzić się z poglądem stron postępowania, że dystrybutorzy rzekomo nie

¹²⁹ Zob. akapit (219) decyzji.

¹³⁰ Zob. akapit (218) decyzji.

¹³¹ Zob. akapity (222)-(224) decyzji.

uzależniali przygotowania oferty od miejsca zamieszkania bądź siedziby klienta – w wiadomości z grudnia 2013 r.¹³² przedstawiciel Auto-Centrum Patecki wskazał bowiem klientowi, że: „*W celu spersonalizowania oferty dla Pani proszę o informację z jakiej miejscowości wysyła Pani do nas prośbę o ofertę?*”, przesyłając jednocześnie kopię wiadomości na wspólny alias mailowy.

- (532) Odnosząc się do dalszych zastrzeżeń stron postępowania, Prezes Urzędu nie kwestionuje, że Kia Polska mogła analizować dane sprzedażowe także dla celów statystycznych i informacyjnych, należy jednak podkreślić, że istotą sprawy jest fakt, że organizator sieci dystrybucyjnej wywierał presję na zachowania rynkowe dealerów w zakresie sprzedaży pojazdów marki Kia. W tym kontekście można chociażby wskazać na następującą wiadomość e-mail¹³³ przedstawicieli Kia Polska, odnoszącą się do zagadnienia „wewnętrznej konkurencji”: „*jak zostaną złapani na podkupywaniu klientów, będziemy wyciągać daleko idące konsekwencje*”. Opisany szczegółowo w pkt. 5.1.3. oraz 5.2.3. uzasadnienia decyzji materiał dowodowy wskazuje na to, że Kia Polska czuwała nad tym, by dealerzy nie przedstawiali klientom atrakcyjniejszych cenowo ofert w stosunku do tych zaproponowanych przez innych dealerów, lub by na stronach internetowych nie publikowali cen niższych względem cen katalogowych. Uczestnicy sieci dystrybucyjnej byli kontrolowani w swoich działaniach na rynku przez przedstawicieli Kia Polska, składających wizyty w salonach¹³⁴ lub działających za pośrednictwem „tajemniczego klienta”¹³⁵. Należy przy tym podkreślić, że wiele interwencji Kia Polska następowało na skutek sygnałów pochodzących od innych dystrybutorów¹³⁶, nie można więc zgodzić się z poglądem Auto-Centrum I.M. Patecki oraz Autocentrum Patecki, że dealerzy nie „dyscyplinowali” pozostałych uczestników sieci dealerskiej.
- (533) Nawiązując zaś do zastrzeżeń stron postępowania w zakresie wszczęcia postępowania wobec części uczestników sieci dealerskiej, Prezes Urzędu podtrzymuje swoje stanowisko, wyrażone w akapitach (465) i (466) decyzji, zgodnie z którym Prezes Urzędu może dokonać doboru stron postępowania i ich liczby w zależności od okoliczności konkretnego przypadku, kierując się przede wszystkim potrzebą skutecznego położenia kresu naruszeniu przepisów ustawy.

Zastrzeżenia zgłoszone przez Landcar i pana Michała Krzewińskiego

- (534) Landcar i pan Michał Krzewiński podnieśli, że w sieci dealerskiej Kia Polska nie istniało jakiejkolwiek porozumienie cenowe, o czym ma świadczyć sposób redakcji wiadomości

¹³² Zob. akapit (128) decyzji.

¹³³ Zob. akapit (158) decyzji.

¹³⁴ Zob. akapity (292)-(295), (299) decyzji.

¹³⁵ Zob. akapit (302) decyzji.

¹³⁶ Zob. akapity (159)-(165), (282), (306), (317), (328), (335) decyzji.

mailowych, a także okoliczność, że pomimo tak formułowanych wiadomości dochodziło do sprzedaży pojazdów także poza WOA. Strony postępowania przedstawiły zestawienie sprzedaży pojazdów marki Kia poza WOA przez Landcar, co w ich ocenie jest potwierdzeniem tego, że podział WOA nie ma charakteru porozumienia cenowego, a jedynie podział geograficzny, mający na celu usprawnienie sposobu prowadzenia sprzedaży samochodów marki Kia.

- (535) Odnosząc się do powyższych zastrzeżeń Prezes Urzędu wskazuje, że porozumienie stwierdzone niniejszą decyzją polega zarówno na podziale rynku, jak i ustalaniu cen w odniesieniu do samochodów osobowych marki Kia. Prezes Urzędu w pkt. 5.2 uzasadnienia decyzji szczegółowo omówił zebrany w sprawie materiał dowodowy, wskazujący na istnienie porozumienia cenowego w sieci dealerskiej Kia Polska. W tym miejscu warto podkreślić, że wspólne działania rynkowe, podejmowane przez uczestników sieci w ramach porozumienia cenowego, były różnorodne i polegały m.in. na informowaniu klientów o jednolitej polityce cenowej w sieci dystrybucyjnej¹³⁷, ale także na stosowaniu rabatów maksymalnych¹³⁸, czy wystawiania ogłoszeń na portalach internetowych w cenach, które nie mogły być niższe od cen wskazanych w oficjalnym cenniku Kia Polska¹³⁹. Nie można więc zgodzić się ze stwierdzeniem, jakoby sprzedaż samochodów osobowych także poza wyznaczone Obszary Odpowiedzialności miała świadczyć o braku porozumienia cenowego. Na istnienie porozumienia cenowego w ramach sieci dystrybucyjnej Kia Polska wskazuje bowiem wiele innych wspólnych ustaleń co do zachowania na rynku przez dystrybutorów.
- (536) Prezes Urzędu podtrzymuje także swoje stanowisko, wyrażone w akapitach (449) i (494) decyzji w związku z zastrzeżeniami zgłoszonymi przez Kia Polska i Wadowskich, że przypadki sprzedaży samochodów osobowych poza WOA nie mają znaczenia dla ogólnej oceny istnienia porozumienia podziałowego. O wspólnych ustaleniach co do działania na rynku w zakresie podziału rynku świadczą dowody opisane w pkt. 5.1. uzasadnienia decyzji. Biorąc pod uwagę, że przedmiotowe postępowanie jest wielostronne i długotrwałe, mogły zdarzać się odstępstwa od realizacji wspólnych ustaleń, nie wpływa to jednak na ocenę faktu zawarcia porozumienia, mającego na celu ograniczenie konkurencji.
- (537) Odnosząc się zaś do zastrzeżenia stron postępowania, jakoby podział na WOA miał na celu jedynie usprawnienie sposobu prowadzenia sprzedaży samochodów osobowych marki Kia, Prezes Urzędu ponownie wskazuje na swoje stanowisko, wyrażone już w akapicie (446) decyzji, zgodnie z którym w przedmiotowym postępowaniu nie jest kwestionowana

¹³⁷ Zob. akapity (181)-(260), (329) decyzji.

¹³⁸ Zob. akapity (180), (263), (264), (266), (270), (276), (278)-(283), (286), (288)-(290), (293), (297), (303), (309), (310), (313), (323), (325), (327)-(329), (331), (333)-(335), (338), (339), (341)-(343), (345), (348), (357), (363), (367) decyzji.

¹³⁹ Zob. akapity (297)-(300), (305), (306), (310), (314), (315), (317)-(319), (327), (330), (332), (337), (340), (346), (347), (349), (351), (352), (354), (356), (358)-(360), (362), (364)-(366), (368), (372) decyzji.

okoliczność wprowadzenia podziału na WOA w sieci dystrybucyjnej Kia Polska w celu analizy pokrycia kraju pod względem potencjału sprzedażowego i marketingowego.

- (538) Prezes Urzędu nie podziela także zdania stron postępowania, jakoby sposób redakcji wiadomości e-mail, wysyłanych przez przedstawicieli Landcar do klientów i odsyłających do najbliższego dealera wskazywał jedynie na dbałość o minimalizację kosztów własnych klienta. W ocenie Landcar oraz pana Michała Krzewińskiego używane w tego typu korespondencji pojęcia jak „proponuję” oraz „zachęcam” świadczą o podjęciu próby obsłużenia klienta z jednoczesnym wskazaniem, że bardziej racjonalne i korzystniejsze ekonomicznie dla klienta będzie poszukiwanie dealera, którego siedziba znajduje się bliżej miejsca zamieszkania klienta. W ocenie Prezesa Urzędu wskazane przez strony postępowania sformułowania czy sposób redakcji wiadomości e-mail nie mają znaczenia, w sytuacji, gdy przedstawiciele Landcar jednocześnie zawierali w wiadomościach do klientów informacje o spójnej polityce cenowej¹⁴⁰ czy jednolitym cenniku oraz zasadach przyznawania rabatów w sieci¹⁴¹, a w szczególności gdy wprost komunikowali klientom: *„nasz salon nie uczestniczy w konkursach ofert”*¹⁴². Powyższe sformułowania wskazują na to, że Landcar odstępował od przygotowania oferty i polecał klientowi udanie się do najbliższego salonu nie ze względu na dbałość o interesy klienta, lecz by nie przedstawić korzystniejszej oferty od konkurenta.
- (539) Landcar oraz pan Michał Krzewiński podnieśli także, że przypadki odsyłania klientów do najbliższego dealera podyktowane były „nieopłacalnością” poświęcenia wysiłku i czasu na przygotowanie oferty, w sytuacji, w której klient rozesłał zapytania do wielu dystrybutorów. Strony postępowania wskazały także na względy marketingowe, rozumiane w ten sposób, że brak jakiegokolwiek odpowiedzi jest działaniem bardziej niepożądanym i negatywnie wpływającym na wizerunek dealera i całej sieci, niż zaproponowanie wizyty w lokalnym salonie sprzedaży. Prezes Urzędu w tym miejscu podtrzymuje swoje stanowisko, wyrażone już w akapicie (448) decyzji, zgodnie z którym odpowiedzialności za uczestnictwo w porozumieniu ograniczającym konkurencję nie wyłączają intencje, wewnętrzne motywacje przedsiębiorcy ani jego pracowników, które wskazują na inne powody podjęcia działań w ramach porozumienia, aniżeli ograniczenie konkurencji. Prezes Urzędu nie kwestionuje dbałości Landcar o wizerunek swojego przedsiębiorstwa, jaki i całej sieci, jednak działania te nie powinny być wynikiem porozumienia, mającego na celu ograniczenie konkurencji pomiędzy dealerami Kia Polska. Na uczestnictwo przez Landcar w takim porozumieniu wskazuje zgromadzony w sprawie materiał dowodowy. W tym miejscu można przytoczyć chociażby korespondencję pana Michała Krzewińskiego z panem Pawłem Białkowskim

¹⁴⁰ Zob. akapity (114)-(118) decyzji.

¹⁴¹ Zob. akapit (119) decyzji.

¹⁴² Zob. akapit (120) decyzji.

(Marvel) dotyczącą przedstawienia oferty przez Landcar oraz Marvel temu samemu klientowi, w której pan Michał Krzewiński wskazał na „*trzymanie się ustaleń*” przez Landcar oraz „*zaoferowanie ceny tożsamej z ceną Marvel*”¹⁴³. Wobec udziału Landcar w porozumieniu, którego celem było ograniczenie konkurencji, dla stwierdzenia odpowiedzialności spółki bez znaczenia pozostają inne motywacje pracowników przedsiębiorcy, takie jak brak czasu na sporządzenie oferty czy troska o wizerunek dealera.

- (540) W odniesieniu do zarzutów Landcar i pana Michała Krzewińskiego, że organ określił krąg podmiotów mających status strony w postępowaniu, w sposób dowolny i niepoparty materiałem dowodowym, Prezes Urzędu wskazuje, że szczegółowa argumentacja w tym zakresie została przedstawiona w akapitach (465)-(468) decyzji, w odniesieniu do spółki Kia Polska.

Zastrzeżenia zgłoszone przez panią Agnieszkę Adrjan

- (541) Pani Agnieszka Adrjan podniosła, że postępowanie zostało wszczęte jedynie wobec kilkunastu dealerów, przez co nie jest wiadome, jakie konkretnie podmioty miałyby być stronami porozumienia ograniczającego konkurencję. Ponadto pani Agnieszka Adrjan wskazała, że w latach 2013-2021 spółka prowadziła sprzedaż aut na terenie całego kraju, co wyklucza prawdziwość zarzutów Prezesa Urzędu związanych z uczestnictwem w nieformalnym porozumieniu o podziale rynku.
- (542) W odniesieniu do powyższych zarzutów Prezes Urzędu wskazuje, że przedstawił już swoje stanowisko dotyczące zakresu podmiotowego postępowania w akapitach (465)-(468) decyzji i w tym zakresie podtrzymuje swoje stanowisko. Odnosząc się zaś do zarzutów dotyczących sprzedaży samochodów osobowych marki Kia przez Wrobud także poza wyznaczone Obszary Odpowiedzialności, Prezes Urzędu podtrzymuje swoje twierdzenia, wyrażone w akapicie (449) decyzji, zgodnie z którymi sytuacje sprzedaży pojazdów poza wyznaczone WOA nie wpływają na ogólną ocenę zawartego porozumienia, które miało na celu ograniczenie konkurencji.

9.2. Zapobieżenie, ograniczenie lub zakłócenie konkurencji

Ramy prawne

- (543) Zakazy określone w art. 101 TFUE oraz art. 6 u.o.k.k. dotyczą porozumień, których celem lub skutkiem jest zapobieganie, ograniczenie lub zakłócenie konkurencji (prawo unijne) oraz wyeliminowanie, ograniczenie lub naruszenie konkurencji w inny sposób (prawo polskie).

¹⁴³ Zob. akapit (289) decyzji.

W powyższym kontekście należy stwierdzić, że zarówno Państwa Członkowskie, jak i ustawodawca przewidział alternatywną formę naruszeń („ze względu na cel” i „ze względu na skutek”) oraz zakaz stosowania praktyk, których dolegliwość może przejawiać różny poziom.

- (544) W przypadku, gdy analiza wskazuje, że celem (przedmiotem) określonego porozumienia jest zapobieżenie, ograniczenie lub zakłócenie konkurencji, nie jest konieczne badanie skutków porozumienia.¹⁴⁴ Do kategorii porozumień, których celem jest ograniczenie konkurencji, należy zaliczyć m.in. dzielenie rynku oraz ustalanie cen.¹⁴⁵ Ustalając, że konkretne porozumienie ograniczało konkurencję ze względu na cel należy wziąć pod uwagę treść jego postanowień, obiektywne cele, do osiągnięcia których zmierza, a także kontekst gospodarczy i prawny, w jaki porozumienie to się wpisuje.¹⁴⁶ Uwzględnienia prawnego i gospodarczego kontekstu porozumienia nie należy mylić z analizą wywieranych przez praktykę skutków lub prowadzeniem analizy właściwej dla stwierdzenia, że celem porozumienia jest ograniczenie konkurencji.¹⁴⁷ Jednocześnie, mimo że zamiar (cel subiektywny) stron nie stanowi koniecznej (samoistnej) przesłanki ustalenia antykonkurencyjnego charakteru porozumienia, nic nie stoi na przeszkodzie, aby element ten został uwzględniony przy stwierdzaniu takiego ograniczenia.¹⁴⁸ Porozumienie, którego celem jest ograniczenie konkurencji, nie przestaje być nielegalne z tego względu, że w konkretnym przypadku nie pociągnęło za sobą szkód.¹⁴⁹
- (545) Oceniając istnienie antykonkurencyjnej praktyki należy mieć na względzie, że za pośredni środek służący narzucaniu ceny odsprzedaży stanowiący najpoważniejsze ograniczenie konkurencji może być uznane narzucanie minimalnych cen reklamowych, które uniemożliwiają dystrybutorowi reklamowanie cen poniżej poziomu ustalonego przez dostawcę.¹⁵⁰

Zastosowanie prawa w niniejszej sprawie

- (546) Prezes Urzędu uznał, że działania Kia Polska oraz wskazanych w sentencji dealerów Kia Polska miały za swój przedmiot (cel) zapobieżenie, ograniczenie lub zakłócenie konkurencji

¹⁴⁴ Wyrok Trybunału Sprawiedliwości z 11 września 2014 r. w sprawie C-67/13 P, *Groupement des cartes bancaires*, EU:C:2014:2204, akapit 49.

¹⁴⁵ Wyrok Trybunału Sprawiedliwości z 19 grudnia 2013 r. w sprawie C-239/11 P, *Siemens*, EU:C:2013:866, akapit 218; wyrok Sądu Pierwszej Instancji z 9 lipca 2003 r. w sprawie T-224/00, *Archer Daniels Midland*, EU:T:2003:195, akapit 117-120.

¹⁴⁶ Wyrok Trybunału Sprawiedliwości z 29 czerwca 2023 r. w sprawie C-211/22, *Super Bock Bebidas*, EU:C:2023:529, akapit 35.

¹⁴⁷ Por. wyrok Trybunału Sprawiedliwości z 11 września 2014 r. w sprawie C-67/13 P, *Groupement des cartes bancaires*, EU:C:2014:2204, akapit 81-83.

¹⁴⁸ Wyrok Trybunału Sprawiedliwości z 4 czerwca 2009 r. w sprawie C-8/08, *T-Mobile Netherlands*, EU:C:2009:343, akapit 27.

¹⁴⁹ Por. opinię Rzecznik Generalnej J. Kokott z 19 lutego 2009 r. do sprawy C-8/08, *T-Mobile Netherlands*, akapit 45-47.

¹⁵⁰ Por. np. Komunikat Komisji – Wytoczne w sprawie ograniczeń wertykalnych (Dz. Urz. UE z 2022 nr C 248, s. 18), akapit 187.

na rynku. Działania te polegały na dokonywaniu ustaleń dotyczących sposobu kształtowania cen odsprzedaży samochodów marki Kia oraz ustaleń podziałowych.

- (547) Ustalenia co do konieczności stosowania cen, jakie dystrybutorzy powinni stosować przy sprzedaży samochodów osobowych marki Kia odpowiadają charakterowi porozumień cenowych, o których mowa w art. 101 ust. 1 lit. a TFUE oraz art. 6 ust. 1 pkt 1 u.o.k.k. i których celem jest ograniczenie konkurencji.
- (548) Konkurencja o charakterze cenowym pomiędzy dealerami Kia Polska, w której dealerzy mogli m.in. obniżać ceny odsprzedaży, została zastąpiona systemem, w którym ceny samochodów miały być na minimalnym poziomie. Kia Polska monitorowała rynek i interweniowała wobec podmiotów, które nie stosowały się do podjętych ustaleń cenowych. W ten sposób między dealerami Kia Polska zmniejszeniu ulegała niepewność co do cen na rynku będąca naturalnym elementem rywalizacji rynkowej. Uczestnicy sieci dealerskiej mieli świadomość, że obniżenie przez ich konkurentów cen poniżej ustalonego poziomu spotka się z reakcją ze strony Kia Polska, w związku z czym działali w warunkach mniejszej niepewności co do zachowań konkurentów, mogąc z wysokim prawdopodobieństwem zakładać, że nie będą oni stosować cen niższych niż ustalone. W takich warunkach dealerzy Kia Polska nie konkurowali pomiędzy sobą ceną samochodów marki Kia poprzez obniżanie cen odsprzedaży, co mogło mieć negatywny wpływ na konsumentów, niemogących czerpać korzyści z konkurencji cenowej pomiędzy dealerami.
- (549) Również ustalenia podziałowe służyły temu samemu celowi w postaci ograniczenia konkurencji między dealerami. W ich ramach strony porozumienia dążyły do tego, aby klienci kupowali samochody osobowe jedynie od „lokalnych dealerów”, tj. dystrybutorów prowadzących salony sprzedaży w najbliższej okolicy miejsca zamieszkania lub siedziby klienta. W odpowiedzi na zapytania ofertowe klientów z innych regionów Polski, dealerzy odstępowali od ofertowania i kierowali potencjalnych kupców do ich lokalnych salonów sprzedaży. W ten sposób ryzyko konkurencji cenowej między dealerami zostało znacznie zminimalizowane. Istotą takiego działania było więc przejście od stanu, w którym konkurent jest naturalnym rywalem rynkowym, do stanu, w którym konkurent przestaje stanowić zagrożenie, stanowi mniejsze zagrożenie lub wręcz udziela aktywnego wsparcia w dochodzeniu do wspólnego celu.
- (550) Jakkolwiek subiektywny cel przedsiębiorstw nie stanowi okoliczności niezbędnej ani decydującej samodzielnie o tym, czy celem naruszenia było ograniczenie konkurencji to w zgromadzonym materialnie dowodowym znajdują się dowody wskazujące na intencję Kia Polska do stworzenia systemu, w którym dealerzy będą mieli ograniczoną swobodę kształtowania swojej polityki cenowej. Przykładowo świadczą o tym fragmenty następujących

wiadomości mailowych pochodzących z wewnątrz Kia Polska: **(i)** „Jeżeli masz takie słuchy, że [informacja prawnie chroniona] [dealer [informacja prawnie chroniona] – UOKiK] robi ceny po bandzie to przydałoby się dać im pałą w łeb” [akapity (163), (361) decyzji], **(ii)** „Okazuje się że [informacja prawnie chroniona] mimo wielu, próśb i upomnień wciąż sprzedaje auta mocno zaniżając ich ceny. Podczas mojej ostatniej wizyty u niego w dniu 12 września omówiłem ten temat z praktycznie całym personelem salonu oraz [informacja prawnie chroniona]. Dokładnie uzasadniłem im i wyjaśniłem dlaczego nie powinni tak robić, jakie negatywne skutki to ciągnie. Obiecali że już nigdy tego nie zrobią i że nie zdawali sobie z tego sprawy. Jak widać w dalszym ciągu to robią i wciąż chcą udowodnić że są cwańsi od innych.” [akapit (363) decyzji], **(iii)** „Uważam iż powinniśmy rozwiązać problem tego dealera definitywnie. Nie wykazuje on chęci zrozumienia ani utożsamienia się z naszą siecią sprzedaży. Thumaczyłem mu że będzie pod stałym nadzorem i że będziemy sprawdzać każdy sygnał o jego fenomenalnych ofertach.” [akapit (363) decyzji], **(iv)** „Proszę o daleko idącą ostrożność w prowadzeniu takich korespondencji i rozmów przez zoom’a, aby nie było cienia wątpliwości, że nie wpływamy na ostateczną cenę oferty. Absolutnie nie może być rozmów o jakiegokolwiek regulacji – tak jak napisałeś – ponad to co jest napisane w biuletynie flotowym (...).” [akapit (331) decyzji].

- (551) W przypadku kiedy dealer Kia Polska nie stosował się do obowiązujących ustaleń, pracownicy Kia Polska poszukiwali zgodnej z prawem podstawy do wykluczenia go z grona dealerów, tak aby oficjalnie powodem zerwania z nim współpracy nie była kwestia niestosowania się do ustaleń porozumienia. Na powyższe wskazuje korespondencja z wewnątrz Kia Polska, w której w odniesieniu do braku współpracy ze strony jednego z dealerów, pracownik Kia Polska wskazał: „Robi burdel na rynku i śmieje się wszystkim w twarz a porozumienie ma w d...e.” [akapit (373) decyzji]. Inny przedstawiciel Kia Polska zaproponował następujące rozwiązanie powyższej sytuacji: „Podstaw mu pośrednika, który kupi u niego samochody i zacznie je ofertować i za to go łupniemy ☺”.

- (552) Na rozpatrywane w przedmiotowej sprawie naruszenie składa się również ustalenie minimalnych cen, jakie dealerzy Kia Polska mogli zamieszczać w ofertach sprzedaży samochodów marki Kia na internetowych portalach, gdzie publikuje się ogłoszenia motoryzacyjne [akapity (297)-(300), (305), (306), (310), (314), (315), (317)-(319), (327), (330), (332), (337), (340), (346), (347), (349), (351), (352), (354), (356), (358)-(360), (362), (364)-(366), (368), (372) decyzji]. Zgodnie z ustaleniami obowiązującymi w sieci dealerskiej, dealerzy Kia Polska nie mogli publikować ogłoszeń z cenami niższymi niż te wynikające z oficjalnego cennika Kia Polska, co w sposób pośredni ograniczało dealerom Kia Polska prawo ustalania cen odsprzedaży samochodów marki Kia, a w konsekwencji sprzyjało utrzymaniu

wewnątrz sieci dealerskiej Kia Polska minimalnych cen [por. akapit (435) decyzji]. Tego typu ustalenia stanowią pośrednie narzucanie cen odsprzedaży [akapit (545) decyzji].

- (553) Zebrany w sprawie materiał dowodowy potwierdza, że Kia Polska podejmowała również szereg własnych działań mających na celu zdyscyplinowanie dealerów i zapobieganie zaniżaniu cen odsprzedaży samochodów marki Kia. Przykładowo Kia Polska przeprowadzała interwencje u dealerów w celu doprowadzenia do zmian cen w ofertach dystrybutorów [akapity (305), (306), (317), (331), (335), (337)-(363), (365)-(368), (370), (372), (373) decyzji], informowała o możliwych negatywnych konsekwencjach nierespektowania wspólnych ustaleń, takich jak utrata **[informacja prawnie chroniona]** [akapity (350), (372), (373) decyzji], czy rozwiązanie umowy dealerskiej [akapit (373) decyzji].
- (554) Materiał zebrany w sprawie zawiera również dowody wskazujące na motywację dealerów Kia Polska do trzymania się ustalonej polityki cenowej. Celem porozumienia pomiędzy Kia Polska a dealerami było zatem zastąpienie konkurencji cenowej między dealerami Kia Polska systemem, w którym obowiązywały ustalone ceny minimalne, dające możliwość wszystkim dystrybutorom – uczestnikom porozumienia, sprzedaży samochodów marki Kia z określoną marżą. Na powyższe wskazują następujące fragmenty wiadomości wymieniane wewnątrz sieci dealerskiej: **(i)** „*Nie ma to jak zaoferować Cee'da business Line **[informacja prawnie chroniona]** % marży!!! Na dokładkę z nieswojego rejonu i wszystko na telefon!!! Gdzie ustalenia o niewchodzeniu sobie na rynki? Gdzie próba sprzedaży z maksymalizacją zysku, o którym tyle mówiono podczas spotkania półrocznego, które się wczoraj zakończyło??? Nic, tylko pogratulować... ☺*” [akapit (266) decyzji], **(ii)** „*Klient poinformował mnie, że wysłał zapytania również do innych salonów KIA, w związku z tym, iż sprzedawałam tej firmie samochody bardzo proszę o lojalność i (nie) przebijanie ofert*” [akapit (267) decyzji], **(iii)** „*(...) Właśnie straciliśmy Klienta z Łodzi...za **[informacja prawnie chroniona]** zł też przejechałabym się do plocka...tylko pytam po cholere strzelać sobie w kolano i psuć rynek ! Może wszyscy dokładajmy do interesu ?!*” [akapit (271) decyzji], **(iv)** „*KTOŚ ODDAŁ MARŻE I **[informacja prawnie chroniona]** POGRATULOWAĆ DO MNIE DOSZŁO TO SAMO DRAMAT MARKI ☺*” [akapit (272) decyzji], **(v)** „*Dziadostwo! W momencie, gdy samochody się kończą powinniśmy je sprzedawać, a nie rozdawać... (...) Katalogowo oferują diesla w cenie benzyny??? I jeszcze chcą negocjować!!! Ludzie! Opamiętajcie się! Zamiast wykorzystać fakt, że już się kończy produkcja to sobie sami wyciągamy kasę z portfeli! Nie klienci nam, tylko my sami sobie!!! Może lepiej ogłoszenie zatytułować: oddam w dobre ręce, za darmo? Odnosząc się do tytułu ogłoszenia: szanse tracimy... my... żeby zarobić pieniądze!!! Róbmy wszyscy tak dalej to z czasem będzie nas mniej coraz... handlowców branży moto!*” [akapit (269) decyzji], **(vi)** „*Znam takie [salony sprzedaży dealerów Kia Polska – UOKiK], które udzielają **[informacja prawnie chroniona]** % rabatu na Sportage. Rabat nazywa się*

«kto mi zabroni?», albo «lubię swoją pracę, dlatego mogę ją robić za darmo» :)” [akapit (278) decyzji], (vii) „Gratulacje dla salonu, który sprzedał klientowi samochód z rabatem [informacja prawnie chroniona] % [informacja prawnie chroniona] w cenie. Bardzo miło było poznać klienta, zainwestować swój czas w jazdy próbne, składanie wniosków itp...” wraz z odpowiedzią: „Centrala powinna takim baranom obowiązkowo nakazać powieszenia banneru «Caritas KIA»” [akapit (276) decyzji], (viii) „Wiem że świat staje dęba Ale serio koledzy chodź serio nimi nie jesteście! jak można dać na nowe Sorento rabat [informacja prawnie chroniona] % (full) za takie akcje powinno tracić się licencje. Gdzie poczucie wartości marki ??? praca za [informacja prawnie chroniona]? Wstyd !!! Zabraliście mi klienta za zero zysku śmiech na sali czekam aż Częstochowa będzie dopłacać po [informacja prawnie chroniona] zł za samochód . Wybaczcie rozgoryczenie ale nie mam siły do handlowców którzy jedyne co w walce o klienta potrafią to zbić cenę do zera. Nie pozdrawiam Częstochowy.” wraz z odpowiedzią: „To gratuluję – nie wiedziałem, że Nowe Sorento Sprzedajemy za tzw. „0”, auto na którym można zarobić to „ściągacie gacie” – działanie na niekorzyść marki i sieci.” [akapit (280) decyzji], (ix) „Witajcie. Myślę że do większości z Was dzwonił już Pan Paweł C w poszukiwaniu RIO Niestety, widzę że nie każdy stosuje się do rabatu przyznanego ogólnie na [informacja prawnie chroniona] %, a daje jeszcze coś ekstra... Naprawdę nie chcecie zarabiać ? ☹” [akapit (281) decyzji], (x) „Kraków, nie róbcie przez telefon ceny na Sportage Black 1.6 TGDI 177KM + METALIK NA 1 OS. DZIAŁALNOŚĆ [informacja prawnie chroniona] zł!!!!!!! Cennik – [informacja prawnie chroniona] zł, [informacja prawnie chroniona], Oddajecie pełną marżę i [informacja prawnie chroniona]?!” [akapit (282) decyzji], (xi) „Piotrze miałam przyjęte zamówienie na KIA VENGA od klienta (...), niestety klient wycofał się gdyż któryś z lokalnych dealerów zaproponował ten samochód oddając całą marżę i wyprzedaż i akcesoria w cenie. Grzecznie pytam czy tak powinna wyglądać sprzedaż?” [akapit (328) decyzji], (xii) „Mamy zarabiać, nie robić sobie wewnętrznej konkurencji.” [akapit (357) decyzji].

- (555) Prezes Urzędu jest w posiadaniu korespondencji dotyczącej podziału rynku wskazującej jednoznacznie na to, że strony porozumienia zmierzały swoim działaniem do ograniczenia konkurencji, a tym samym również w tym aspekcie rozpatrywanego naruszenia, celem działań stron było zniekształcenie konkurencji. Przykładowo, opiekun handlowy dealera [informacja prawnie chroniona], po otrzymaniu skarg na naruszenia ustaleń podziałowych przez tego dystrybutora, podjął stosowną interwencję, wskazując przy tym, że dealerzy „Mają sprzedawać w WOA!!!” [akapit (154) decyzji]. Gdy inny opiekun regionalny streszczał swojemu przełożonemu przebieg wizyty w salonie sprzedaży jednego z dealerów, wskazał na poruszenie wątku trzymania się ustaleń podziałowych: „(...) przegadaliśmy również temat sprzedaży poza region – pokłócie akcji z [informacja prawnie chroniona]. Przypomniałem

*że, obserwujemy. Mają świadomość, twierdza że, kontrolują sytuację” [akapit (157) decyzji]. Na intencję Kia Polska w zakresie wprowadzenia ustaleń podziałowych w celu ograniczenia konkurencji cenowej pomiędzy dealerami, wskazuje także następująca wiadomość kierownika regionalnego z Kia Polska: „Mam temat, klient z Jarosławia. Dostał ofertę w **[informacja prawnie chroniona]** [dealer **[informacja prawnie chroniona]** – UOKiK] z gaciami założonymi na głowę. Wyciągnęli klienta z regionu bez mydła” [akapit (163) decyzji].*

- (556) Prezes Urzędu dysponuje także dowodami wskazującymi, że dealerzy Kia Polska akceptowali ustalenia podziałowe, a oferowanie przez nich samochodów osobowych klientom spoza granic ich Obszaru Odpowiedzialności spotykało się z wyrazami dezaprobaty sieci dealerskiej. Przykładowo można wskazać na następujące fragmenty wypowiedzi dystrybutorów, skierowane do zwracających się do nich klientów: **(i)** „nie będziemy też w stanie przebić oferty którą Pan otrzymał od dealera z Trójmiasta, ponieważ wszyscy dealerzy mają te same możliwości rabatowania. Dlatego zachęcam Pana do skorzystania z oferty w swoim mieście” [akapit (99) decyzji], **(ii)** „Oferta, którą Pani dostała, jest zgodna z polityką rabatową KIA MOTORS POLSKA, obowiązującą u wszystkich dealerów marki KIA. Zapraszam zatem do lokalnego dealera celem finalizacji zakupu auta” [akapit (100) decyzji], **(iii)** „Zważywszy na fakt, że przesłali Państwo formularz flotowy przygotowany przez dealera **[informacja prawnie chroniona]** odstępujemy od przygotowania oferty. Szanujemy pracę innych a warunki, które będziemy mogli zaproponować nie będą różniły się” [akapit (109) decyzji], **(iv)** „wycofuję się z propozycji przygotowania oferty [po otrzymaniu informacji, że klient jest w kontakcie z salonami sprzedaży w całym kraju – UOKiK], ponieważ nie będzie ona odbiegać od standardowej oferty z rabatem **[informacja prawnie chroniona]** % **[informacja prawnie chroniona]**. Zachęcam do kontaktu z lokalnymi dealerami Kia” [akapit (95) decyzji], **(v)** „Panie Bartłomieju,... nie tędy droga... Polecam ofertę kolegów z Łodzi” [akapit (136) decyzji], **(vi)** „Ponieważ nie bierzemy udziału w konkursie ofert sugeruję, aby udał się Pan do najbliższego Panu Autoryzowanego punktu sprzedaży marki KIA, gdzie z pewnością zostanie Panu przedstawiona bardzo dobra oferta” [akapit (140) decyzji], **(vii)** „Zapraszam do najbliższego Dealera Kia od miejsca Pana zamieszkania, na pewno postara się zrobić najlepszą możliwą ofertę dla klienta ze swojego regionu” [akapit (135) decyzji], **(viii)** „Dziękuję za złożenie zapytania. Polecam jednak dealerów zlokalizowanych bliżej Pana firmy. Szczególnie dealera **[informacja prawnie chroniona]**” [akapit (88) decyzji], **(ix)** „Ze względu na spójną politykę cenową w sieci dealerskiej KIA proponuję odwiedzić salon najbliższy Pana miejsca zamieszkania” [akapit (115) decyzji]. O motywacji dealerów, uczestniczących w porozumieniu podziałowym, świadczą także wypowiedzi dystrybutora, skierowane do dealerów, którzy nie przestrzegali powyższych ustaleń: **(i)** „z łaski swojej proszę przestańcie na słowo Piła podkradać nam klientów, zwłaszcza tych nad którymi pracuje się od kilku

miesiący!!!” [akapit (66) decyzji], **(ii)** „Czemu ofertujecie klientów z naszego terenu? Właśnie dostałem od naszego klienta informacje, że dostał ofertę od Was. Miało nie być wcinana się sobie nawzajem w rynki” [akapit (70) decyzji], **(iii)** „Niestety kolejny raz okazuje się, że «wcinacie się» na nasze podwórko i to z dumpingową ceną auta” [akapit (71) decyzji], **(iv)** „Gdzie w tym wszystkim są słowa o konieczności generowania zysku na sprzedawanych autach i nie wchodzenie na sąsiednie rynki innym dealerom w parę?” [akapit (162) decyzji].

- (557) Kia Polska starała się postępować ostrożnie, tak, aby ewentualne dowody wskazywały jedynie na uczestnictwo w porozumieniu dealerów Kia Polska, przy jednoczesnym zachowaniu w poufności swojej roli w ustaleniach. W przypadku kiedy pracownicy Kia Polska zauważali, że wymiana korespondencji pomiędzy dealerami za pośrednictwem wspólnego aliasu pocztowego wprost porusza kwestię przyjętych ustaleń, komentowali, że skarżący „*Pod uokik się pcha*” [akapit (376) decyzji]. Ponadto przedstawiciele Kia Polska zachęcali dealerów do bezpośredniej komunikacji w ramach sieci dealerskiej Kia Polska [akapity (282), (348), (370) decyzji]. Choć Kia Polska starała się nie ujawniać swojego udziału w uzgodnieniach, to dealerzy mieli świadomość, że nieformalne porozumienie przewiduje stałą obserwację realizacji jego postanowień przez Kia Polska, a oni mają możliwość raportowania przypadków niesubordynacji [akapit (165) decyzji]. Monitorowanie sprzedaży dealerów odbywało się również w czasie cyklicznych wizyt u dealerów [akapity (155)-(158), (292)-(299) decyzji].
- (558) Mając na względzie powyższe Prezes Urzędu uznał, że celem stwierdzanego porozumienia było ograniczenie konkurencji, a przedmiotowe naruszenie wchodzi w zakres zakazów, o których mowa w art. 101 ust. 1 lit. a i c TFUE oraz art. 6 ust. 1 pkt 1 i 3 u.o.k.k.

9.3. Jednolite i ciągle naruszenie

Ramy prawne

- (559) Naruszenia art. 101 TFUE wynikają z koordynacji między dwoma lub więcej przedsiębiorstwami, które są współsprawcami naruszenia, ale których uczestnictwo w naruszeniu może przyjmować różne formy, w szczególności w związku z charakterem rynku, którego dotyczy to naruszenie, pozycją przedsiębiorstw na rynku, zamierzonych celów naruszenia oraz zastosowanych lub przewidzianych środków jego realizacji.¹⁵¹ W konsekwencji naruszenie takie może wynikać nie tylko z pojedynczego działania, ale również z serii działań lub działania o charakterze ciągłym, nawet jeżeli jeden lub kilka aspektów tego rodzaju działań mogłyby same w sobie i w oderwaniu od innych działań,

¹⁵¹ Wyrok Trybunału Sprawiedliwości z 8 lipca 1999 r. w sprawie C-49/92 P, *Anic Participazioni*, EU:C:1999:356, akapit 79.

stanowić naruszenie tego przepisu.¹⁵² Innymi słowy możliwe jest uznanie, że kilka działań lub działanie ciągle stanowi samo w sobie (w całości) naruszenie reguł konkurencji, nawet jeżeli jego poszczególne elementy mogłyby stanowić odrębne naruszenia i stać się przedmiotem odrębnych postępowań. Nie jest przy tym konieczne, aby każde działanie składające się na jednolite i ciągle naruszenie stanowiło samodzielne naruszenie.¹⁵³

- (560) Jeżeli przedsiębiorstwo uczestniczyło w jednolitym i ciągłym naruszeniu poprzez własne zachowanie, które stanowiło porozumienie i które przyczyniało się do realizacji naruszenia jako całości, to możliwe jest przypisanie mu odpowiedzialności za całość naruszenia w odniesieniu do okresu, w którym uczestniczyło w tym naruszeniu.¹⁵⁴ Powyższe ma miejsce, gdy przedsiębiorstwo zamierzało własnym zachowaniem przyczynić się do realizacji celów naruszenia, a zarazem znało działania planowane lub wdrażane przez innych uczestników naruszenia lub mogło je przewidzieć.¹⁵⁵ W każdym razie jednak przedsiębiorstwo ponosi odpowiedzialność za tę część naruszenia, w której uczestniczyło.¹⁵⁶
- (561) Mając na względzie zasadniczą równowagę art. 6 u.o.k.k. oraz art. 101 TFUE należy stwierdzić, że koncepcja jednolitego i ciągłego naruszenia znajduje zastosowanie również w prawie polskim.

Zastosowanie prawa w niniejszej sprawie

- (562) Prezes Urzędu uznał, że ustalenia, o których mowa w pkt. 5 uzasadnienia decyzji, stanowiły jednolite i ciągle naruszenie, którego istotą było ograniczenie konkurencji między dystrybutorami Kia Polska w zakresie kształtowania działań rynkowych dotyczących sprzedaży samochodów osobowych marki Kia. Naruszenie to trwało nieprzerwanie od najpóźniej stycznia 2013 r. do przynajmniej 11 maja 2021 r.
- (563) Zdaniem Prezesa Urzędu na rozpatrywane w przedmiotowej sprawie naruszenie składały się zachowania przedsiębiorców polegające zarówno na ustalaniu cen, jak i na podziale rynku, którym przyświecał wspólny cel w postaci ograniczenia konkurencji między dealerami samochodów Kia Polska poprzez uniemożliwianie lub utrudnianie dealerom konkurowanie ceną z innymi członkami sieci dystrybucji. Współpraca pomiędzy tymi podmiotami stworzyła

¹⁵² Wyrok Trybunału Sprawiedliwości z 8 lipca 1999 r. w sprawie C-49/92 P, *Anic Participazioni*, EU:C:1999:356, akapit 81; wyrok Trybunału Sprawiedliwości z 24 czerwca 2015 r. w sprawach połączonych C-293/13 P oraz C-294/13 P, *Fresh Del Monte*, EU:C:2015:416, akapit 156.

¹⁵³ Wyrok Trybunału Sprawiedliwości z 1 lipca 2010 r. w sprawie C-407/08 P, *Knauf Gips*, EU:C:2010:389, akapit 48.

¹⁵⁴ Wyrok Trybunału Sprawiedliwości z 24 czerwca 2015 r. w sprawach połączonych C-293/13 P oraz C-294/13 P, *Fresh Del Monte*, EU:C:2015:416, akapit 157.

¹⁵⁵ Wyrok Trybunału Sprawiedliwości z 8 lipca 1999 r. w sprawie C-49/92 P, *Anic Participazioni*, EU:C:1999:356, akapit 87; Wyrok Trybunału Sprawiedliwości z 7 stycznia 2004 r. w sprawach połączonych C-204/00 P, C-205/00 P, C-211/00 P, C-213/00 P, C-217/00 P oraz C-219/00 P, *Aalborg*, akapit 83.

¹⁵⁶ Wyrok Trybunału Sprawiedliwości z 24 czerwca 2015 r. w sprawach połączonych C-293/13 P oraz C-294/13 P, *Fresh Del Monte*, EU:C:2015:416, akapit 159.

system kooperacji, mający na celu koordynację zachowań rynkowych stron i zwiększenie ich przewagi kosztem kontrahentów.

- (564) Przedmiotowe naruszenie trwało od najpóźniej stycznia 2013 r., co potwierdza najwcześniejszy zidentyfikowany dowód wskazujący na istnienie podziału rynku, pochodzący z 7 stycznia 2013 r. [akapit (75) decyzji]. Ponadto jak wynika z materiału dowodowego, ustalenia cenowe w przedmiocie stosowania cen minimalnych odprzedaży samochodów marki Kia funkcjonowały od najpóźniej lutego 2013 r., co potwierdza pierwszy dowód z 20 lutego 2013 r. [akapit (305) decyzji]. Ustalenia w zakresie podziału rynku, jak i stosowania cen, obowiązywały nieprzerwanie przez cały okres trwania praktyki w latach 2013-2021 w niemalże niezminionej formie i dotyczyły wszystkich uczestników sieci dealerskiej Kia Polska.
- (565) Prezes Urzędu również uznał, że uczestnicy naruszenia byli w pełni świadomi zakresu podmiotowego naruszenia. Innymi słowy, Kia Polska i każdy dealer Kia Polska miał świadomość uczestnictwa w porozumieniu wszystkich pozostałych dealerów i Kia Polska. Prezes Urzędu posiada dowody wskazujące, że uzgodnienia czynione za pośrednictwem korespondencji mailowej odbywały się z bardzo dużą częstotliwością, bliską codziennym kontaktom między uczestnikami naruszenia. Korespondencja wymieniana przez nich za pośrednictwem aliasu pocztowego „sprzedaz.dealer@kiamotors.pl” służyła koordynacji działań między dealerami Kia Polska.
- (566) Ponadto w sieci dealerskiej funkcjonowały cykliczne spotkania z dealerami mające na celu podsumowanie bieżącej sytuacji w sieci dealerskiej Kia Polska, a także indywidualne spotkania z poszczególnymi dealerami w ich salonach sprzedaży [akapity (291)-(295), (299) decyzji]. Na spotkaniach Kia Polska z jej dystrybutorami, przedstawiciele Kia Polska informowali obecnych na spotkaniu dealerów o bieżącej sytuacji rynkowej, w tym o przyjętych ustaleniach dotyczących odsprzedaży samochodów marki Kia, jak również zasadach podziału rynku.
- (567) W ramach ustaleń Kia Polska m.in. informowała dealerów o obowiązującej polityce cenowej, nakazie przestrzegania zasady rejonizacji oraz możliwych konsekwencjach nieprzestrzegania obowiązujących reguł [akapity (155)-(158), (350), (251), (371)-(373) decyzji]. Dodatkowo jak wynika z materiału dowodowego dealerzy Kia Polska, sami w korespondencji prowadzonej między sobą oraz za pośrednictwem wspólnego adresu e-mail, prosili dealerów „o lojalność i (nie) przebijanie ofert” [akapit (267) decyzji], „o nie zaniżanie ceny samochodu” [akapit (268) decyzji], przypominali o tym również, że „miało nie być wcinania się sobie nawzajem w rynki” [akapit (67) decyzji] lub wskazywali, aby weryfikować, z jakiego rejonu pochodzi klient zwracający się po ofertę: „ma firmę, to czemu nie sprawdziłeś skąd jest? Po NIPie

można to sprawdzić i nie trzeba być tu cytat: «Wróżbitą Maciejem»” [akapit (65) decyzji]. Materiał dowodowy omówiony w pkt. 5 uzasadnienia decyzji obejmuje wiadomości e-mail, które wprost wskazują, że Kia Polska obserwowała wymianę informacji pomiędzy dealerami i miała świadomość, że uczestnicy sieci dealerskiej stosują się do przyjętych ustaleń [akapity (70), (73) decyzji]. Okoliczność tę potwierdzają również skargi zgłaszane przez dealerów do Kia Polska oraz innych dealerów dotyczące nieprzestrzegania ustaleń przez innych dystrybutorów. W zgłaszanych skargach dealerzy formułowali następujące żądania: „*zablokowanie tego klienta i interwencję*” [akapit (164) decyzji], „*zapoznani się z ofertą i stosowną reakcję*” [akapit (326) decyzji], „*wyjaśnienie sprawy względem potencjalnego nieuczciwego dealera KIA*” [akapit (329) decyzji], „*interwencję u wszystkich Dealerów*” [akapit (359) decyzji]. Tym samym wszyscy uczestnicy naruszenia byli w pełni świadomi, że porozumienie dotyczy całej sieci dealerskiej i zdawali sobie sprawę z całego zakresu podmiotowego naruszenia.

- (568) W odniesieniu do ciągłości naruszenia należy stwierdzić, że poza regularnością kontaktów, która wynika z opisu przedstawionego w pkt. 5 uzasadnienia decyzji, uczestnicy naruszenia stale monitorowali przestrzeganie zawartych ustaleń. Monitorowanie umożliwiały m.in. informacje przekazywane przez dystrybutorów do Kia Polska o przypadkach niestosowania się do ustaleń cenowych przez dealerów. W takich sytuacjach, Kia Polska kontaktowała się z dystrybutorem w celu skłonienia go do zmiany ceny [akapity (337)-(359) decyzji], zdjęcia ogłoszenia opublikowanego na portalu [akapit (346), (353) decyzji] lub przewidywała środki odwetowe w postaci odbierania **[informacja prawnie chroniona]** na zakup samochodów osobowych od Kia Polska [akapity (372), (373) decyzji]. W zakresie ustaleń podziałowych, monitorowanie to przyjmowało w szczególności formę bieżącego obserwowania, czy dealerzy sprzedają samochody osobowe w granicach swojego Obszaru Odpowiedzialności, a w przypadku ustalenia, że sprzedają pojazdy marki Kia także poza wyznaczonym rejonem, podejmowano kontakt z dealerem w celu zdyscyplinowania go [akapity (155), (159) decyzji]. W skrajnych przypadkach pojawiały się propozycje rozwiązania współpracy z dystrybutorem [akapit (156) decyzji].
- (569) Poszczególni dealerzy Kia Polska monitorowali respektowanie ustaleń również wewnątrz własnej organizacji. Poszczególni przełożeni pilnowali, aby podlegli im handlowcy nie naruszali uzgodnień cenowych i podziałowych. Materiał dowodowy obejmuje przykładową, opisaną wcześniej wiadomość e-mail ze stycznia 2021 r., w której pracownik AS Motors otrzymał od przełożonego polecenie przygotowania odpowiedzi na prośbę klienta o przedstawienie wyceny: „*odpisz proszę że nie mamy wozów i nie przebijamy ofert – grzecznie rzecz jasna*” [akapit (216) decyzji]. W innym z opisanych w pkt. 5 uzasadnienia decyzji przypadków, w reakcji na działania monitorujące podjęte przez pracownika Kia

Polska, przedstawiciel jednego z dealerów wskazał w wiadomości e-mail: „*Staram się, i moi pracownicy też, wyliczać rzetelnie auta, szczególnie w ogłoszeniach po naszych ostatnich rozmowach, gdzie zwróciłeś uwagę co do cen*” [akapit (347) decyzji].

- (570) Mając na względzie Prezes Urzędu uznał, że naruszenie trwało nieprzerwanie od najpóźniej stycznia 2013 r. do przynajmniej 11 maja 2021 r. i obejmowało ustalanie cen (art. 101 ust. 1 lit. a TFUE oraz art. 6 ust. 1 pkt 1 u.o.k.k.) oraz podział rynku (art. 101 ust. 1 lit. c TFUE oraz art. 6 ust. 1 pkt 3 u.o.k.k.).

Zastrzeżenia zgłoszone przez Autotechnikę Woźniak

- (571) Autotechnika Woźniak w odpowiedzi na SUZ podniósł, że w odniesieniu do okresu obejmującego co najmniej lata 2011-2015, ściganie rzekomych antykonkurencyjnych praktyk uległo przedawnieniu. Autotechnika Woźniak nie zgodził się z tezą, by zarzucana temu dealerowi praktyka miała charakter jednolity i ciągły, wskazując że ewentualne rzekome praktyki, naruszające przepisy u.o.k.k., mogły dotyczyć wyłącznie pojedynczych – incydentalnych i jednostkowych – zapytań klientów o przedstawienie oferty lub zrealizowanych transakcji. Wobec powyższego, zdaniem Autotechniki Woźniak, termin przedawnienia powinien być liczony odrębnie dla każdej z rzekomych antykonkurencyjnych praktyk.
- (572) Odnosząc się do powyższego stanowiska Autotechniki Woźniak wskazać należy, że w niniejszej decyzji Prezes Urzędu stwierdził naruszenie reguł konkurencji w okresie od przynajmniej 2013 r. Wobec powyższego zarzut przedawnienia w odniesieniu do lat 2011-2012 jest bezprzedmiotowy. Ponadto Prezes Urzędu podtrzymuje swoje stanowisko, wskazane w pkt. 9.3. uzasadnienia decyzji, zgodnie z którym praktyka stron postępowania, w tym działania Autotechniki Woźniak, stanowiły jednolite i ciągłe naruszenie. Należy wskazać, że aby zachowanie przedsiębiorców stanowiło jednolite i ciągłe naruszenie, konieczne jest spełnienie łącznie trzech przesłanek: (i) musi istnieć ogólny plan realizujący wspólny cel; (ii) przedsiębiorca musi celowo przyczyniać się do realizacji tego planu; (iii) przedsiębiorca musi posiadać wiedzę (udowodnioną lub domniemaną) na temat noszących znamiona naruszenia zachowań pozostałych uczestników.¹⁵⁷ Jak wynika z przedstawionych dowodów, działania Autotechniki Woźniak cechowało istnienie wspólnego planu, realizującego wspólny cel. Wobec powyższego należy wskazać, że praktyka przedsiębiorcy stanowi jednolite i ciągłe naruszenie. Należy także wskazać, że zgodnie z dyspozycją art. 93 ust. 1 u.o.k.k. termin przedawnienia liczony jest od końca roku, w którym zaprzestano stosowania praktyk

¹⁵⁷ Wyrok Trybunału Sprawiedliwości z 8 lipca 1999 r. w sprawie C-49/92 P, *Anic Participazioni*, EU:C:1999:356, akapit 87. Wyrok Trybunału Sprawiedliwości z 14 grudnia 2006 r. w sprawie T-529, *Raiffeisen Zentralbank Österreich*, EU: T:2006:396 akapity 111-126.

ograniczających konkurencję. Mając na uwadze, że antykonkurencyjna praktyka, stosowana przez Autotechnikę Woźniak, wbrew twierdzeniom przedsiębiorcy, nie została zaniechana w 2015 r., termin przedawnienia nie rozpoczął w 2015 r. biegu. Ponadto gdyby przyjąć za słuszną koncepcję strony, że każda sytuacja stanowi oddzielne naruszenie, to konsekwencją byłaby możliwość nałożenia kary za każde z naruszeń oddzielnie w wysokości do 10% rocznego obrotu, co w sposób oczywisty byłoby dla stron bardzo niekorzystne.

Zastrzeżenia zgłoszone przez Kia Polska

- (573) Kia Polska w odpowiedzi na SUZ wskazała, że postępowanie antymonopolowe w przedmiotowej sprawie zostało wszczęte po upływie ustawowego terminu przedawnienia. Spółka podniosła, że zarzucana jej praktyka przestała być stosowana w chwili zawarcia rzekomego porozumienia, ponieważ nigdy nie było ono wykonywane. W konsekwencji, w ocenie Kia Polska, jeżeli porozumienie nie było wykonywane, należy uznać je za zaniechane z momentem zawarcia.
- (574) Ponadto Kia Polska stoi na stanowisku, że do zarzucanego porozumienia powinny mieć zastosowanie przepisy u.o.k.k. w brzmieniu sprzed wejścia w życie ustawy z 10 czerwca 2014 r. o zmianie ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów oraz ustawy – Kodeks postępowania cywilnego (Dz. U. z 2014 r. poz. 945), przewidujące roczny termin przedawnienia, ponieważ praktyka została zaniechana przed dniem wejścia w życie ww. nowelizacji.
- (575) Jednocześnie Kia Polska podniosła, że dokonując ustaleń co do okresu trwania zarzucanego naruszenia, Prezes Urzędu w sposób nieuprawniony założył, że formalna data zakończenia istnienia porozumienia i data zaprzestania stosowania praktyki antykonkurencyjnej są tożsame. W ocenie Kia Polska zgromadzone dowody wskazują na to, że porozumienie nigdy nie było wykonywane, co powinno prowadzić do ustaleń, że do zaprzestania stosowania kwestionowanej praktyki doszło już z chwilą zawarcia porozumienia (tj. w styczniu 2013 r.). Kia Polska wskazała, że Prezes Urzędu błędnie ustalił moment „zaprzestania stosowania praktyki” jako moment tożsamy z chwilą „zaniechania (rzekomych) nieformalnych ustaleń pomiędzy Kia a dealerami”¹⁵⁸.
- (576) Prezes Urzędu nie podziela stanowiska Kia Polska, jakoby ze zgromadzonych dowodów wynikało, że stwierdzone niniejszą decyzją porozumienie nigdy nie było stosowane. Materiał dowodowy wskazuje bowiem na stosowanie przez Kia Polska oraz dealerów marki niedozwolonych praktyk, realizujących wspólny cel, w sposób nieprzerwany i ciągły w okresie co najmniej od stycznia 2013 r. do przynajmniej 11 maja 2021 r., co zostało

¹⁵⁸ Pismo Kia Polska z 17 maja 2024 r. (str. 84), k. 2767.

przedstawione szczegółowo w pkt. 9.3. uzasadnienia decyzji. W tym miejscu jedynie dla porządku należy podkreślić, że zgromadzony materiał dowodowy wskazuje na istnienie wspólnego celu pomiędzy organizatorem a uczestnikami sieci dealerskiej samochodów osobowych marki Kia w Polsce, w zakresie uzgodnień podziałowych i cenowych [przykładowo w tym zakresie można przywołać chociażby treść następujących wiadomości e-mail dealerów Kia Polska: „*Miało nie być wcinania się sobie nawzajem w rynki*” – akapit (70) decyzji, „*W sieci dealerskiej Kia Motors Polska obowiązuje jednolita polityka rabatowa*” – akapit (245) decyzji, „*Gdzie ustalenia o niewchodzeniu sobie na rynki? Gdzie próba sprzedaży z maksymalizacją zysku, o którym tyle mówiono podczas spotkania półrocznego*” – akapit (266) decyzji]. Zgromadzone dowody świadczą także o celowej realizacji założonego planu przez uczestników porozumienia – przedstawiciele Kia Polska wykonywali go poprzez monitorowanie sieci dystrybucyjnej [por. np. akapit (157) decyzji], sprawdzanie sygnałów od dealerów o przypadkach niestosowania się do założeń porozumienia [por. np. akapit (161) decyzji] lub podejmowanie stosownych interwencji [por. np. akapit (163) decyzji]. W końcu materiał dowodowy wskazuje także na świadomość uczestników porozumienia co do swoich wzajemnych działań na rynku [znaczną część wiadomości dealerów, świadczących o stosowaniu się do założeń porozumienia była przesyłana na wspólny adres e-mail „sprzedaz.dealer@kiamotors.pl”; o świadomości dealerów co do obserwowania ich poczynąń przez przedstawicieli Kia Polska świadczy też m.in. następująca wiadomość: „*dobrze że Wy jako Importer tego pilnujecie uważam jednak że w tych trudnych czasach za dużo tracimy energii na bicie się między sobą*” – akapit (165) decyzji]. Mając na uwadze wszystkie powyższe przesłanki należy stwierdzić, że zachowanie Kia Polska oraz dystrybutorów sieci stanowiło jednolite i ciągłe naruszenie.

- (577) Wobec powyższego za nietrafną należy uznać koncepcję, jakoby zarzucane porozumienie zostało zaniechane z chwilą jego zawarcia czy też nastąpiło przedawnienie wszczęcia postępowania antymonopolowego. Stwierdzona w niniejszej decyzji praktyka, realizująca założenia porozumienia podziałowego i cenowego pomiędzy Kia Polska oraz dealerami sieci dystrybucyjnej, wbrew twierdzeniom Kia Polska nie została zaniechana w 2013 r., lecz – jak wskazano powyżej oraz w pkt 9.3. uzasadnienia decyzji – trwała nieprzerwanie co najmniej do 11 maja 2021 r. W związku z tym na gruncie przedmiotowej sprawy nie można uznać, aby praktyka nigdy nie była stosowana bądź by została spełniona przesłanka niedopuszczalności wszczęcia postępowania z uwagi na przedawnienie.

Zastrzeżenia zgłoszone przez Wrobud

- (578) Wrobud w stanowisku na SUZ wskazał, że Prezes Urzędu nie wykazał w oparciu o jakie dowody dokonał ustaleń, że naruszenie przez strony postępowania przepisów ochrony

konkurencji stanowiło jednolite i ciągle naruszenie. W odniesieniu do powyższych twierdzeń Prezes Urzędu wskazuje, że wyczerpująco omówił w akapitach (562) i n. kwestię jednolitego i ciągłego charakteru naruszenia, szczegółowo odwołując się do konkretnych dowodów przywołanych w rozdziale 5 uzasadnienia decyzji oraz odpowiadając na zastrzeżenia zgłoszone przez Autotechnika Woźniak.

- (579) Wrobud podniósł również zarzut przedawnienia wskazując, że potencjalne porozumienie w zakresie horyzontalnych kontaktów dotyczących rzekomego uzgadniania cen pomiędzy uczestnikami sieci dealerskiej uległo przedawnieniu, ponieważ wiadomości stanowiące dowód zawarcia porozumienia w tym zakresie pochodzą z 2015 r., co wobec faktu wszczęcia postępowania w dniu 25 sierpnia 2022 r. powinno skutkować umorzeniem postępowania wobec Wrobud. W kontekście tych twierdzeń Prezes Urzędu wskazuje, że na jednolite i ciągle działania stwierdzone niniejszą decyzją składają się zarówno uzgodnienia w zakresie cen i podziału rynku, w aspekcie wertykalnym, jak również horyzontalnym. Tym samym porozumienie ma wieloaspektowy charakter, a próby wyodrębnienia pojedynczego aspektu porozumienia w zakresie uzgodnień cenowych pomiędzy konkurentami, należy uznać za bezcelowe. Jak zostało wskazane w akapicie (572) powyżej, zgodnie z dyspozycją art. 93 ust. 1 u.o.k.k. termin przedawnienia liczony jest od końca roku, w którym zaprzestano stosowania praktyk ograniczających konkurencję. Mając na względzie, że porozumienie będące przedmiotem decyzji stanowi jednolite i ciągle naruszenie, a materiał dowodowy potwierdza, że antykonkurencyjne kontakty pomiędzy jego uczestnikami trwały co najmniej do maja 2021 r., nie można uznać, że praktyka została zaprzestana w 2015 r.

9.4. Wpływ na handel między Państwami Członkowskimi

Ramy prawne

- (580) Prawo unijne znajduje zastosowanie w odniesieniu do spraw, w których występuje wpływ na handel między Państwami Członkowskimi. Pojęcie wpływu na handel nie zostało zdefiniowane w aktach prawodawczych Unii Europejskiej. Zagadnienie wpływu na handel zostało opisane przez Komisję Europejską w Zawiadomieniu Komisji – *Wytocznych w sprawie pojęcia wpływu na handel zawartego w art. 81 i 82 Traktatu* (Addendum do Dziennika Urzędowego Unii Europejskiej C 291 z 30 listopada 2006 r. – 2016/C 384/10, Dz. Urz. UE C.2016.384.22, dalej: „**Wytoczne**”). Powyższy dokument nie ma charakteru wiążącego dla Państw Członkowskich.
- (581) Przyjmuje się, że pojęcie wpływu na handel ma charakter szeroki, tj. obejmuje różne sposoby wpływu na ten handel (bezpośredni lub pośredni, rzeczywisty lub potencjalny). W ocenie sądów unijnych w większości spraw wykazanie w należyтым stopniu, że wpływ na handel

rzeczywiście wystąpił może nie być możliwe i w związku z tym wystarczające jest wskazanie na zdolność praktyki do wpływania na handel.¹⁵⁹ Ograniczenie geograficzne praktyki do terytorium jednego Państwa Członkowskiego nie wyklucza istnienia wpływu na handel.¹⁶⁰ Sądy unijne przyjmują, że istnieje „mocne domniemanie” istnienia wpływu na handel, jeżeli naruszenie odnosi się do całego obszaru Państwa Członkowskiego.¹⁶¹

Zastosowanie prawa w niniejszej sprawie

- (582) Prezes Urzędu uznał, że wpływ praktyk opisanych w pkt. 5 uzasadnienia decyzji na handel między Państwami Członkowskimi występował i miał charakter przynajmniej potencjalnie odczuwalny.
- (583) O spełnieniu przesłanki wpływu na handel między Państwami Członkowskimi może świadczyć fakt, że opisane w decyzji działania stron postępowania odnosiły się do obszaru całego terytorium Rzeczypospolitej Polskiej, tj. obszaru stanowiącego istotną część rynku wewnętrznego Unii Europejskiej. Praktyki te ograniczały konkurencję odnosząc się do relacji wertykalnych (pomiędzy kontrahentami działającymi na różnych szczeblach obrotu) i horyzontalnych oraz dotyczyły ustalania cen i podziału rynku wewnątrz całej sieci dystrybucji samochodów osobowych marki Kia.
- (584) Natomiast zgodnie z praktyką unijnego prawa konkurencji porozumienie rozciągające się na całe terytorium Państwa Członkowskiego z samej swej istoty skutkuje odtworzeniem podziału jednego rynku unijnego na rynki krajowe i tym samym utrudnia wzajemne przenikanie się rynków.¹⁶² Trybunał Sprawiedliwości Unii Europejskiej przyjął domniemanie, że porozumienie horyzontalne rozciągające się na terytorium całego Państwa Członkowskiego jest w stanie wpłynąć na handel pomiędzy Państwami Członkowskimi.¹⁶³
- (585) Należy także wskazać, że Kia Polska, która jest dystrybutorem hurtowym pojazdów i zarządza całą siecią dealerską w Polsce ma międzynarodowe powiązania kapitałowe. Całość udziałów Kia Polska posiada KIA Deutschland GmbH – podmiot prawa niemieckiego. W powyższym

¹⁵⁹ Wyrok Sądu Pierwszej Instancji z 15 marca 2000 r. w sprawach połączonych T-25/95, T-26/95, T-30/95, T-31/95, T-32/95, T-34/95, T-35/95, T-36/95, T-37/95, T-38/95, T-39/95, T-42/95, T-43/95, T-44/95, T-45/95, T-46/95, T-48/95, T-50/95, T-51/95, T-52/95, T-53/95, T-54/95, T-55/95, T-56/95, T-57/95, T-58/95, T-59/95, T-60/95, T-61/95, T-62/95, T-63/95, T-64/95, T-65/95, T-68/95, T-69/95, T-70/95, T-71/95, T-87/95, T-88/95, T-103/95 i T-104/95, *Cimenteries CBR i inni*, EU:T:2000:77, akapit 3376.

¹⁶⁰ Wyrok Trybunału Sprawiedliwości z 29 czerwca 2023 r. w sprawie C-211/22, *Super Bock Bebidas SA*, EU:C:2023:529, akapit 61.

¹⁶¹ Wyrok Trybunału Sprawiedliwości z 24 września 2009 r. w sprawach połączonych C-125/07 P, C-133/07 P, C-135/07 P i C-137/07 P, *Erste Group Bank*, EU:C:2009:576, akapit 38-39.

¹⁶² Wyrok z 17 października 1972 r. *Vereeniging tegen de Rekenschap van Cementhandelaren*, sprawa 8/72, EU:C:1972:84, akapit 29; wyrok z 19 lutego 2002 r. *J.C.J. Wouters*, C-309/99, EU:C:2002:98, akapit 95; wyrok z 18 czerwca 1998 r. *Komisja przeciwko Włochom*, C-35/96, EU:C:1998:303, akapit 48; wyrok z 4 września 2009 r. *Erste Group Bank AG i inni*, C-125/07 P, C-133/07 P, C-135/07 P i C-137/07 P, EU:C:2009:576, akapit 43; decyzja Komisji z 24 czerwca 2004 r. *Barème d'honoraires de l'Ordre des Architectes belges*, COMP/38.549, akapit 100.

¹⁶³ Wyrok z 4 września 2009 r. *Erste Group Bank AG i inni*, C-125/07 P, C-133/07 P, C-135/07 P i C-137/07 P, EU:C:2009:576, akapit 43.

kontekście należy uznać, że poprawa (względnie brak pogorszenia) sytuacji Kia Polska mógł przekładać się na pozycję całej grupy kapitałowej w innych Państwach Członkowskich, a co za tym idzie wpływać na handel między Państwami Członkowskimi.

- (586) Prezes Urzędu uznał, że w sprawie występuje wpływ na handel między Państwami Członkowskimi, a co za tym idzie ma zastosowanie Traktat o funkcjonowaniu Unii Europejskiej.

Zastrzeżenia zgłoszone przez Kia Polska

- (587) Kia Polska w odpowiedzi na SUZ podniosła, że Prezes Urzędu pominął kryteria wskazane w Wytycznych lub przyjął nieodpowiednie fragmenty Wytycznych, jedynie teoretycznie pasujące pod założoną przez Prezesa Urzędu tezę, lecz odbiegające od specyfiki rynku i działalności Kia Polska. Spółka wskazała na znikomą szansę sprzedaży samochodów z sieci dealerskiej w jednym kraju za granicę, podkreśliła ponadto, że odpowiada za organizację sieci dealerskiej jedynie na terenie Polski. Kia Polska zarzuciła, że Prezes Urzędu zastosował uproszczone i błędne domniemania. Ponadto strona postępowania wskazała, że sam fakt przynależności spółki do międzynarodowej grupy kapitałowej nie może świadczyć o tym, że naruszenie mogło wpłynąć na handel pomiędzy Państwami Członkowskimi, w szczególności w kontekście braku strategicznego znaczenia Kia Polska dla grupy kapitałowej.
- (588) Prezes Urzędu nie zgadza się powyższym stanowiskiem spółki. Jak wskazano powyżej, Prezes Urzędu przy ocenie wpływu przedmiotowego porozumienia na handel między Państwami Członkowskimi wziął pod uwagę Wytyczne, choć nie mają one charakteru wiążącego. Zgodnie z pkt. 22 Wytycznych, zastosowanie kryterium wpływu na handel jest niezależne od określenia właściwych w danym przypadku rynków geograficznych. Wpływ na handel między Państwami Członkowskimi może mieć miejsce także wtedy, gdy dany rynek ma zasięg krajowy (lub nawet regionalny). Ponadto kryterium wpływu na handel należy rozumieć szeroko, w tym zgodnie z pkt. 23 Wytycznych również jako możliwość „ewentualnego wpływu” obejmującego wpływ bezpośredni lub pośredni, rzeczywisty lub potencjalny, na strukturę handlu między Państwami Członkowskimi.
- (589) Określenie „wpływ na handel” oznacza, że musi istnieć możliwość przewidzenia z wystarczającym stopniem prawdopodobieństwa, na podstawie obiektywnych przesłanek prawnych lub faktycznych, że zakazana praktyka może mieć wpływ, pośredni lub bezpośredni, rzeczywisty lub potencjalny, na handel między Państwami Członkowskimi.¹⁶⁴ Przy czym, nie jest konieczne rzeczywiste istnienie wpływu na handel, wystarczy sama możliwość jego

¹⁶⁴ Wyrok Trybunału Sprawiedliwości z 30 czerwca 1966 r. w sprawie *Société Technique Minière przeciwko Maschinenbau*, 56/65, EU:C:1966:38.

wystąpienia, a więc wystarczającym jest, że działania polegające na zawarciu antykonkurencyjnego porozumienia są w stanie wywołać takie skutki, bez względu na to czy rzeczywiście je wywołują.¹⁶⁵ Liczy się więc zdolność danej praktyki do wywierania wpływu na handel między Państwami Członkowskimi, a nie to, czy taki wpływ ma rzeczywiście miejsce w danym momencie.

- (590) Należy przy tym wskazać, że o ile Kia Polska podnosi, że nie odgrywa strategicznej roli w międzynarodowej grupie kapitałowej, o tyle terytorium całej Polski stanowi istotną część rynku wewnętrznego Unii Europejskiej. W tym kontekście działania Kia Polska w zakresie ustaleń podziałowych i cenowych w odniesieniu do samochodów osobowych na całym terytorium jednego Państwa Członkowskiego, stanowiącego istotną część rynku wewnętrznego Unii Europejskiej, mogą mieć wpływ na handel między Państwami Członkowskimi, a wpływ ten ma charakter przynajmniej potencjalnie odczuwalny (por. punkty 77 i 88 Wytycznych). Prezes Urzędu podtrzymuje swoje stanowisko, że wpływ działań Kia Polska i dystrybutorów samochodów osobowych marki Kia na handel między Państwami Członkowskimi występował i miał charakter przynajmniej potencjalnie odczuwalny.

Zastrzeżenia zgłoszone przez Wrobud oraz Landcar i pana Michała Krzewińskiego

- (591) Wrobud w odpowiedzi na SUZ wskazał, że zebrany w sprawie materiał dowodowy nie daje podstaw do uznania, że istnieją podstawy do zastosowania przepisu art. 101 TFUE. Również Landcar oraz pan Michał Krzewiński w swoim stanowisku w sprawie wskazali, że brak jest logicznego uzasadnienia, dlaczego art. 101 TFUE miałby mieć zastosowanie do niniejszego postępowania, skoro stan faktyczny odnosi się do terytorium Polski.
- (592) Wbrew twierdzeniom wskazanych powyżej stron postępowania, Prezes Urzędu przeanalizował sprawę indywidualnie i na podstawie tej analizy stwierdził, że zachodzą przesłanki świadczące o tym, że porozumienie mogło mieć potencjalny wpływ na handel między Państwami Członkowskimi. Wynika to przede wszystkim z faktu, że porozumienie obejmowało cały obszar terytorium Rzeczypospolitej Polskiej, tj. obszar stanowiący istotną część rynku wewnętrznego Unii Europejskiej [akapit (583) decyzji]. W takiej sytuacji, zgodnie z orzecznictwem sądów unijnych, konieczne jest przyjęcie „mocnego domniemania”, że wpływ na handel występuje.¹⁶⁶ Ani Wrobud ani Landcar i pan Michał Krzewiński nie wskazali natomiast żadnych przesłanek obalających to domniemanie.

¹⁶⁵ Wyrok Trybunału Sprawiedliwości z 14 lipca 1981 r., w sprawie *Gerhard Züchner przeciwko Bayerische Vereinsbank AG*, 172/80, EU:C:1981:178; wyrok Trybunału Sprawiedliwości z 14 grudnia 1983 r., w sprawie *Kerpen & Kerpen*, 319/82, EU:C:1983:374; Wytyczne w sprawie wpływu na handel, pkt 26.

¹⁶⁶ Wyrok Trybunału Sprawiedliwości z 24 września 2009 r. w sprawach połączonych C-125/07 P, C-133/07 P, C-135/07 P i C-137/07 P, *Erste Group Bank*, EU:C:2009:576, akapit 38-39.

- (593) Ze wskazanych wyżej powodów, Prezes Urzędu nie podzielił argumentacji Wrobud oraz Landcar i pana Michała Krzewińskiego, co do braku podstaw zastosowania art. 101 TFUE do praktyki, w której udział został spółce przypisany.

9.5. Brak zastosowania reguły *de minimis*

Ramy prawne

- (594) Sądy unijne przyjmują, że zakaz określony w art. 101 TFUE znajduje zastosowanie do naruszeń o charakterze odczuwalnym. Jednocześnie przyjmuje się, że jeżeli naruszenie posiada wpływ na handel między Państwami Członkowskimi i jest naruszeniem „ze względu na cel”, to zapobiega, ogranicza lub zakłóca konkurencję w sposób odczuwalny.¹⁶⁷
- (595) W prawie polskim ustawodawca określił regułę *de minimis* w art. 7 u.o.k.k. Zgodnie z art. 7 ust. 3 u.o.k.k. reguła ta nie znajduje zastosowania do porozumień cenowych i podziałowych.

Zastosowanie prawa w niniejszej sprawie

- (596) Z uwagi na fakt, że naruszenie będące przedmiotem niniejszej decyzji może w ocenie Prezesa Urzędu wpływać na handel między Państwami Członkowskimi i jego celem jest zapobieżenie, ograniczenie lub zakłócenie konkurencji, Prezes Urzędu stwierdził, że naruszenie to ma charakter odczuwalny w rozumieniu prawa unijnego.
- (597) Mając jednocześnie na względzie, że reguła *de minimis* nie znajduje w prawie polskim zastosowania do porozumień cenowych i podziałowych, a naruszenie będące przedmiotem decyzji ma w ocenie Prezesa Urzędu taki charakter, Prezes Urzędu stwierdził, że naruszenie to ma charakter odczuwalny w rozumieniu prawa polskiego.

Zastrzeżenia zgłoszone przez Landcar i pana Michała Krzewińskiego oraz przez Kia Polska

- (598) W swoim stanowisku Landcar oraz pan Michał Krzewiński wskazali, że przedmiotowe postępowanie powinno podlegać umorzeniu na podstawie art. 7 ust. 1 pkt 1 i ust. 2 u.o.k.k., ponieważ udział Kia Polska w rynku obrotu samochodami osobowymi w okresie 2013-2021 **[informacja prawnie chroniona]** % w całym rynku. Również Kia Polska w Analizie ekonomicznej przedstawiła argumentację, że porozumienie nie mogło ograniczać konkurencji ze względu na niewielki udział Kia Polska w polskim rynku sprzedaży samochodów osobowych.
- (599) Prezes Urzędu nie zgadza się z tymi twierdzeniami ze względu na charakter porozumienia będącego przedmiotem niniejszej decyzji. Jak zostało wyjaśnione w akapitach (596) i (597)

¹⁶⁷ Wyrok Trybunału Sprawiedliwości z 13 grudnia 2012 r. w sprawie C-226/11, *Expedia*, EU:C:2012:795, akapit 37.

powyżej, porozumienia polegające na ustalaniu cen sprzedaży towarów i podziale rynku, nie korzystają z wyłączenia spod zakazu na podstawie wyłączenia określonego w art. 7 ust. 1 u.o.k.k. Takie porozumienia są traktowane przez ustawodawcę bardzo restrykcyjnie i są niedozwolone niezależnie od wielkości udziału w rynku przedsiębiorców uczestniczących w porozumieniu.

9.6. Brak spełnienia warunków, o których mowa w art. 8 u.o.k.k. oraz 101 ust. 3 TFUE

- (600) Zgodnie z art. 8 u.o.k.k. oraz art. 101 ust. 3 TFUE w odniesieniu do porozumień, które spełniają warunki określone w tych przepisach, nie stosuje się zakazu określonego odpowiednio w art. 6 u.o.k.k. oraz art. 101 ust. 1 TFUE. Zgodnie z art. 8 ust. 2 u.o.k.k. oraz art. 2 Rozporządzenia 1/2003 ciężar dowodowy w zakresie wykazania spełnienia warunków określonych odpowiednio w art. 8 ust. 1 u.o.k.k. oraz 101 ust. 3 TFUE spoczywa na odpowiednio przedsiębiorcy lub przedsiębiorstwie.

Zastosowanie prawa w niniejszej sprawie

- (601) Wobec braku przedstawienia przez strony dowodów na spełnienie warunków, o których mowa w art. 8 ust. 1 u.o.k.k. i art. 101 ust. 3 TFUE, Prezes Urzędu stwierdził, że rozpatrywane porozumienie nie jest objęte wyłączeniem indywidualnym.

9.7. Brak spełnienia warunków, o których mowa w art. 8 ust. 3 u.o.k.k.

Ramy prawne

- (602) Stosownie do art. 8 ust. 3 u.o.k.k. Rada Ministrów może, w drodze rozporządzenia, wyłączyć określone rodzaje porozumień – spełniające przesłanki, o których mowa w art. 8 ust. 1 u.o.k.k. – spod zakazu, o którym mowa w art. 6 ust. 1, biorąc pod uwagę korzyści, jakie mogą przynieść określone rodzaje porozumień. W odniesieniu do porozumień wertykalnych, takie wyłączenie przewidywało Rozporządzenie Rady Ministrów z 30 marca 2011 r. w sprawie wyłączenia niektórych rodzajów porozumień wertykalnych spod zakazu porozumień ograniczających konkurencję (Dz. U. Nr 81, poz. 441, dalej: „**rozporządzenie wertykalne RM 2011**”) oraz aktualnie obowiązujące Rozporządzenie Rady Ministrów z 22 maja 2023 r. w sprawie wyłączenia niektórych rodzajów porozumień wertykalnych spod zakazu porozumień ograniczających konkurencję (Dz. U. poz. 1033, dalej: „**rozporządzenie wertykalne RM 2023**”) o analogicznym brzmieniu. Z kolei w unijnym prawie ochrony konkurencji wyłączenie takie wynikało z Rozporządzenia Komisji nr 330/2010 z 20 kwietnia 2010 r. w sprawie stosowania art. 101 ust. 3 Traktatu o funkcjonowaniu Unii Europejskiej do kategorii porozumień wertykalnych i praktyk uzgodnionych (Dz. Urz. UE 2010 /L 102/1, str. 1-7) oraz

z aktualnie obowiązującego Rozporządzenia Komisji Europejskiej nr 2022/720 w sprawie stosowania art. 101 ust. 3 Traktatu o funkcjonowaniu Unii Europejskiej do kategorii porozumień wertykalnych i praktyk uzgodnionych (2022/ C 248/01, dalej: „**VBER 2022/720**”) o analogicznym brzmieniu.

Zastosowanie prawa w niniejszej sprawie

- (603) Żadne z ww. rozporządzeń – polskich i unijnych – przewidujących wyłączenie grupowe spod zakazu porozumień ograniczających konkurencję nie wyłącza spod zakazu, o którym mowa w art. 6 u.o.k.k. oraz art. 101 TFUE, porozumienia będącego przedmiotem postępowania. Okoliczność ta wynika z faktu, że porozumienie to miało mieszany, wertykalno-horyzontalny charakter i jego elementem były horyzontalne uzgodnienia pomiędzy dystrybutorami z udziałem Kia Polska. Ponadto również w zakresie wertykalnego aspektu, kwestionowane działania podejmowane przez strony postępowania nie mogą korzystać z wyłączenia, ponieważ dotyczyły najpoważniejszych rodzajów porozumień ograniczających konkurencję, tj. ustalania cen odsprzedaży towarów oraz podziału rynku. Tego typu praktyki zgodnie z ww. rozporządzeniami stanowią tzw. klauzule czarne, wobec których wyłączenia grupowe nie mają zastosowania.

Zastrzeżenia zgłoszone przez Wrobud oraz przez Landcar i pana Michała Krzewińskiego

- (604) Wrobud w swoim stanowisku wskazał, że Prezes Urzędu przy analizie przedmiotowej sprawy pominął treść rozporządzenia Rady Ministrów z 8 października 2010 r. w sprawie wyłączenia określonych porozumień wertykalnych w sektorze pojazdów samochodowych spod zakazu porozumień ograniczających konkurencję (Dz. U. Nr 198, poz. 1315, dalej: „**moto RM 2010**”) – obowiązującego do 31 maja 2013 r. oraz rozporządzenie wertykalne RM 2011 (obowiązującego w okresie od 1 czerwca 2011 r. do 31 maja 2023 r.). Spółka przedstawiła obszerną interpretację powyższych przepisów, w której wskazała m.in. na to, że w § 15 rozporządzenia moto RM 2010 wprost określone zostały klauzule, które nie stanowiły naruszenia art. 6 u.o.k.k., jednocześnie przecząc, by takie klauzule były zawarte w jakiegokolwiek umowie łączącej Wrobud z którąkolwiek ze stron postępowania. W zakresie rozporządzenia wertykalnego z 2011 r. Wrobud wskazał, że z treści § 11a ww. rozporządzenia *a contrario* wynika, że wyłączeniu podlegają wszystkie porozumienia wertykalne w sektorze pojazdów samochodowych, które nie zostały opisane w tym przepisie.
- (605) Landcar oraz pan Michał Krzewiński wskazali ponadto, że w przedmiotowej sprawie organ nie wziął pod uwagę całego porządku prawnego, który zdaniem stron postępowania powinien mieć zastosowanie w przedmiotowej sprawie: aktów prawa Unii Europejskiej, tj. rozporządzenia VBER 2022/720, Rozporządzenia Komisji (UE) nr 461/2010 z dnia 27 maja

2010 r. w sprawie stosowania art. 101 ust. 3 TFUE do kategorii porozumień wertykalnych i praktyk uzgodnionych w sektorze pojazdów silnikowych (dalej: „**MV BER 461/2010**”), Rozporządzenia Komisji (WE) nr 1400/2002 z dnia 31 lipca 2002 r. w sprawie stosowania art. 81 ust. 3 Traktatu do kategorii porozumień wertykalnych i praktyk uzgodnionych w sektorze motoryzacyjnym (dalej: „**MV BER 1400/2002**”), a także aktów prawa krajowego, tj. rozporządzenia wertykalnego RM 2011 i 2023.

- (606) Odnosząc się do powyższych zastrzeżeń należy wskazać, że przepisy krajowych i unijnych rozporządzeń wertykalnych oraz rozporządzenia MV BER 1400/2002 nie wyłączały spod zakazu, określonego w art. 6 ust. 1 u.o.k.k./101 TFUE, porozumień ograniczających prawa nabywcy do ustalenia ceny sprzedaży towarów, jeżeli ceny te mają charakter cen minimalnych lub sztywnych, a także porozumień, które ograniczają obszar lub krąg klientów, którym nabywca może w sposób bierny (pasywny) sprzedać towary objęte porozumieniem. Tymczasem, jak opisano w pkt. 5 uzasadnienia decyzji zgromadzone dowody wskazują na to, że w niniejszej sprawie pomiędzy dealerami a Kia Polska doszło właśnie do takich ustaleń, zatem nie mogą one skorzystać z ww. wyłączeń grupowych.
- (607) Należy także wskazać, że przywołane przepisy rozporządzeń wyłączeniowych odnoszą się jedynie do porozumień wertykalnych – zawieranych pomiędzy przedsiębiorcami działającymi na różnych szczeblach obrotu. Jak podkreślono w pkt. 5.1.2. i 5.2.2. uzasadnienia decyzji, zgromadzony materiał dowodowy wskazuje na intensywne kontakty w zakresie ustaleń cenowych oraz podziału rynku funkcjonujące w układzie horyzontalnym pomiędzy dystrybutorami samochodów osobowych marki Kia.
- (608) Jednocześnie na gruncie przedmiotowego postępowania nie znajdują zastosowania także powołane rozporządzenia dotyczące sektora motoryzacyjnego. Rozporządzenie MV BER 461/2010 oraz rozporządzenie moto RM z 2010 r. stosowane są do porozumień wertykalnych, których przedmiotem są warunki zakupu, sprzedaży lub odsprzedaży części zamiennych do pojazdów silnikowych przez strony porozumienia lub też świadczenie przez nie usług naprawy i konserwacji pojazdów silnikowych. Jako że stwierdzone niniejszą decyzją niedozwolone porozumienie polegało na podziale rynku oraz ustalaniu cen w odniesieniu do nowych samochodów osobowych marki Kia, a nie części zamiennych lub świadczenia usług naprawy, wyłączenia grupowe dla porozumień wertykalnych przewidziane w tych rozporządzeniach nie mają zastosowania.

10. Okres naruszenia oraz odpowiedzialność podmiotów korporacyjnych za naruszenie

Ramy prawne

- (609) Zgodnie z prawem unijnym podmiotami, między którymi zgodnie z art. 101 TFUE zakazane jest stosowanie praktyk ograniczających konkurencję są przedsiębiorstwa. Jak wyjaśniono w akapicie (386) decyzji na jedno przedsiębiorstwo może składać się jeden lub więcej podmiotów prawnych. Odpowiedzialność za naruszenie przypisywana jest podmiotowi lub podmiotom prawnym tworzącym przedsiębiorstwo.¹⁶⁸ Z kolei art. 6 u.o.k.k. mówi ogólnie (bezosobowo) o zakazie zawierania porozumień ograniczających konkurencję, przy czym art. 4 pkt 5 u.o.k.k. precyzuje, że umowy i uzgodnienia dokonywane są w jakiegokolwiek formie między przedsiębiorcami.
- (610) Zgodnie z art. 10 u.o.k.k. Prezes Urzędu wydaje decyzję o uznaniu praktyki za ograniczającą konkurencję, jeżeli stwierdzi naruszenie zakazów określonych w art. 6 u.o.k.k. lub art. 101 TFUE. W decyzji Prezes Urzędu nakazuje zaniechanie stosowania praktyki naruszającej art. 6 u.o.k.k. lub w art. 101 TFUE, jeżeli do czasu wydania decyzji praktyka ta nie została zaprzestana. Ciężar udowodnienia, że praktyka naruszająca zakazy, o których mowa w art. 6 u.o.k.k. lub art. 101 TFUE, została zaprzestana spoczywa na przedsiębiorcy.

Zastosowanie prawa w niniejszej sprawie

10.1. Kia Polska

- (611) Prezes Urzędu stwierdził, że Kia Polska była bezpośrednim uczestnikiem naruszenia art. 101 ust. 1 lit. a i c TFUE oraz art. 6 ust. 1 pkt. 1 i 3 u.o.k.k. co najmniej od stycznia 2013 r. do przynajmniej 11 maja 2021 r.

10.2. Wrobud

- (612) Prezes Urzędu stwierdził, że Wrobud był bezpośrednim uczestnikiem naruszenia art. 101 ust. 1 lit. a i c TFUE oraz art. 6 ust. 1 pkt. 1 i 3 u.o.k.k. co najmniej od stycznia 2013 r. do przynajmniej 11 maja 2021 r.

10.3. AS Motors

- (613) Prezes Urzędu stwierdził, że AS Motors był bezpośrednim uczestnikiem naruszenia art. 101 ust. 1 lit. a i c TFUE oraz art. 6 ust. 1 pkt. 1 i 3 u.o.k.k. co najmniej od stycznia 2013 r. do przynajmniej 11 maja 2021 r.

¹⁶⁸ Wyrok Trybunału Sprawiedliwości z 10 września 2009 r. w sprawie C-97/08 P, *Akzo*, EU:C:2009:536, akapit 57.

10.4. Autotechnika Woźniak

- (614) Prezes Urzędu stwierdził, że Autotechnika Woźniak był bezpośrednim uczestnikiem naruszenia art. 101 ust. 1 lit. a i c TFUE oraz art. 6 ust. 1 pkt. 1 i 3 u.o.k.k. co najmniej od stycznia 2013 r. do przynajmniej 11 maja 2021 r.

10.5. Gam

- (615) Prezes Urzędu stwierdził, że Gam był bezpośrednim uczestnikiem naruszenia art. 101 ust. 1 lit. a i c TFUE oraz art. 6 ust. 1 pkt. 1 i 3 u.o.k.k. co najmniej od stycznia 2013 r. do przynajmniej 11 maja 2021 r.

10.6. Landcar

- (616) Prezes Urzędu stwierdził, że Landcar był bezpośrednim uczestnikiem naruszenia art. 101 ust. 1 lit. a i c TFUE oraz art. 6 ust. 1 pkt. 1 i 3 u.o.k.k. co najmniej od 29 grudnia 2017 r., kiedy został autoryzowanym dealerem pojazdów marki Kia, do przynajmniej 11 maja 2021 r.

10.7. Marvel

- (617) Prezes Urzędu stwierdził, że Marvel był bezpośrednim uczestnikiem naruszenia art. 101 ust. 1 lit. a i c TFUE oraz art. 6 ust. 1 pkt. 1 i 3 u.o.k.k. co najmniej od stycznia 2013 r. do przynajmniej 11 maja 2021 r.

10.8. Auto-Centrum I.M. Patecki

- (618) Prezes Urzędu stwierdził, że Auto-Centrum I.M. Patecki było bezpośrednim uczestnikiem naruszenia art. 101 ust. 1 lit. a i c TFUE oraz art. 6 ust. 1 pkt. 1 i 3 u.o.k.k. co najmniej od stycznia 2013 r. do przynajmniej 11 maja 2021 r. Odpowiedzialność za to naruszenie Prezes Urzędu przypisał:

- a) Irenie Pateckiej prowadzącej działalność gospodarczą pod firmą Irena Patecka IMP Group w Krakowie w okresie co najmniej od stycznia 2013 r. do przynajmniej 11 maja 2021 r.;
- b) Markowi Pateckiemu prowadzącemu działalność gospodarczą pod firmą Marek Patecki PHU M.Patecki w Krakowie w okresie co najmniej od stycznia 2013 r. do przynajmniej 11 maja 2021 r.

10.9. Autocentrum Patecki

(619) Prezes Urzędu stwierdził, że Autocentrum Patecki było bezpośrednim uczestnikiem naruszenia art. 101 ust. 1 lit. a i c TFUE oraz art. 6 ust. 1 pkt. 1 i 3 u.o.k.k. co najmniej od lipca 2015 r., kiedy przedsiębiorstwo to zostało autoryzowanym dealerm samochodów osobowych marki Kia, do przynajmniej 11 maja 2021 r. Odpowiedzialność za to naruszenie Prezes Urzędu przypisał:

- a) Łukaszowi Pateckiemu prowadzącemu działalność gospodarczą pod firmą Łukasz Patecki Lukas Auto-Park w Krakowie w okresie co najmniej od lipca 2015 r. do przynajmniej 11 maja 2021 r.;
- b) Barbarze Patecki prowadzącej działalność gospodarczą pod firmą Projekt Wola Barbara Patecki w Krakowie w okresie co najmniej od lipca 2015 r. do przynajmniej 11 maja 2021 r.

10.10. Wadowscy

(620) Prezes Urzędu stwierdził, że dealer Wadowscy był bezpośrednim uczestnikiem naruszenia art. 101 ust. 1 lit. a i c TFUE oraz art. 6 ust. 1 pkt. 1 i 3 u.o.k.k. co najmniej od stycznia 2013 r. do przynajmniej 11 maja 2021 r.

11. Okres naruszenia oraz odpowiedzialność osób zarządzających za naruszenie

11.1. Status osoby zarządzającej

Ramy prawne

(621) Zgodnie z art. 4 pkt 3a u.o.k.k. przez osobę zarządzającą rozumie się kierującego przedsiębiorstwem, w szczególności osobę pełniącą funkcję kierowniczą lub wchodzącą w skład organu zarządzającego przedsiębiorcy. Z powyższego wynika, że za okoliczność świadczącą o tym, że dana osoba jest osobą zarządzającą ustawodawca uznaje kierowanie przedsiębiorstwem (w rozumieniu prawa polskiego). Sytuację, w której dana osoba pełni „funkcję kierowniczą” lub jest „członkiem organu zarządzającego”, ustawodawca uznaje za formy kierowania przedsiębiorstwem. Przepis art. 4 pkt. 3a u.o.k.k. wszedł w życie 18 stycznia 2015 r.

11.1.1. Wojciech Szyszko

- (622) Prezes Urzędu uznał, że w okresie od 18 stycznia 2015 r. do 29 grudnia 2020 r. (tj. do okresu zakończenia współpracy z Kia Polska) pan Wojciech Szyszko był osobą zarządzającą w Kia Polska. Pan Wojciech Szyszko pełnił w przedmiotowym okresie funkcję Dyrektora Zarządzającego. W ramach pełnienia obowiązków na tym stanowisku **[informacja prawnie chroniona]**.
- (623) Prezes Urzędu uznał pana Wojciecha Szyszko za osobę zarządzającą, chociaż nie wchodził w skład organu zarządzającego przedsiębiorcy, z uwagi na fakt, że należał do kierownictwa najwyższego szczebla i realnie zarządzał Kia Polska. Pan Wojciech Szyszko jako Dyrektor Zarządzający nadzorował też **[informacja prawnie chroniona]**. Ponadto jak wynika z materiału dowodowego pan Wojciech Szyszko był postrzegany przez pracowników Kia Polska jako osoba, do której mogą zgłosić sygnały od dealerów Kia Polska związane z odstępstwami od ustalonej polityki cenowej i podziałowej. W przypadku otrzymania takich skarg wydawał polecenia co do sposobu postępowania wobec dealera nie stosującego się do przyjętych zasad współpracy i decydował o sposobie jego ukarania [akapit (350) decyzji].

11.1.2. Leszek Sukiennik

- (624) Prezes Urzędu uznał, że w okresie od 8 lutego 2016 r. do przynajmniej 11 maja 2021 r. pan Leszek Sukiennik był osobą zarządzającą w Kia Polska. Pan Leszek Sukiennik pełnił w przedmiotowym okresie funkcję Kierownika Generalnego Sprzedaży i Marketingu (od 8 lutego 2016 r. do 31 grudnia 2020 r.), a później stanowisko Dyrektora Zarządzającego (od 1 stycznia 2021 r. do przynajmniej 11 maja 2021 r.). Obowiązki pana Leszka Sukiennika jako Kierownika Generalnego Sprzedaży i Marketingu obejmowały m.in. **[informacja prawnie chroniona]**. Natomiast na stanowisku Dyrektora Zarządzającego obowiązki pana Leszka Sukiennika obejmowały **[informacja prawnie chroniona]**.
- (625) Prezes Urzędu uznał pana Leszka Sukiennika za osobę zarządzającą, chociaż nie wchodził w skład organu zarządzającego przedsiębiorcy, z uwagi na fakt, że miał realny wpływ na działania podejmowane przez Kia Polska, w szczególności w zakresie polityki dystrybucyjnej spółki. Jak obrazuje materiał dowodowy, pan Leszek Sukiennik wydawał wiążące polecenia przedstawicielom handlowym w Kia Polska w zakresie działań podejmowanych wobec dealerów [akapit (331) decyzji]. Ponadto pracownicy działów sprzedaży przekazywali mu wiadomości mailowe zawierające skargi uczestników sieci dystrybucyjnej na przejawy nieprzestrzegania obowiązującej polityki cenowej [akapity (329), (348) decyzji]. Do pana

Leszka Sukiennika przedstawiciele handlowi przekazywali również raporty z wizyt kontrolnych u dealerów Kia Polska.

Zastrzeżenia zgłoszone przez pana Leszka Sukiennika

- (626) Pan Leszek Sukiennik wskazał, że nie można go uznawać za osobę zarządzającą na gruncie przepisów u.o.k.k., ponieważ nie pełnił funkcji kierowniczej ani nie wchodził w skład organu zarządzającego przedsiębiorstwem Kia Polska. Zdaniem pana Leszka Sukiennika wykonywanie obowiązków na stanowisku Kierownika Generalnego Sprzedaży i Marketingu, a potem Dyrektora Zarządzającego, nie cechowało się **[informacja prawnie chroniona]**. Z uwagi na **[informacja prawnie chroniona]** Kia Polska, pan Leszek Sukiennik nie miał decydującego wpływu na zachowanie rynkowe Kia Polska i nie mógł wydawać wiążących poleceń współpracownikom.
- (627) Prezes Urzędu nie zgadza się z powyższymi twierdzeniami. Pojęcie „osoby zarządzającej” stanowi autonomiczne pojęcie prawa ochrony konkurencji. Ustawodawca przesądził, że osoba zarządzająca nie musi „samodzielnie” kierować całym przedsiębiorstwem – ustawodawca wskazuje bowiem, że osobą zarządzającą jest: „w szczególności osoba pełniąca funkcję kierowniczą lub wchodząca w skład organu zarządzającego przedsiębiorcy”.
- (628) Jak zostało też opisane w pkt. 11.1.2. uzasadnienia decyzji, Leszek Sukiennik zajmował wysokie stanowisko w strukturach Kia Polska i z uwagi na przyznany mu zakres obowiązków, kierował on przedsiębiorstwem Kia Polska i wydawał dyspozycje pracownikom Kia Polska. Jako Kierownik Generalny Sprzedaży i Marketingu, a potem Dyrektor Zarządzający, posiadał uprawnienia organizowania i nadzorowania **[informacja prawnie chroniona]** pozwalającą mu na podejmowanie ustaleń z dealerami Kia Polska, a następnie podporządkowanie swojej woli działaniom handlowców w Kia Polska i jej dealerów na tor działalności, zmierzającej do ograniczenia konkurencji w sieci dealerskiej Kia Polska. Jak wskazano powyżej, w akapicie (625) decyzji, pan Leszek Sukiennik był postrzegany przez pracowników jako osoba, której można przekazywać skargi na zachowania uczestników sieci dealerskiej, odbiegające od założeń porozumienia [akapity (329), (348) decyzji] lub od której można oczekiwać wydania wiążącego polecenia [akapit (331) decyzji].
- (629) Mając na względzie powyższe, Prezes Urzędu nie mógł uwzględnić twierdzeń pana Leszka Sukiennika.

11.1.3. Agnieszka Adrjan

- (630) Prezes Urzędu uznał, że w okresie od 2 czerwca 2017 r. do przynajmniej 11 maja 2021 r. pani Agnieszka Adrjan była osobą zarządzającą we Wrobud. Powyższe wynika z faktu, że od 2

czerwca 2017 r. pani Agnieszka Adrjan pełniła funkcję prokurenta samoistnego (do przynajmniej 11 maja 2021 r.).

- (631) W ramach pełnienia obowiązków prokurenta samoistnego pani Agnieszka Adrjan reprezentowała Wrobud w kontaktach z kontrahentami i klientami spółki. Była główną osobą odpowiedzialną za kontakty z przedstawicielami sieci dealerskiej Kia Polska. Powyższy wniosek wynika z faktu, że pani Agnieszka Adrjan była osobą, która w imieniu Wrobud najczęściej kontaktowała się z Kia Polska w sprawie obowiązujących ustaleń i to do niej Kia Polska kierowała raporty z wizytacji w salonach dealera, w których omawiała wszystkie istotne kwestie dla zarządzania procesem sprzedaży. Działania podejmowane przez panią Agnieszkę Adrjan korespondowały z zakresem obowiązków, jakie zostały jej wyznaczone w ramach Wrobud, a które skupiały się na koordynowaniu prac działu sprzedaży i polityce sprzedaży we Wrobud. Z dowodów opisanych w pkt. 5 uzasadnienia decyzji wynika, że posiadała ona w tym zakresie pozycję pozwalającą na dużą samodzielność w działaniach oraz podejmowaniu decyzji w imieniu Wrobud. Miała ona możliwość wydawania wiążących poleceń pracownikom spółki dotyczących m.in. oferowanych cen pojazdów czy składania ofert klientom. Przejawiała też dużą aktywność w kontaktach z konkurentami dotyczących ustaleń opisanych w pkt. 5 uzasadnienia decyzji.

Zastrzeżenia zgłoszone przez panią Agnieszkę Adrjan

- (632) Pani Agnieszka Adrjan podniosła, że nie można uznać jej za osobę zarządzającą w rozumieniu przepisów u.o.k.k. Na poparcie swojego stanowiska pani Agnieszka Adrjan wskazała, że od 24 sierpnia 2012 r. do 31 lipca 2019 r. pracowała jako kierownik w salonie w Wrobud, wykonując szczegółowo określone obowiązki [wymienione przez Prezesa Urzędu w akapicie (39) Decyzji] i podlegając bezpośrednio dyrektorowi ds. motoryzacji, a następnie od 1 sierpnia 2019 r. pełniła rolę dyrektora sprzedaży, bez szczegółowego zakresu obowiązków. Zdaniem pani Agnieszki Adrjan nie miała żadnego wpływu na kierunki rozwoju Wrobud i jakiegokolwiek decyzje biznesowe, a jej rola w spółce nigdy nie umożliwiała jej wyznaczania strategicznego planu rozwoju, działalności rynkowej czy sprzedaży prowadzonej przez Wrobud.
- (633) Odnosząc się do powyższego stanowiska Prezes Urzędu wskazuje, że uznał panią Agnieszkę Adrjan za osobę zarządzającą we Wrobud, ponieważ w okresie od 2 czerwca 2017 r. do przynajmniej 11 maja 2021 r. pełniła funkcję prokurenta samoistnego we Wrobud. Jak wprost wynika z przepisów prawa¹⁶⁹, funkcja ta wiąże się z wykonywaniem czynności sądowych i pozasądowych, jakie związane są z prowadzeniem przedsiębiorstwa. Pani Agnieszka Adrjan posiadała uprawnienia do reprezentacji Wrobud i dokonywania czynności w imieniu i na rzecz

¹⁶⁹ Art. 109¹ § 1 ustawy z 23 kwietnia 1964 r. - Kodeks cywilny (Dz.U. z 2024 r., poz. 1061).

spółki. Prezes Urzędu nie podziela więc stanowiska pani Agnieszki Adrjan, jakoby nie powinna była zostać uznana za osobę zarządzającą na gruncie przepisów u.o.k.k.

11.1.4. Michał Krzewiński

- (634) Prezes Urzędu uznał, że w okresie od 29 grudnia 2017 r. do przynajmniej 11 maja 2021 r. pan Michał Krzewiński był osobą zarządzającą w Landcar spółka z ograniczoną odpowiedzialnością sp.k. Powyższe wynika z faktu, że w tym okresie pan Michał Krzewiński był prezesem zarządu spółki Landcar sp. z o.o. będącej komplementariuszem Landcar spółka z ograniczoną odpowiedzialnością sp.k., która jest uprawniona do reprezentowania Landcar spółka z ograniczoną odpowiedzialnością sp.k.
- (635) W ramach pełnienia obowiązków prezesa zarządu Landcar sp. z o.o. pan Michał Krzewiński realnie reprezentował i zarządzał działalnością operacyjną Landcar spółka z ograniczoną odpowiedzialnością sp.k.

11.1.5. Paweł Białkowski

- (636) Prezes Urzędu uznał, że w okresie od 18 stycznia 2015 r. do przynajmniej 11 maja 2021 r. pan Paweł Białkowski był osobą zarządzającą w Marvel. We wskazanym okresie pan Paweł Białkowski pełnił bowiem funkcję prezesa zarządu tej spółki.
- (637) W ramach pełnienia obowiązków prezesa zarządu pan Paweł Białkowski kierował pracami zarządu spółki, odpowiadał za zarządzanie i nadzorowanie bieżącej działalności Marvel, a także za wprowadzanie do Marvel odpowiednich procedur oraz polityk. Ponadto pan Paweł Białkowski reprezentował spółkę w kontaktach z partnerami biznesowymi oraz wyznaczał zadania i cele dla osób zarządzających poszczególnymi działami wewnątrz spółki.

11.2. Odpowiedzialność za naruszenie osób zarządzających

Ramy prawne

- (638) Zgodnie z art. 6a u.o.k.k., w przypadku stwierdzenia naruszenia przez przedsiębiorcę zakazów określonych w art. 6 ust. 1 pkt 1-6 u.o.k.k. lub w art. 101 ust. 1 lit. a-e TFUE, odpowiedzialności podlega również osoba zarządzająca, która w ramach sprawowania swojej funkcji w czasie trwania stwierdzonego naruszenia tych zakazów umyślnie dopuściła przez swoje działanie lub zaniechanie do naruszenia przez tego przedsiębiorcę wymienionych zakazów. Przepis art. 6a u.o.k.k. wszedł w życie 18 stycznia 2015 r.
- (639) Prezes Urzędu uwzględnił fakt, że naruszenia reguł konkurencji mogą mieć charakter naruszeń jednolitych i ciągłych, tj. że może się na nie składać wiele zachowań rozłożonych w czasie.

Powyższe oznacza, że dla oceny przesłanki umyślności naruszenia (lub jej braku) po stronie osoby zarządzającej konieczne może być wzięcie pod uwagę całości zachowania składającego się na jednolite i ciągłe naruszenie.

- (640) Mając na względzie kontekst niniejszej sprawy należy mieć również na względzie, że zachowania składające się jednolite i ciągłe działanie (lub zaniechanie) mogą częściowo mieścić się w okresie, w którym dane zachowanie nie stanowiło deliktu, ale stało się nim w chwili wejścia w życie ustawy ustanawiającej odpowiednią normę zakazującą. Prezes Urzędu przyjmuje, że dla należytego odtworzenia subiektywnego elementu naruszenia dokonanego przez określoną osobę może być niezbędne uwzględnienie stosunku osoby do czynu w chwili zaangażowania się przez tę osobę w określoną działalność. Prezes Urzędu uznał, że w tego rodzaju sytuacji nie można przypisać osobie odpowiedzialności za okres przypadający przed objęciem określonego działania zakazem prawnym (*lex retro non agit*). Jednocześnie, stosunek osoby zarządzającej do działania w chwili podejmowania określonej działalności, która następnie jest kontynuowana po objęciu danego zachowania zakazem, nie pozostaje bez znaczenia dla oceny czynów tej osoby w okresie, gdy określone działanie mogło już stanowić naruszenie.

Zastosowanie prawa w niniejszej sprawie

11.2.1. Wojciech Szyszko

- (641) Prezes Urzędu przypisał panu Wojciechowi Szyszko odpowiedzialność za naruszenie art. 6a u.o.k.k. w okresie od 18 stycznia 2015 r. do 29 grudnia 2020 r. w związku z funkcją pełnioną w Kia Polska. Prezes Urzędu uznał, że zachowanie pana Wojciecha Szyszko bezpośrednio prowadziło do naruszenia dokonanego przez Kia Polska.
- (642) Z materiału dowodowego wynika, że pan Wojciech Szyszko miał wiedzę o podejmowanych z dystrybutorami ustaleniach cenowych. Przykładowo był on osobą dodaną na kopii w wiadomości e-mail z maja 2014 r., w której pracownik Kia Polska streszczał przebieg wizytacji w punkcie sprzedaży jednego z dealerów Kia Polska, wskazując jednocześnie na konieczność ustalenia zasad współpracy pomiędzy dealerami, tak aby wyeliminować ryzyko konkurencji: „*Mocna konkurencja pomiędzy dealerami wrocławskimi, którzy zaczynają prowadzić wojnę cenową. Planowane spotkanie w celu określenia wzajemnej współpracy.*” [akapit (293) decyzji].
- (643) Gdy 18 stycznia 2015 r. weszły w życie przepisy o odpowiedzialności osób zarządzających pan Wojciech Szyszko nie podjął aktywności służącej zakończeniu naruszenia dokonywanego przez Kia Polska, jak również podejmował działania prowadzące do czynienia przez Kia Polska ustaleń cenowych.

- (644) W marcu 2017 r. pracownik Kia Polska przekazał panu Wojciechowi Szyszko skargę na niezgodne z ustaloną polityką cenową działania dealera [akapit (355) decyzji]. W tym kontekście należy powołać również wiadomość przedstawiciela Kia Polska z lipca 2017 r., w której przekazał panu Wojciechowi Szyszko korespondencję od jednego z dealerów Kia Polska. Zawarł w niej zrzut ekranu z portalu Otomoto, zawierający ogłoszenie sprzedaży innego dealera, a także wyliczenia tego dealera wskazujące na to, że cena widniejąca w przedstawionym ogłoszeniu jest zaniżona w stosunku do ceny katalogowej [akapit (318) decyzji].
- (645) Materiał dowodowy wskazuje również, że pan Wojciech Szyszko otrzymując informację o zaniżeniu przez dealerów Kia Polska cen odsprzedaży, zlecał swoim podwładnym podjęcie określonych działań upominających względem takich dealerów. Przykładowo po otrzymaniu skargi z listopada 2016 r. od dealera Autocentrum Patecki na zaniżoną ofertę sprzedaży dealera [informacja prawnie chroniona], pan Wojciech Szyszko polecił pracownikowi Kia Polska: „*Niech [informacja prawnie chroniona] sprawdzi u [informacja prawnie chroniona] [kierownika sprzedaży w [informacja prawnie chroniona] – UOKiK] – potem podejmiemy akcję*”. W odpowiedzi na pytanie pracownika, jaką akcję pan Wojciech Szyszko ma na myśli, pan Wojciech Szyszko doprecyzował: „*Po pierwsze co klient mówi to nie zawsze prawda Po drugie – sprawdzić fakturę w [informacja prawnie chroniona] czy był rabat z naszej strony i na kogo (być może był flotowy rabat) W zależności od wyników wymierzmy karę*” [akapit (350) decyzji].
- (646) Dodatkowo pan Wojciech Szyszko miał również wiedzę o podejmowanych przez Kia Polska i jej dealerów ustaleniach podziałowych. Mianowicie był osobą, do której kierowano wiadomości e-mail, zawierające informacje o ustaleniach podziałowych dotyczących klientów prowadzących ośrodki szkolenia kierowców [akapity (168), (169), (170) decyzji]. Przykładowo w maju 2017 r. pracownik Kia Polska skierował do pana Wojciecha Szyszko sprawozdanie podsumowujące spotkanie z jednym z dealerów z Pomorza, na którym przedstawiciel Kia Polska miał uzyskać od tego dealera zapewnienie o przestrzeganiu obowiązującej zasady rejonizacji [akapity (169), (170) decyzji].
- (647) W ocenie Prezesa Urzędu zachowanie pana Wojciecha Szyszko było umyślne. Zgromadzony materiał dowodowy wskazuje, że pan Wojciech Szyszko uczestniczył w podejmowaniu ustaleń między Kia Polska a dealerami. Dodatkowo, jak wynika z materiału dowodowego pan Wojciech Szyszko miał również świadomość bezprawności działań polegających na ustalaniu cen i podziale rynku. Wprost wskazuje na to wewnętrzna korespondencja e-mail z kwietnia 2019 r., w której [informacja prawnie chroniona] w Kia Polska poinformowała m.in. pana Wojciecha Szyszko, że Prezes Urzędu wszczął postępowanie dotyczące sprzedawców samochodów ciężarowych [akapit (377) decyzji]. Również wiadomością z czerwca 2019 r.

[informacja prawnie chroniona] w Kia Polska poinformowała pana Wojciecha Szyszko o wszczęciu przez Prezesa Urzędu kolejnego postępowania antymonopolowego przeciwko podmiotom z branży samochodowej: „*Jest kolejne postępowanie w naszej branży. Tym razem Iveco i też w ciężarówkach. Już są po przeszukaniach.*” [akapit (378) decyzji].

- (648) Mając na względzie powyższe Prezes Urzędu przypisał panu Wojciechowi Szyszko w związku z jego działaniami i zaniechaniami odpowiedzialność na podstawie art. 6a u.o.k.k. w odniesieniu do okresu od 18 stycznia 2015 r. do 29 grudnia 2020 r., w kontekście naruszenia przez Kia Polska art. 101 ust. 1 lit. a i c TFUE oraz art. 6 ust. 1 pkt 1 i 3 u.o.k.k.

11.2.2. Leszek Sukiennik

- (649) Prezes Urzędu przypisał panu Leszkowi Sukiennikowi odpowiedzialność za naruszenie art. 6a u.o.k.k. w okresie od 8 lutego 2016 r. do 11 maja 2021 r. w związku z funkcjami pełnionymi w Kia Polska. Prezes Urzędu uznał, że zachowanie pana Leszka Sukiennika bezpośrednio prowadziło do naruszenia dokonanego przez Kia Polska.

- (650) Z materiału dowodowego wynika, że pan Leszek Sukiennik miał wiedzę o korespondencji e-mail, jaka była wymieniana między przedstawicielami Kia Polska i dealerami, w której dealerzy informowali o odstępstwach od polityki cenowej obowiązującej wewnątrz sieci dealerskiej. Pracownicy Kia Polska przekazywali do wiadomości pana Leszka Sukiennika skargi dealerów na zaniżanie cen odsprzedaży przez innych dystrybutorów [akapity (318), (350), (367) decyzji]. Przykładowo, pracownik Kia Polska przekazał do pana Leszka Sukiennika skargę z maja 2020 r. na politykę rabatową innego z uczestników sieci dealerskiej. Pracownik Kia Polska wyjaśnił panu Leszkowi Sukiennikowi, że oferta dealera zawierała zawyżony rabat, ponieważ „*dali [informacja prawnie chroniona] % (należało się [informacja prawnie chroniona] %)*” [akapit (367) decyzji].

- (651) Niekiedy skargi od dealerów Kia Polska były kierowane bezpośrednio do pana Leszka Sukiennika. Potwierdza to wiadomość e-mail ze stycznia 2020 r., w której pracownik jednego z dystrybutorów wskazał: „*Przed chwilą dostaliśmy wiadomość (poniżej) że przebija nas inny salon KIA. Przedstawione przez nas ceny wynikały z przyznanej przez Pana grupy rabatowej plus delikatna korekta w dół ok [informacja prawnie chroniona] zł na sztuce, [informacja prawnie chroniona] (...) W odpowiedzi na poniższego maila w dniu dzisiejszym prześlę do firmy OTP dodatkową ofertę o którą proszę, a także wyjaśnienie że wspomniana przez nich kontroferta z pewnością jest nieporozumieniem ponieważ polski importer ma spójną i jednorodną politykę cenową. Proszę także o wyjaśnienie sprawy względem potencjalnego nieuczciwego dealera KIA. Jeżeli tylko uda nam się uzyskać od klienta jego nazwę niezwłocznie Pana poinformujemy*” [akapit (329) decyzji]. Podobnie, w wiadomości z sierpnia 2020 r. dystrybutor Kia Polska poskarżył się na jednego z uczestników sieci dealerskiej i

kierując wiadomość bezpośrednio do pana Leszka Sukiennika, poprosił o jego zdyscyplinowanie tak aby „już na starcie” nie oddawał całej marży kontrahentowi [akapit (332) decyzji].

- (652) W przypadku otrzymania informacji o stosowaniu niewłaściwej polityki cenowej przez sieć dealerską, pan Leszek Sukiennik prosił podwładnych w Kia Polska o sprawdzenie oferty dealera, którego skarga dotyczyła. Tak było w przypadku skargi przedstawicielki dealera Leszek Liszyński Lee Motors na stosowanie przez dealera **[informacja prawnie chroniona]** zaniżonych cen. Pan Leszek Sukiennik polecił pracownikowi Kia Polska przeliczenie oferty tego dealera: „**[informacja prawnie chroniona]** [pracownik Kia Polska zatrudniony na stanowisku zastępcy kierownika sprzedaży i logistyki – UOKiK] *proszę niech ktoś w zespole dokładnie przeliczy ten przypadek.*” [akapit (355) decyzji].
- (653) Z kolei w sierpniu 2020 r. po otrzymaniu skargi na dealera, który przedstawił klientowi ofertę niezgodną z polityką Kia Polska, tj. ofertę zawierającą wartości procentowe rabatów i ceny specjalne, a nie tylko ceny katalogowe, pan Leszek Sukiennik polecił współpracownikom: „*Drodzy, Proszę zrobić z tym porządek*” [akapit (331) decyzji].
- (654) Pan Leszek Sukiennik był również jedną z osób, które otrzymały wiadomość e-mail, w której inny pracownik Kia Polska odpowiedział dealerowi AS Motors na skargę na nieprzestrzeganie przez innego dealera ustaleń cenowych dotyczących stosowania ustalonego poziomu rabatów flotowych [akapit (348) decyzji]. We wspomnianej korespondencji pracownik Kia Polska informuje skarżącego, że zweryfikował otrzymany sygnał i jednocześnie zachęca skarżącego do wymiany informacji pomiędzy dealerami: „*Na przyszłość proponuję weryfikować takie informacje z kolegami dealerami*”.
- (655) Jak wynika z materiału dowodowego, pan Leszek Sukiennik miał również wiedzę o podejmowanych przez Kia Polska i jej dealerów ustaleniach podziałowych [akapity (168), (169), (170) decyzji]. Przykładowo świadczy o tym wiadomość e-mail, w której pracownik Kia Polska poinformował pana Leszka Sukiennika o spotkaniu z dealerem z Pomorza, a także uzyskanej od tego dealera deklaracji o stosowaniu się do obowiązującej w sieci dealerskiej zasady rejonizacji w sprzedaży do klientów stanowiących ośrodki szkolenia kierowców [akapit (169) decyzji]. Pan Leszek Sukiennik dokładnie znał założenia wprowadzonej przez Kia Polska polityki sprzedaży pojazdów do ośrodków szkolenia kierowców, szczegółowo opisując ją w wiadomości skierowanej do przedstawicielki Kia Polska [akapit (170) decyzji]. Do wiadomości pana Leszka Sukiennika kierowano również korespondencję dotyczącą postępowania wobec dealera Kia Polska, który nie zastosował się do ustalonych reguł podziału rynku [akapit (171) decyzji].

- (656) Prezes Urzędu uznał, że służące naruszeniu zachowanie pana Leszka Sukiennika było umyślne. Zgromadzony materiał dowodowy wskazuje, że pan Leszek Sukiennik uczestniczył w podejmowaniu ustaleń cenowych między Kia Polska a dystrybutorami. Dodatkowo, jak wynika z materiału dowodowego pan Leszek Sukiennik miał świadomość, że działania polegające na ustalaniu cen i podziale rynku są sprzeczne z przepisami ochrony konkurencji. Potwierdza to dowód w postaci korespondencji e-mail z kwietnia 2019 r., w której w odpowiedzi na wiadomości **[informacja prawnie chroniona]** w Kia Polska, że Prezes Urzędu wszczął postępowanie dotyczące sprzedawców samochodów ciężarowych. Pan Leszek Sukiennik wskazał, że powinna ona pojechać na konferencję prasową zorganizowaną w tej sprawie przez Prezesa Urzędu: *„Powinnaś pojechać i posłuchać, aby później nam móc opowiedzieć. Byłbym bardzo zobowiązany”*, a w kolejnej wiadomości przekazał współpracownikom: *„Rozmawiałem z uczestnikiem spotkania. Trafiło firmę DBK Truck. Grupa sprzedająca Trucki w EU. Jest zmowa pomiędzy oddziałami. Ponoć były już interwencja na poziomie Zarządu PL – żadnych działań 2gio krok interwencja na poziomie Zarządu EU – żadnych działań Dlatego zostały podjęte kroki.”* [akapit (377) decyzji]. Również w wiadomości z czerwca 2019 r. **[informacja prawnie chroniona]** w Kia Polska poinformowała pana Leszka Sukiennika o wszczęciu przez Prezesa Urzędu kolejnego postępowania antymonopolowego przeciwko podmiotom z branży samochodowej, kierując do niego następujące słowa: *„Jest kolejne postępowanie w naszej branży. Tym razem Iveco i też w ciężarówkach. Już są po przeszukaniach.”* [akapit (378) decyzji].
- (657) Z kolei w ramach korespondencji wewnętrznej Kia Polska, odnoszącej się do jednej ze skarg dealera pan Leszek Sukiennik podsumował zaistniałą sytuację i zalecił swoim pracownikom całkowitą dyskrecję w rozmowach z dealerem: *„Proszę o daleko idącą ostrożność w prowadzeniu takich korespondencji i rozmów przez zoom’a, aby nie było cienia wątpliwości, że nie wpływamy na ostateczną cenę oferty. Absolutnie nie może być rozmów o jakiegokolwiek regulacji – tak jak napisałeś – ponad to co jest napisane w biuletynie flotowym. Jeżeli będziesz potrzebował pomocy w zakresie tego call’a jestem do dyspozycji (...)”* [akapit (331) decyzji].
- (658) Dodatkowo w lutym 2021 r. wewnątrz Kia Polska odbyło się szkolenie z prawa konkurencji przeprowadzone przez prawników zewnętrznych, których przedmiotem były najnowsze praktyki orzecznicze Prezesa Urzędu. Po odbyciu przedmiotowego webinaru, pan Leszek Sukiennik, mając pełne wyobrażenie o konsekwencjach prawnych działań Kia Polska, stwierdził w wewnętrznej korespondencji: *„Bardzo mi zależy, aby powstał dokument do podpisania przez wszystkich kierowników/managerów/dyrektorów, Aby każdy był świadomy jaka stoi przed nami wszystkim odpowiedzialność w obszarze ograniczania lub naruszenia swobody konkurencji i jakie grożą za to sankcje dla firmy i bezpośrednio osób.”* [akapit (380) decyzji].

- (659) Mając na względzie powyższe Prezes Urzędu przypisał panu Leszkowi Sukiennikowi w związku z jego działaniami i zaniechaniami odpowiedzialność na podstawie art. 6a u.o.k.k. w odniesieniu do okresu od 8 lutego 2016 r. do 11 maja 2021 r., w kontekście naruszenia przez Kia Polska art. 101 ust. 1 lit. a i c TFUE oraz art. 6 ust. 1 pkt 1 i 3 u.o.k.k.

Zastrzeżenia zgłoszone przez pana Leszka Sukiennika

- (660) Prezes Urzędu nie podzielił stanowiska pana Leszka Sukiennika o braku możliwości przypisania mu umyślności ze względu na brak podjęcia w sposób umyślny zachowań z zamiarem dopuszczenia do naruszenia przez Kia Polska zakazu zawierania niedozwolonych w świetle prawa konkurencji porozumień. Dla odpowiedzialności uregulowanej w art. 6a u.o.k.k. nie jest istotne bowiem, czy osoba zarządzająca była świadoma treści zakazów przewidzianych w art. 6 u.o.k.k. i art. 101 TFUE.
- (661) Działania pana Leszka Sukiennika wskazane w punktach 11.2.2. uzasadnienia decyzji miały bezpośrednio służyć przestrzeganiu przez dystrybutorów ustaleń podziałowych i cenowych, a co za tym idzie odznaczały się umyślnością. Mając na uwadze, że odpowiedzialność wynikająca z art. 6a u.o.k.k. ma charakter odpowiedzialności administracyjnej, a nie karnej, wskazać należy, że „umyślne dopuszczenie”, o którym mowa w tym przepisie odnosi się do podejmowanych przez osobę zarządzającą działań lub zaniechań, które prowadzić mogą do ograniczenia przez przedsiębiorcę konkurencji na rynku, a nie do umyślnego naruszenia przez przedsiębiorcę przepisów u.o.k.k. lub TFUE.
- (662) Niezależnie od powyższego, Prezes Urzędu dysponuje materiałem dowodowym wskazującym, że pan Leszek Sukiennik miał jednak świadomość, że działania polegające na ustalaniu cen i podziale rynku są sprzeczne z przepisami ochrony konkurencji. Na powyższe wskazuje korespondencja e-mail, z której treści wynika, że pan Leszek Sukiennik śledził działania Prezesa Urzędu w zakresie ochrony konkurencji¹⁷⁰, zalecał współpracownikom dyskrecję w rozmowach z dealerami „aby nie było cienia wątpliwości, że nie wpływamy na ostateczną cenę oferty”¹⁷¹, czy uczestniczył w szkoleniach z prawa konkurencji, których przedmiotem były najnowsze praktyki orzecznicze Prezesa Urzędu¹⁷².
- (663) Ponadto pan Leszek Sukiennik, wskazując na brak swojej odpowiedzialności za naruszenie, odniósł się do oceny działań Kia Polska i uczestnictwa przez spółkę w naruszeniu, przedstawiając argumentację zbieżną ze stanowiskiem Kia Polska w odpowiedzi na SUZ. Szczegółowa argumentacja w tym zakresie została przedstawiona w akapitach od (445) i n.

¹⁷⁰ Por. akapity (377) i (378) decyzji.

¹⁷¹ Por. akapit (331) decyzji.

¹⁷² Por. akapit (380) decyzji.

decyzji w odniesieniu do stanowiska Kia Polska i w tym miejscu Prezes Urzędu ją podtrzymuje.

11.2.3. Agnieszka Adrjan

- (664) Prezes Urzędu przypisał pani Agnieszce Adrjan odpowiedzialność za naruszenie art. 6a u.o.k.k. w okresie od 2 czerwca 2017 r. do 11 maja 2021 r. w związku z funkcją pełnioną we Wrobud. Prezes Urzędu uznał, że zachowanie pani Agnieszki Adrjan bezpośrednio prowadziło do naruszenia dokonanego przez Wrobud.
- (665) Należy wskazać, że pani Agnieszka Adrjan przed objęciem funkcji prokurenta samoistnego w dniu 2 czerwca 2017 r., posiadała wiedzę na temat uczestnictwa Wrobud w ustaleniach cenowych i podziałowych z Kia Polska. Na okoliczność posiadania przez panią Agnieszkę Adrjan wiedzy o ustaleniach cenowych wskazują wiadomości e-mail wymieniane przez nią w ramach dwustronnej korespondencji z przedstawicielami innych dealerów [akapity (287), (288) decyzji]. Przykładowo w wiadomości e-mail z 9 października 2015 r. pani Agnieszka Adrjan wymieniała się informacjami na temat cen z pracownikiem dealera Gam, który zarzucił, że handlowcy we Wrobud zaoferowali klientowi auto „na zerowych marżach”. Odpowiadając na zapytanie pani Agnieszka Adrjan przedstawiła szczegółowe informacje na temat rabatu i warunków finansowania udzielonych temu kontrahentowi przez Wrobud [akapit (288) decyzji]. Jak wynika z materiału dowodowego pani Agnieszka Adrjan była również osobą, która w korespondencji z klientami odmawiała przedstawienia konkurencyjnej oferty do tej zaproponowanej uprzednio przez innego dealera Kia Polska i informowała, że cennik i zasady udzielania rabatów są jednolite w sieci dealerskiej Kia Polska [akapity (229), (230), (232), (233) decyzji]. Ponadto pani Agnieszka Adrjan realizowała założenia ustalonego podziału rynku i odsyłała klientów do lokalnych dealerów, najbliższych względem ich miejsca zamieszkania lub siedziby [akapity (229), (230), (232), (233) decyzji].
- (666) Po objęciu przez panią Agnieszkę Adrjan funkcji prokurenta samoistnego w dniu 2 czerwca 2017 r., mimo posiadanej wiedzy o udziale Wrobud w naruszeniu, pani Agnieszka Adrjan nie podjęła działań mających na celu zaprzestanie uczestnictwa Wrobud w ograniczającym konkurencję porozumieniu. Dodatkowo jak wynika z materiału dowodowego, po objęciu nowej funkcji w spółce nadal realizowała założenia polityki cenowej i podziałowej ustalonej wewnątrz sieci dealerskiej Kia Polska. Pani Agnieszka Adrjan nadal odmawiała przedstawienia ofert potencjalnym kontrahentom Wrobud, wskazując na jednolitą politykę cenową sieci dealerskiej i odsyłając klientów do lokalnych dealerów [akapity (236)-(243) decyzji], wskazując przykładowo: „*Proszę o kontakt z Pana lokalnym dealerem, oszczędzi to Panu ewentualnych dalekich wyjazdów i czasu poświęconego na zakup samochodu ponieważ cennik oraz zasady udzielania rabatów są jednolite w sieci dealerskiej Kia*” [akapit (236)

decyzji]. Ponadto pani Agnieszka Adrjan kierowała do Kia Polska wiadomości e-mail wskazujące, że Wrobud stosuje się do obowiązującego podziału rynku w odniesieniu do klientów prowadzących ośrodki szkolenia kierowców [akapit (174) decyzji].

- (667) Dodatkowo pani Agnieszka Adrjan była osobą dodaną na kopii w wiadomości e-mail, z treści której wynika, że pracownicy Wrobud prosili o interwencję Kia Polska w sytuacji, kiedy inny dealer Kia Polska składał ofertę klientowi, który „należał” do WOA Wrobud (obejmującego teren w województwie dolnośląskim). Jak wskazano w powołanej korespondencji, klient otrzymał korzystniejszą ofertę od dealera z Katowic, a przedstawiciel Wrobudu przesłał przedstawicielowi Kia Polska ofertę i poprosił o zablokowanie tego klienta i interwencję [akapity (164), (325) decyzji]. Ponadto do pani Agnieszki Adrjan przedstawiciele Kia Polska kierowali raporty podsumowujące wizyty w salonie Wrobud, w których wskazywali, czy ceny w jakich Wrobud wystawia samochody na portalu Otomoto są zgodne z katalogiem [akapit (299) decyzji].
- (668) Prezes Urzędu uznał, że zachowanie pani Agnieszki Adrjan było umyślne. Opisane wyżej dowody wskazują wprost, że pani Agnieszka Adrjan miała świadomość istnienia ustaleń, które składały się na naruszenie. Pani Agnieszka Adrjan zdawała sobie sprawę, że współpraca pomiędzy uczestnikami sieci dealerskiej Kia Polska zmierza do ograniczenia konkurencji, a mimo tego utrzymywała i realizowała przyjęte założenia porozumienia.
- (669) Mając na względzie powyższe Prezes Urzędu przypisał pani Agnieszce Adrjan w związku z jej działaniami i zaniechaniami odpowiedzialność na podstawie art. 6a u.o.k.k. w odniesieniu do okresu od 2 czerwca 2017 r. do 11 maja 2021 r., w kontekście naruszenia przez Wrobud art. 101 ust. 1 lit. a i c TFUE oraz art. 6 ust. 1 pkt 1 i 3 u.o.k.k.

Zastrzeżenia zgłoszone przez panią Agnieszkę Adrjan

- (670) Pani Agnieszka Adrjan wskazała, że zgromadzony przez Prezesa Urzędu materiał dowodowy, dotyczący Wrobud, w większości przedstawia wiadomości e-mail wysyłane przez innych dealerów do Wrobud, których to wiadomości pani Agnieszka Adrjan nie czytała, gdyż posługiwała się imiennym adresem poczty. Ogólny adres e-mail spółki Wrobud pod nazwą **[informacja prawnie chroniona]** był tylko „do wglądu” pani Agnieszki Adrjan, a jego obsługa nie leżała w zakresie jej obowiązków.
- (671) Odnosząc się do powyższego stanowiska Prezes Urzędu wskazuje, że ze zgromadzonego materiału dowodowego wynika, że pani Agnieszka Adrjan miała faktyczny wpływ na naruszenie Wrobud. W tym miejscu można wskazać chociażby na wiadomość z marca 2019 r., w której pani Agnieszka Adrjan wskazała pracownikowi Wrobud, aby nie oferował klientowi oferty z ceną niższą od ceny wskazanej przez konkurenta: „*Panie Karolu, Nie*

bierzemy udziału w konkursach cenowych. Wyłącznie jakość obsługi!"¹⁷³. Jednocześnie Prezes Urzędu dysponuje dowodami¹⁷⁴, wskazującymi na to, że pani Agnieszka Adrjan informowała klientów o jednolitej polityce cenowej w sieci Kia Polska i polecała skorzystanie z usług lokalnego dealera, korzystając z ogólnego adresu pod nazwą **[informacja prawnie chroniona]** należącego do Wrobud. Nie można także zgodzić się z panią Agnieszką Adrjan, jakoby fakt, że nie czytała wszystkich wiadomości e-mail, które przychodziły na jej skrzynkę pocztową, stanowił okoliczność wyłączającą jej odpowiedzialność. Zgromadzony materiał dowodowy wskazuje na to, że pani Agnieszka Adrjan miała świadomość o uczestnictwie Wrobud w naruszeniu i samodzielnie wysyłała klientom wiadomości, realizujące założenia porozumienia¹⁷⁵.

11.2.4. Michał Krzewiński

- (672) Prezes Urzędu przypisał panu Michałowi Krzewińskiemu odpowiedzialność za naruszenie art. 6a u.o.k.k. w okresie od 29 grudnia 2017 r. do 11 maja 2021 r. w związku z funkcją pełnioną w Landcar. Prezes Urzędu uznał, że zachowanie pana Michała Krzewińskiego bezpośrednio prowadziło do naruszenia dokonanego przez Landcar spółka z ograniczoną odpowiedzialnością sp.k.
- (673) Należy wskazać, że Landcar stał się dealerem Kia Polska 29 grudnia 2017 r. w związku z wniesieniem aportem do spółki komandytowej przedsiębiorstwa poprzedniego dealera – Landcar Dariusz Krzewiński (pan Dariusz Krzewiński równocześnie stał się komandytariuszem Landcar spółka z ograniczoną odpowiedzialnością sp.k.). Prezes Urzędu uwzględnił jednak, że przed 29 grudnia 2017 r. pan Michał Krzewiński działał już w strukturze sieci dealerskiej Kia Polska, pełniąc funkcję „pełnomocnika właściciela” Landcar Dariusz Krzewiński. Ze zgromadzonego materiału dowodowego wynika, że już w tym okresie pan Michał Krzewiński posiadał wiedzę o istniejącym w sieci porozumieniu cenowym. Świadczy o tym wiadomość e-mail z lipca 2015 r., w której pan Michał Krzewiński zwrócił się do opiekuna regionalnego z Kia Polska ze skargą o niestosowanie się do antykonkurencyjnych ustaleń przez dealera **[informacja prawnie chroniona]** poprzez przedstawienie klientowi zaniżonej oferty [akapit (312) decyzji].
- (674) Po 29 grudnia 2017 r., kiedy Landcar stał się dealerem Kia Polska, pan Michał Krzewiński nie podjął działań służących zakończeniu naruszenia. W tym kontekście należy wskazać na wiadomość z marca 2018 r., w której pracownik Landcar wysłał do przedstawiciela Kia Polska skargę na zaniżoną ofertę innego dealera, przesyłając jednocześnie kopię wiadomości do pana

¹⁷³ Akapit (244) Decyzji.

¹⁷⁴ Akapity (236)-(243) Decyzji.

¹⁷⁵ Akapity (229), (230), (232), (233) Decyzji.

Michała Krzewińskiego [akapit (321) decyzji]. Pan Michał Krzewiński podejmował także aktywne działania, mające na celu koordynowanie udziału Landcar w ustaleniach cenowych z innymi dystrybutorami oraz z Kia Polska. Zgromadzony materiał dowodowy wskazuje na to, że polityka cenowa dotycząca sprzedaży samochodów osobowych marki Kia była kwestią rozmów pomiędzy panem Michałem Krzewińskim a panem Pawłem Białkowskim – prezesem zarządu Marvel. W wiadomości z marca 2020 r. pan Paweł Białkowski zarzucił Landcar przygotowanie korzystniejszej cenowo oferty klientowi, który zwrócił się wcześniej do Marvel. W odpowiedzi pan Michał Krzewiński wskazał, że Landcar respektuje poczynione przez dystrybutorów ustalenia oraz zaoferował cenę tożsamą z Marvel. Dodatkowo pan Michał Krzewiński polecił pracownikowi Landcar weryfikację prawidłowości złożonej oferty i w przypadku gdyby Landcar zaproponował niższą cenę, niżby to wynikało z zawartego porozumienia cenowego, Landcar miałby „puścić przelew na dom dziecka” [akapit (289) decyzji]. W ten sposób pan Michał Krzewiński chciał udowodnić, że stosuje się do przyjętych ustaleń, a zaistniała sytuacja stanowi jedynie nieporozumienie, które nie będzie rzutować na dalszą realizację ustaleń pomiędzy dealerami. Ponadto w kwietniu 2020 r. pan Michał Krzewiński przekazał opiekunowi regionalnemu z Kia Polska, odpowiedzialnemu za współpracę z Landcar, skargę swojego pracownika na zaniżone ceny, zawarte w ogłoszeniu na portalu internetowym, umieszczonym przez inny salon sprzedaży [akapit (330) decyzji].

- (675) W powyższym kontekście Prezes Urzędu stwierdził, że materiał dowodowy wskazuje, że pan Michał Krzewiński dopuścił się zaniechania, a także podejmował działania, które doprowadziły do naruszenia przez Landcar spółka z ograniczoną odpowiedzialnością sp.k. reguł konkurencji w zakresie niedozwolonych ustaleń cenowych. Jednocześnie Prezes Urzędu stwierdził, że brak jest dowodów, że pan Krzewiński wiedział lub powinien był wiedzieć o tym, że poza ustaleniami cenowymi, podejmowane były również ustalenia podziałowe.
- (676) Prezes Urzędu uznał, że zachowanie pana Michała Krzewińskiego nosiło cechę umyślności. Z przytoczonych powyżej dowodów wynika, że pan Michał Krzewiński pomimo wiedzy, co do istniejącego w sieci dealerskiej Kia Polska porozumienia ograniczającego konkurencję, godził się na uczestnictwo Landcar w tymże porozumieniu i nie zaniechał podjęcia działań zmierzających do zakończenia udziału tej spółki w naruszeniu. Dodatkowo w ocenie Prezesa Urzędu celem działania pana Michała Krzewińskiego było wyeliminowanie konkurencji pomiędzy Landcar a jego konkurentami.
- (677) Mając na względzie powyższe Prezes Urzędu przypisał panu Michałowi Krzewińskiemu w związku z jego zaniechaniami i działaniami odpowiedzialność na podstawie art. 6a u.o.k.k. w odniesieniu do okresu od 29 grudnia 2017 r. do 11 maja 2021 r., w kontekście naruszenia przez Landcar spółka z ograniczoną odpowiedzialnością sp.k. art. 101 ust. 1 lit. a TFUE oraz art. 6 ust. 1 pkt 1 u.o.k.k.

11.2.5. Paweł Białkowski

- (678) Prezes Urzędu przypisał panu Pawłowi Białkowskiemu odpowiedzialność za naruszenie art. 6a u.o.k.k. w okresie od 18 stycznia 2015 r. do 11 maja 2021 r. w związku z funkcją pełnioną w Marvel. Prezes Urzędu uznał, że zachowanie pana Pawła Białkowskiego bezpośrednio prowadziło do naruszenia dokonanego przez Marvel.
- (679) Jak wynika ze zgromadzonego materiału dowodowego, pan Paweł Białkowski był świadomy, że w sieci dealerskiej Kia Polska istnieje porozumienie dotyczące podziału klientów. Gdy pan Paweł Białkowski został posądzony przez dealera z [informacja prawnie chroniona] o to, że w czasie przeprowadzonego spotkania z przedstawicielami OSK nie poinformował uczestników, że w celu zakupu pojazdów do nauki jazdy powinni odwiedzić tego właśnie dealera, prezes zarządu Marvel wskazał, że było wprost przeciwnie: „*poinformowałem wszystkich uczestników (około 50 osób na sali), że Dealerem dedykowanym do obsługi Auto Szkół w [informacja prawnie chroniona] jest firma [informacja prawnie chroniona] – Autoryzowany Dealer Kia (...)*” [akapit (168) decyzji]. Z powyższej wiadomości wynika, że pan Paweł Białkowski realizował założenia, jakie wynikały z zawartego porozumienia i polecił klientom skorzystanie z usług konkurencyjnego dealera. Ponadto pan Paweł Białkowski skomentował powyższą sprawę w następujący sposób: „*Odnoszę wrażenie, że Ryszard [przedstawiciel dealera z [informacja prawnie chroniona] – UOKiK] nie zna założeń programu i traktuje nas jak konkurencję na swoim rynku, a przecież jest odwrotnie [podkreślenie własne – UOKiK]*” [akapit (168) decyzji]. Powyższa wypowiedź świadczy o tym, że pan Paweł Białkowski był świadomy, że przedmiotowe porozumienie ma na celu doprowadzenie do sytuacji, w której pozostali dealerzy Kia Polska z konkurentów i naturalnych rywali rynkowych, staną się podmiotami udzielającymi wsparcia co do działań na rynku.
- (680) Zgromadzony materiał dowodowy świadczy też o tym, że pan Paweł Białkowski był świadomy uczestnictwa Marvel w omówionym powyżej porozumieniu podziałowym. Na wiedzę pana Pawła Białkowskiego w tym zakresie wskazuje wiadomość e-mail z marca 2017 r., w której pracownik Marvel poprosił pracownika Kia Polska o podjęcie stosownej interwencji w zakresie oferty innego dealera, sporządzonej wbrew ustaleniom podziałowym panującym w sieci dealerskiej. Kopia tej korespondencji została przesłana do wiadomości pana Pawła Białkowskiego [akapit (173) decyzji].
- (681) Ponadto Prezes Urzędu jest w posiadaniu dowodów wskazujących na to, że pan Paweł Białkowski swoim działaniem przyczynił się do uczestnictwa Marvel w porozumieniu cenowym. Z racji tego, że Marvel operował na obszarze, który częściowo pokrywał się z WOA innego dealera – Landcar, Kia Polska dała znać obu dealerom, że przypadki „podkupowania

klientów” będą się wiązały z konsekwencjami [akapit (158) decyzji]. Pan Paweł Białkowski realizował powyższe założenia i w marcu 2020 r. przeprowadził rozmowę z panem Michałem Krzewińskim (Landcar), której przedmiotem był przypadek „podkupienia klienta” przez Landcar [akapit (289) decyzji]. Pan Paweł Białkowski wskazał panu Michałowi Krzewińskiemu: *„W odniesieniu do naszych ostatnich rozmów odnośnie polityki cenowej, przesyłam Ci wewnętrzną korespondencję, którą dostałem wczoraj do wiadomości od naszego kierownika salonu z Kia. Przeczytaj proszę i zweryfikuj. Zwróć uwagę, jeśli możesz żeby takich rzeczy nie robić, szczególnie w obecnych czasach w myśl zasady szanujemy się wzajemnie”*. W odpowiedzi pan Michał Krzewiński zapewnił, że Landcar trzyma się ustaleń oraz że dystrybutorzy powinni uważać na możliwość manipulacji przez klientów. Pan Paweł Białkowski przyznał panu Michałowi Krzewińskiemu rację, wskazując na to, jakie znaczenie ma wymiana informacji pomiędzy pracownikami salonów sprzedaży: *„Oczywiście klient może rozgrywać - po to żeby uzyskać najlepszą ofertę, i po to nasi Kierownicy powinni być w kontakcie”*. Pan Paweł Białkowski nie ustąpił jednak ze stanowiska, że Landcar przedstawił ofertę odmienną od oferty Marvel – co było niezgodne z porozumieniem – i przedstawił panu Michałowi Krzewińskiemu stosowne wyliczenia: *„porównując jeden do jednego, nawet gdyby tych opon pani Justyna [pracownik Landcar – UOKiK] nie obiecała, to: Samochód został u nas sprzedany za [informacja prawnie chroniona] zł [informacja prawnie chroniona] (cena około [informacja prawnie chroniona] zł) w porównaniu do oferty Pani Justyny [informacja prawnie chroniona] - daje to finalnie różnicę około [informacja prawnie chroniona] zł niżę od nas, co stanowi ponad [informacja prawnie chroniona] % wartości pojazdu. Więc raczej oferty nie są porównywalne”*.

- (682) Z powyższych względów Prezes Urzędu uznał, że pan Paweł Białkowski posiadał wiedzę na temat uczestnictwa Marvel w ustaleniach podziałowych z innymi uczestnikami sieci dystrybucyjnej Kia Polska i nie podjął działań służących zaprzestaniu udziału Marvel w tej praktyce. Pan Paweł Białkowski podejmował także aktywne działania, mające na celu dostosowanie polityki cenowej innego dealera do uzgodnień cenowych poczynionych z Kia Polska.
- (683) Prezes Urzędu uznał, że zachowanie pana Pawła Białkowskiego nosiło cechę umyślności. Opisane wyżej dowody wskazują wprost, że pan Paweł Białkowski zmierzał do utrzymania i realizacji ustaleń cenowych i podziałowych przez Marvel oraz innych uczestników sieci dystrybucyjnej Kia Polska, które składały się na naruszenie. Dodatkowo, jak wynika z materiału dowodowego pan Paweł Białkowski miał świadomość bezprawności podejmowanych działań. Wskazuje na to dowód w postaci wiadomości e-mail z kwietnia 2021 r., zatytułowanej „Warte przeczytania”, w której pan Paweł Białkowski przesłał do przedstawiciela Kia Polska treść komunikatu prasowego Prezesa Urzędu dotyczącego

wszczęcia postępowania antymonopolowego przeciwko przedsiębiorcom oraz ich osobom zarządzającym, zajmującym się sprzedażą samochodów ciężarowych [akapit (379) decyzji]. Tym samym pan Paweł Białkowski miał świadomość, że działania polegające na ustalaniu cen i podziale rynku są sprzeczne z przepisami ochrony konkurencji.

- (684) Mając na względzie powyższe Prezes Urzędu przypisał panu Pawłowi Białkowskiemu w związku z jego działaniami i zaniechaniami odpowiedzialność na podstawie art. 6a u.o.k.k. w odniesieniu do okresu od 18 stycznia 2015 r. do 11 maja 2021 r., w kontekście naruszenia przez Marvel art. 101 ust. 1 lit. a i c TFUE oraz art. 6 ust. 1 pkt 1 i 3 u.o.k.k.

12. Kary pieniężne nałożone na podstawie art. 106 u.o.k.k.

Ramy prawne

- (685) Zgodnie z art. 106 ust. 1 pkt 1 u.o.k.k. Prezes Urzędu może nałożyć na przedsiębiorcę, w drodze decyzji, karę pieniężną w wysokości nie większej niż 10% obrotu osiągniętego w roku obrotowym poprzedzającym rok nałożenia kary, jeżeli przedsiębiorca ten, choćby nieumyślnie, dopuścił się naruszenia zakazu określonego w art. 6 u.o.k.k., w zakresie niewyłączonym na podstawie art. 7 i art. 8 u.o.k.k.
- (686) Zgodnie z art. 106 ust. 1 pkt 2 u.o.k.k., karę w tej samej maksymalnej wysokości Prezes Urzędu może nałożyć na przedsiębiorcę, który naruszył art. 101 TFUE.
- (687) Zgodnie z orzecznictwem unijnym, w sprawach, w których narodowy organ ochrony konkurencji stwierdza jednocześnie naruszenie prawa unijnego i prawa krajowego, możliwe jest przyjęcie różnych sposobów nałożenia kary.¹⁷⁶ Możliwe jest nałożenie dwóch odrębnych kar w jednej sprawie – jednej za naruszenie prawa unijnego i jednej za naruszenie prawa ustanowionego przez Państwo Członkowskie – lub nałożenie jednej kary za oba naruszenia.
- (688) Zgodnie z art. 111 ust. 1 pkt 1 u.o.k.k. Prezes Urzędu, 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 Urzędu ocenia biorąc pod uwagę okoliczności dotyczące natury naruszenia, działalności przedsiębiorcy, która stanowiła przedmiot naruszenia oraz specyfiki rynku, na którym doszło do naruszenia.
- (689) Prezes Urzędu, przy wymierzaniu kar pieniężnych, bierze pod uwagę występujące w sprawie okoliczności obciążające i łagodzące, o których mowa w art. 111 ust. 3-4 u.o.k.k.

¹⁷⁶ Wyrok Trybunału Sprawiedliwości z 3 kwietnia 2019 r. w sprawie C-617/17, *Powszechny Zakład Ubezpieczeń na Życie S.A.*, EU:C:2019:283.

- (690) Wymierzając kary Prezes Urzędu posługuje się zasadami określonymi w wydanych przez siebie 31 marca 2021 r., zgodnie z art. 31a u.o.k.k., „Wyjaśnieniach dotyczących ustalania wysokości kar pieniężnych dla przedsiębiorców w sprawach związanych z naruszeniem zakazu praktyk ograniczających konkurencję (2021)” (dalej: „**Wyjaśnienia w sprawie kar dla przedsiębiorców**”).

Zastosowanie prawa w niniejszej sprawie

- (691) Mając na względzie wskazane wyżej stanowisko Trybunału Sprawiedliwości, Prezes Urzędu w niniejszej sprawie wymierzył każdemu z określonych w decyzji przedsiębiorców jedną karę, która będzie karą za udział w praktyce, naruszającej zarówno unijne, jak i polskie reguły konkurencji. Kara nie podlega podwyższeniu ze względu na liczbę kwalifikacji prawnych (podwójna kwalifikacja wynikająca z zastosowaniem prawa unijnego i polskiego), co oznacza, że całość kary Prezes Urzędu uznaje za adekwatną niezależnie od występowania podwójnej kwalifikacji prawnej naruszenia.

12.1. Umyślność

- (692) Prezes Urzędu uznał, że podmioty wskazane w pkt. 2.1-2.10 uzasadnienia decyzji dokonały naruszenia umyślnie. Prezes Urzędu stwierdził, że dokonując ustaleń cenowych oraz podziałowych strony zmierzały do ograniczenia konkurencji pomiędzy dealerami Kia Polska.
- (693) Strony porozumienia swoim działaniem zmierzały do ograniczenia konkurencji w ramach systemu dystrybucji samochodów osobowych marki Kia. Istotą ustaleń cenowych i podziałowych, zarówno między Kia Polska a dystrybutorami oraz pomiędzy dystrybutorami, było zapobieganie zaniżaniu cen odsprzedaży samochodów osobowych marki Kia i związanemu z tym schodzeniu przez dystrybutorów z własnej marży.¹⁷⁷ Zgromadzony materiał dowodowy wskazuje, że strony postępowania wyrażały zamiar ograniczenia konkurencji, co ma odzwierciedlenie: (i) w skargach dealerów do Kia Polska na innych nieprzestrzegających ustaleń dystrybutorów¹⁷⁸, w których dystrybutorzy wprost zwracali się również o podjęcie przez Kia Polska interwencji w tej sprawie¹⁷⁹, (ii) w działaniach Kia Polska polegających na monitorowaniu sieci dealerskiej¹⁸⁰ i podejmowaniu działań służących zdyscyplinowaniu nieprzestrzegających ustaleń dystrybutorów¹⁸¹, a także (iii) w bieżącej

¹⁷⁷ Akapit (562) decyzji.

¹⁷⁸ Akapity (304)-(335) decyzji.

¹⁷⁹ Akapity (316), (320), (323)-(327), (329), (332), (333), (335), (344) decyzji.

¹⁸⁰ Akapity (155)-(158), (292)-(299) decyzji.

¹⁸¹ Akapity (306), (337)-(342), (345), (346), (348)-(352), (355)-(357) decyzji.

komunikacji między dealerami, dyscyplinującymi się nawzajem bez widocznej ingerencji Kia Polska¹⁸².

- (694) Ponadto Prezes Urzędu jest w posiadaniu materiału dowodowego wskazującego na świadomość niektórych stron w zakresie niezgodności ich działań z prawem. Na potwierdzenie powyższego można przytoczyć następujące fragmenty wiadomości pochodzących z wewnątrz Kia Polska, odnoszących się do działań Prezesa Urzędu w zakresie ochrony konkurencji: (i) „*Jest kolejne postępowanie w naszej branży. Tym razem Iveco i też w ciężarówkach. Już są po przeszukaniach*”¹⁸³, (ii) „*Sieć nam się chyba zaczyna jakoś tam integrować i pilnować sama. Gorzej będzie jak te @ wpadną w łapy UOKiK. Trzeba chyba z nimi rozmawiać aby nie robili takich korespondencji cokolwiek sugerujących*”¹⁸⁴, (iii) „*Plotki na mieście okazały się prawdą. W wtorek na konferencji przestrzegałam dealerów przed szukaniem przez uokik zmów cenowych u dealerów, a tu wczoraj po południu taki komunikat (...) Trochę mi to przypomina sprawę producentów ciężarówek przed KE wiele lat temu. Wydawało by się że te duże milionowe kary w euro wtedy odstraszą skutecznie, a tu na naszym rynku na poziomie dealerskim takie podejrzania.*” wraz z odpowiedzią pana Leszka Sukiennika (Kia Polska): „*Powinnaś pojechać i posłuchać, aby później nam móc opowiedzieć. Byłbym bardzo zobowiązany*”¹⁸⁵, (iv) „*Bardzo mi zależy, aby powstał dokument do podpisania przez wszystkich kierowników/managerów/dyrektorów, Aby każdy był świadomy jaka stoi przed nami wszystkim odpowiedzialność w obszarze ograniczania lub naruszenia swobody konkurencji i jakie grożą za to sankcje dla firmy i bezpośrednio osób*”¹⁸⁶. Dodatkowo na świadomość antykonkurencyjnego charakteru porozumienia będącego przedmiotem decyzji, wskazuje wiadomość pracownika Kia Polska, który w następujący sposób odniósł się do korespondencji przedstawiciela Landcar odsyłającego klienta do salonu sprzedaży innego dystrybutora: „*Chyba niedobrze jest pisać tak klientowi. Jak pójdzie z tym do UOKiKu możemy mieć problemy*”¹⁸⁷. Z kolei w korespondencji pomiędzy pracownikiem Kia Polska i przedstawicielem jednego z dealerów, pracownik dealera w następujący sposób odniósł się do korespondencji dotyczącej wspólnej polityki cenowej: „*Marcin [pracownik Kia Polska – UOKiK] rozmawialiśmy o zmowach cenowych, jak już mają zabierać te komputery do sprawdzania jak mówisz to nich sieć sobie daruje te @....*”¹⁸⁸.

- (695) W aspekcie umyślności Prezes Urzędu uwzględnił także, że strony postępowania posiadały odpowiednie rozeznanie rynkowe, wynikające zarówno ze skali swojej działalności, jak

¹⁸² Akapity (261)-(290) decyzji.

¹⁸³ Akapit (389) decyzji.

¹⁸⁴ Akapit (381) decyzji.

¹⁸⁵ Akapit (377) decyzji.

¹⁸⁶ Akapit (380) decyzji.

¹⁸⁷ Akapit (375) decyzji.

¹⁸⁸ Akapit (283) decyzji.

i okresu prowadzenia działalności gospodarczej, dla należytego rozpoznania podejmowanych przez siebie działań. Dodatkowo naruszenie, które stwierdził Prezes Urzędu, dotyczy praktyk nazwanych, określonych wprost w ustawowym katalogu praktyk zakazanych, a zatem należących do najbardziej typowych naruszeń prawa konkurencji.

- (696) Mając na względzie powyższe, Prezes Urzędu uznał, że podmioty wskazane w pkt. 2.1-2.10 decyzji działały umyślnie i nałożył kary pieniężne na wszystkie z tych podmiotów.

Zastrzeżenia zgłoszone przez Autotechnikę Woźniak

- (697) Autotechnika Woźniak podniósł, że przypisanie mu umyślności rzekomego naruszenia i podwyższenie z tego powodu kary byłoby całkowicie bezzasadne. Przedsiębiorca wskazał, że on i jego przedstawiciele nie mieli świadomości, że ich działania mogłyby mieć jakiegokolwiek antykonkurencyjne skutki i naruszać przepisy u.o.k.k., ponieważ celem indywidualnej polityki handlowej Autotechniki Woźniak było jedynie zapewnienie rentowności prowadzonej działalności gospodarczej.
- (698) Odnosząc się do powyższego stanowiska, w pierwszej kolejności należy wskazać, że umyślność naruszenia reguł konkurencji wywodzona jest przede wszystkim z faktu, że podmioty dokonujące niedozwolonych ustaleń swoim działaniem zmierzały do ograniczenia konkurencji. Materiał dowodowy potwierdza, że Autotechnika Woźniak poprzez swoje działania dążył do ograniczenia konkurencji pomiędzy dystrybutorami samochodów osobowych marki Kia. O takim celu działań rynkowych Autotechniki Woźniak świadczy przesyłanie przez przedstawicieli przedsiębiorcy do Kia Polska skarg na dealerów nieprzestrzegających antykonkurencyjnych ustaleń¹⁸⁹, a także korespondencja prowadzona przez Autotechnikę Woźniak z innymi dystrybutorami, mająca na celu zdyscyplinowanie ich do stosowania się do założeń porozumienia bez ingerencji Kia Polska¹⁹⁰. Należy więc podkreślić, że zamiar działań Autotechniki Woźniak, wywiedziony ze zgromadzonego materiału dowodowego i wskazujący na dążenie do ograniczenia konkurencji, przesądził o stwierdzeniu umyślności naruszenia przepisów antymonopolowych przez tego przedsiębiorcę. Zgromadzony materiał dowodowy potwierdza także, że Autotechnika Woźniak nie mógł nie mieć świadomości, że jego działania mają na celu ograniczenie konkurencji, gdy kierował do uczestników sieci, niestosujących się do założeń porozumienia, wiadomości e-mail o treści: „nie wcinajcie się znowu na nie swoje podwórko i nie psujcie rynku”¹⁹¹, „czemu ofertujecie klientów z naszego terenu? (...) Miało nie być wcinania się sobie nawzajem w rynki”¹⁹²

¹⁸⁹ Zob. akapity (160)-(162) decyzji.

¹⁹⁰ Zob. akapity (65)-(67), (70)-(71) decyzji.

¹⁹¹ Zob. akapit (67) decyzji.

¹⁹² Zob. akapit (70) decyzji.

- (699) Ponadto, odnosząc się do twierdzenia przedsiębiorcy w zakresie braku świadomości naruszenia przepisów u.o.k.k., Prezes Urzędu wskazuje, że Autotechnika Woźniak jako profesjonalny uczestnik obrotu powinien był posiadać odpowiednie rozeznanie rynkowe wynikające zarówno ze skali działalności, jak i okresu prowadzenia działalności gospodarczej, dla należytego rozpoznania podejmowanych przez siebie działań. Zgodnie z orzecznictwem Sądu Najwyższego, przedsiębiorcy będący profesjonalnymi uczestnikami obrotu rynkowego mają możliwość prawidłowego określenia ryzyka prawnego przy podejmowaniu określonych decyzji biznesowych.¹⁹³ Także Sąd Okręgowy w Warszawie, który przyjął, że nie jest możliwe, aby przedsiębiorca o znacznej renomie i długim okresie funkcjonowania na rynku nie zdawał sobie sprawy ze swoich czynności.¹⁹⁴

Zastrzeżenia zgłoszone przez Kia Polska

- (700) Kia Polska w odpowiedzi na SUZ podniosła, że nie można przypisać jej umyślności działania, wskazując, że Prezes Urzędu nie wyjaśnił, na czym polegało „zmierzanie” stron postępowania do ograniczenia konkurencji ani nie dokonał analizy czynników subiektywnych w działaniach przedsiębiorców w przedmiotowej sprawie. Ponadto Kia Polska wskazała, że Prezes Urzędu z samego charakteru naruszenia (porozumienie cenowe i podziałowe) wywodzi jego umyślność, podczas gdy umyślność jest stanem subiektywnym, niezależnym od obowiązujących w obrocie profesjonalnym wzorców należytej staranności. Kia Polska podniosła także, że Prezes Urzędu utożsamia powinność rozpoznania przez przedsiębiorcę swoich działań jako ograniczających konkurencję z umyślnością. Spółka zaznaczyła także, że nawet gdyby powinność rozpoznania własnych działań uznać za równoznaczne z umyślnością, nie można by przypisać jej umyślności, ponieważ nie miała możliwości przewidzenia, że jej działania naruszają prawo. Zdaniem Kia Polska jej zachowania, w tym kontakty z dealerami, obrazują zwykłe działania związane z działalnością producenta lub importera samochodów osobowych, organizującego sieć dealerską.
- (701) Prezes Urzędu podtrzymuje twierdzenie, że z okoliczności faktycznych niniejszej sprawy wynika, że Kia Polska działała umyślnie, bowiem swoim zachowaniem dążyła do utrzymania i przestrzegania ustaleń przez dystrybutorów sieci. Świadczą o tym wiadomości e-mail, w których Kia Polska m.in. wprost wyraża oczekiwanie przestrzegania przez dealerów ustaleń podziałowych: „*Mają sprzedawać w WOA!!!*” [akapit (154) decyzji], „*Zależy mu [dealerowi – UOKiK] na współpracy (...) Generalnie deklaruje, że nie będą sprzedawać/konkurować z JD Kulej*” [akapit (169) decyzji], czy też ustaleń cenowych: „*Wiesz doskonale, że takie działanie nie wpisuje się w naszą politykę. Mamy zarabiać, nie robić sobie wewnętrznej*

¹⁹³ Wyrok Sądu Najwyższego z 21 kwietnia 2011 r., sygn. akt III SK 45/10.

¹⁹⁴ Wyrok Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów z 11 kwietnia 2011 r., sygn. akt XVII AmA 62/08.

konkurencji” [akapit (357) decyzji], „*Mocna konkurencja pomiędzy dealerami wrocławskimi, którzy zaczynają prowadzić wojnę cenową. Planowane spotkanie w celu określenia wzajemnej współpracy*” [akapit (293) decyzji]. Podkreślić przy tym należy, że Prezes Urzędu wywiódł umyślność Kia Polska jedynie z zachowania spółki, które wskazywało na intencję ograniczenia konkurencji między dealerami. Jak zostało wskazane powyżej, stwierdzenie umyślności następuje niezależnie od świadomości bezprawności zachowania danego podmiotu. Prezes Urzędu powołuje tę okoliczność jedynie dla wskazania odpowiedniego rozeznania rynkowego i rozpoznania swoich działań na rynku przez podmioty dokonujące naruszenia, nie wpływa to jednak na fakt, że Prezes Urzędu stwierdził umyślność działania Kia Polska na podstawie przesłanek wskazanych w akapitach (692) i n. decyzji.

12.2. Stopień naruszenia

- (702) Ustalając wymiar kar pieniężnych Prezes Urzędu wziął w pierwszej kolejności pod uwagę stopień naruszenia. Dokonując oceny stopnia naruszenia Prezes Urzędu bierze pod uwagę dwie grupy okoliczności: (i) naturę naruszenia, oraz (ii) czynniki związane ze specyfiką rynku oraz działalnością przedsiębiorców.
- (703) Zmierzając do zachowania większej jednolitości polityki karania, Prezes Urzędu przy ocenianiu natury naruszenia wyróżnia naruszenia:
- a) bardzo poważne, przez które Prezes Urzędu rozumie naruszenia art. 6 u.o.k.k. lub art. 101 TFUE polegające w szczególności na dokonywaniu ustaleń między konkurentami, a także naruszenia art. 9 u.o.k.k. oraz 102 TFUE mające na celu lub prowadzące do eliminacji konkurencji na rynku. Ponadto w przypadku naruszeń art. 6 u.o.k.k. oraz 101 TFUE za naruszenia tego rodzaju Prezes Urzędu uznaje wszelkie inne ustalenia, które jakkolwiek nie stanowią wprost ustaleń między konkurentami, to mimo wszystko dotyczą w praktyce relacji między konkurentami. Przez powyższe należy rozumieć w szczególności udzielanie pomocy w czynieniu ustaleń między konkurentami (w braku relacji konkurencyjnej między podmiotem udzielającym pomocy a pozostałymi uczestnikami ustaleń), a także koordynowanie działań konkurentów;
 - b) poważne, przez które Prezes Urzędu rozumie naruszenia art. 6 u.o.k.k. lub art. 101 TFUE w relacjach dotyczących różnych szczebli obrotu (np. producent-hurtownik, hurtownik-detalista) i polegających na dokonywaniu ustaleń co do cen (np. ustalenia co do minimalnych cen odsprzedaży) lub ograniczania możliwości sprzedaży pasywnej, niemniej z wyłączeniem sytuacji, o których mowa powyżej w odniesieniu do naruszeń bardzo poważnych, a ponadto również naruszenia art. 9 u.o.k.k. oraz

art. 102 TFUE mające na celu lub prowadzące do istotnego ograniczenia konkurencji na rynku lub dotkliwej eksploatacji kontrahentów lub konsumentów;

- c) pozostałe, przez które Prezes Urzędu rozumie naruszenia art. 6 u.o.k.k. lub art. 101 TFUE, a także art. 9 u.o.k.k. lub 102 TFUE inne niż bardzo poważne i poważne.

- (704) Mając na względzie powyższe Prezes Urzędu uznał, że uzasadnione jest sklasyfikowanie porozumienia stwierdzonego niniejszą decyzją na potrzeby wymierzenia kar jako naruszenia bardzo poważnego i określenie wyjściowej kwoty kar w odniesieniu do stron postępowania w przedziale od 1% do 3% ich obrotu przypadającego w ostatnim roku naruszenia.
- (705) Naruszenie stwierdzone niniejszą decyzją polegało na ustalaniu cen i podziale rynku, tj. należało do kategorii naruszeń wprost wskazanych zarówno w art. 6 u.o.k.k., jak i art. 101 TFUE, a jego celem było ograniczenie konkurencji. Prezes Urzędu uwzględnił także, że do uzgodnień dochodziło nie tylko pomiędzy dealerami i Kia Polska, ale także bezpośrednio pomiędzy samymi dealerami, a kontakty w aspekcie horyzontalnym były niezwykle częste.
- (706) W powyższym zakresie Prezes Urzędu wziął pod uwagę charakterystykę rynku, na którym doszło do naruszenia. Prezes Urzędu uwzględnił, że porozumienie obejmowało zasięgiem całe terytorium kraju oraz całą sieć dystrybucyjną. Naruszenie dotyczyło różnych kategorii klientów i obejmowało różne rodzaje ustaleń. Prezes Urzędu wziął również pod uwagę, że naruszenie było dobrze zorganizowane, a jego dokonanie wiązało się z utrzymywaniem częstych i regularnych kontaktów między przedstawicielami dealerów.
- (707) Ze zgromadzonego materiału wynika, że zarówno Kia Polska, jak i jej dealerzy, samodzielnie inicjowali komunikację z innymi uczestnikami sieci dealerskiej. Pomiędzy uczestnikami porozumienia dochodziło do częstych i regularnych kontaktów, które odbywały się zarówno na odległość za pośrednictwem aliasu pocztowego „sprzedaz.dealer@kiamotors.pl”, jak również bezpośrednich kontaktów podczas wizyt w salonach poszczególnych dealerów, czy też na organizowanych wewnątrz sieci dealerskiej warsztatach i szkoleniach. W ramach kontaktów Kia Polska z dealerami, jak i komunikacji pomiędzy samymi dealerami, dochodziło do wymiany informacji o cenach, wartościach przyznawanych klientom rabatów, specyfikacji przedstawianych ofert, jak również danych kontaktowych do klientów według właściwości terytorialnej poszczególnych dealerów oraz skarg na nieprzestrzegających ustaleń cenowych i podziałowych uczestników sieci dealerskiej. Ustalenia będące przedmiotem decyzji wytyczały ramy zgodnych działań uczestników porozumienia i ograniczały ich autonomię działania jako niezależnych uczestników rynku.
- (708) Prezes Urzędu uwzględnił również, że naruszenie w niniejszej sprawie dotyczyło konkurencji wewnątrzymarkowej, co wpływało na zmniejszenie kwot wyjściowych kar. Przy jednoczesnym istnieniu konkurencji międzymarkowej uczestnicy porozumienia wciąż napotykali na

konkurencję ze strony innych przedsiębiorców, a potencjalni kontrahenci dealerów i Kia Polska posiadali zasadniczo możliwość wyboru samochodów osobowych innej marki.

- (709) W wyniku powyższego Prezes Urzędu ustalił następujące kwoty wyjściowe kar, które służyły jako punkt odniesienia przy ocenianiu adekwatnego wymiaru kar pieniężnych dla uczestników naruszenia:

Podmiot	Kwota wyjściowa
Kia Polska sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie	39 595 847,45 zł
AS Motors Classic sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie	1 988 649,40 zł
Jacek Woźniak, prowadzący działalność gospodarczą pod firmą Autotechnika Woźniak Jacek Woźniak w Pile	234 309,50 zł
„Gam” – sp. z o.o. z siedzibą we Wrocławiu	1 563 644,58 zł
Landcar spółka z ograniczoną odpowiedzialnością sp. k. z siedzibą w Starowej Górze	1 109 447,43 zł
Marvel sp. z o.o. z siedzibą w Łodzi	5 163 612,06 zł
Irena Patecka, prowadząca działalność gospodarczą pod firmą Irena Patecka IMP Group w Krakowie, jako wspólnikowi spółki cywilnej pod nazwą AUTO-CENTRUM I.M. PATECKI S.C. Irena Patecka, Marek Patecki w Krakowie	146 719,25 zł
Marek Patecki, prowadzący działalność gospodarczą pod firmą Marek Patecki PHU M.Patecki w Krakowie, jako wspólnikowi spółki cywilnej pod nazwą AUTO-CENTRUM I.M. PATECKI S.C. Irena Patecka, Marek Patecki w Krakowie	604 785,23 zł
Łukasz Patecki, prowadzący działalność gospodarczą pod firmą Łukasz Patecki Lukas Auto-Park w Krakowie, jako wspólnikowi spółki cywilnej pod nazwą Autocentrum Patecki S.C. Łukasz Patecki, Barbara Patecki w Krakowie	359 933,37 zł
Barbara Patecki, prowadząca działalność gospodarczą pod firmą Projekt Wola Barbara Patecki w Krakowie, jako wspólnikowi spółki cywilnej pod nazwą Autocentrum Patecki S.C. Łukasz Patecki, Barbara Patecki w Krakowie	326 892,55 zł
Wadowscy sp. z o.o. z siedzibą w Krakowie	3 086 716,42 zł
„Wrobud” sp. z o.o. z siedzibą we Wrocławiu	1 899 733,47 zł

- (710) Wskazane wyżej kwoty Prezes Urzędu dostosował na dalszym etapie analizy, tj. przy analizie potencjalnego wpływu naruszenia na rynek. Zmierzając do zwiększania spójności w polityce karania, Prezes Urzędu przyjmuje w Wyjaśnieniach w sprawie kar dla przedsiębiorców, że okoliczności związane ze stopniem naruszenia inne niż natura naruszenia mogą skutkować zwiększeniem kwoty wyjściowej kary o maksymalnie 50% bądź jej zmniejszeniem o maksymalnie 90%.

- (711) Okolicznością, którą na tym etapie analizy Prezes Urzędu wziął pod uwagę, był udział produktów, których dotyczyło naruszenie w całkowitych obrotach przedsiębiorców. Wszyscy dealerzy Kia Polska realizowali część obrotów na produktach i usługach innych niż obrót

nowymi samochodami osobowymi marki Kia. Z tych względów, aby kary nałożone za naruszenie dotyczące produktu w postaci nowych samochodów marki Kia wykazywały większy związek z tymi obrotami uczestników naruszenia, Prezes Urzędu obniżył wcześniej ustalone kwoty wyjściowe kar. W największym stopniu przedmiotową okoliczność Prezes Urzędu wziął pod uwagę w odniesieniu do Wadowskich, a następnie względem Wrobud, Gam, Marvel, Autotechnika Woźniak, Auto-Centrum I.M. Patecki, a na końcu do AS Motors, Kia Polska i Autocentrum Patecki. Takie rozgraniczenie między uczestnikami naruszenia wynikało z tego, że w roku 2021 w całkowitym obrocie każdego z nich obrót dotyczący nowych samochodów osobowych marki Kia kształtował się odmiennie i stanowił coraz większy odsetek ich całkowitego obrotu. Jednocześnie uwzględniono, że również Kia Polska osiągała przychody nie tylko ze sprzedaży nowych samochodów marki Kia.

- (712) W konsekwencji, biorąc pod uwagę okoliczności opisane wyżej, Prezes Urzędu zastosował obniżenia wynoszące w odniesieniu do poszczególnych uczestników naruszenia:

Podmiot	Modyfikacja kwoty wyjściowej	Kwota wyjściowa po obniżce (kwota bazowa)
Kia Polska sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie	39 595 847,45 zł	37 616 055,07 zł
AS Motors Classic sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie	1 988 649,40 zł	1 789 784,46 zł
Jacek Woźniak, prowadzący działalność gospodarczą pod firmą Autotechnika Woźniak Jacek Woźniak w Pile	234 309,50 zł	164 016,65 zł
„Gam” – sp. z o.o. z siedzibą we Wrocławiu	1 563 644,58 zł	781 822,29 zł
Landcar spółka z ograniczoną odpowiedzialnością sp. k. z siedzibą w Starowej Górze	1 109 447,43 zł	1 109 447,43 zł
Marvel sp. z o.o. z siedzibą w Łodzi	5 163 612,06 zł	3 098 167,24 zł
Irena Patecka, prowadząca działalność gospodarczą pod firmą Irena Patecka IMP Group w Krakowie, jako wspólnikowi spółki cywilnej pod nazwą AUTO-CENTRUM I.M. PATECKI S.C. Irena Patecka, Marek Patecki w Krakowie	146 719,25 zł	117 375,40 zł
Marek Patecki, prowadzący działalność gospodarczą pod firmą Marek Patecki PHU M.Patecki w Krakowie, jako wspólnikowi spółki cywilnej pod nazwą AUTO-CENTRUM I.M. PATECKI S.C. Irena Patecka, Marek Patecki w Krakowie;	604 785,23 zł	483 828,19 zł
Łukasz Patecki, prowadzący działalność gospodarczą pod firmą Łukasz Patecki Lukas Auto-Park w Krakowie, jako wspólnikowi spółki cywilnej pod nazwą Autocentrum Patecki S.C. Łukasz Patecki, Barbara Patecki w Krakowie	359 933,37 zł	341 936,70 zł
Barbara Patecki, prowadząca działalność gospodarczą pod firmą Projekt Wola Barbara Patecki w Krakowie, jako wspólnikowi spółki cywilnej pod nazwą Autocentrum Patecki S.C. Łukasz Patecki, Barbara Patecki w Krakowie	326 892,55 zł	310 547,92 zł
Wadowscy sp. z o.o. z siedzibą w Krakowie	3 086 716,42 zł	926 014,93 zł
„Wrobud” sp. z o.o. z siedzibą we Wrocławiu	1 899 733,47 zł	759 893,39 zł

Zastrzeżenia zgłoszone przez Kia Polska

- (713) Kia Polska w odpowiedzi na SUZ wskazała, że ewentualne naruszenie przez nią polskich i unijnych reguł konkurencji nie może zostać zaklasyfikowane jako naruszenie „bardzo poważne”. Ze stanowiska Kia Polska wynika, jakoby powyższa klasyfikacja wiązała się z faktem, że „naruszenie polegało na ustalaniu cen oraz podziale rynku, tj. należało do kategorii porozumień zakazanych ze względu na swój cel”¹⁹⁵, podczas gdy zdaniem Spółki analiza kontekstu gospodarczego i ekonomicznego porozumienia „nie pozwala na uznanie, że Kia Polska dopuściła się naruszenia zakazanego ze względu na cel”¹⁹⁶. Ponadto Kia Polska ponownie podniosła, że Prezes Urzędu nie wykazał ewentualnych negatywnych skutków zarzucanej praktyki ani nie wziął pod uwagę kontekstu i specyfiki porozumienia, zdając się

¹⁹⁵ Pismo Kia Polska sp. z o.o. z 17 maja 2024 r. (str. 134), k. 2792.

¹⁹⁶ Pismo Kia Polska sp. z o.o. z 17 maja 2024 r. (str. 134), k. 2792.

jednocześnie zrównywać kategorię porozumień celowych z kategorią najpoważniejszych naruszeń prawa ochrony konkurencji. Spółka wyraziła także stanowisko, że sam fakt, iż zarzut Prezesa Urzędu odnosi się do konkurencji wewnątrzmarkowej świadczy o ograniczonych skutkach naruszenia wobec prawidłowego funkcjonowania mechanizmów konkurencji na rynku.

- (714) Jak wskazano w akapicie (703) decyzji, „bardzo poważny” stopień naruszenia wynika z charakteru dokonywanych ustaleń – cenowe i podziałowe – które bezsprzecznie są uważane za najpoważniejsze naruszenia, ale także z uwagi na horyzontalne aspekty stwierdzanego porozumienia. Przy klasyfikacji naruszenia jako „bardzo poważne” w przedmiotowej sprawie Prezes Urzędu kierował się więc faktem, że mimo iż porozumienie zostało zawiązane pomiędzy Kia Polska, jako organizatorem sieci dystrybucyjnej, a dystrybutorami, to w dotyczyło również relacji pomiędzy konkurentami – dealerami samochodów osobowych marki Kia. Powyższe skutkowało ustaleniem wartości wyjściowej kary niedaleko dolnej granicy przedziału określonego dla naruszeń o charakterze „bardzo poważnym”.

Zastrzeżenia zgłoszone przez Marvel

- (715) Marvel w swoim stanowisku do SUZ wskazał, że podstawowym kryterium stosowanym przy ustalaniu wysokości kary pieniężnej powinna być wartość sprzedaży towarów związana z zarzucanym naruszeniem przepisów, tj. wartość sprzedaży towarów na rynkach właściwych, na które negatywny wpływ miała zarzucana praktyka ograniczająca konkurencję.
- (716) Prezes Urzędu nie może uwzględnić powyższej argumentacji. W pierwszej kolejności z uwagi na fakt, że art. 106 ust. 1 u.o.k.k., który wyznacza maksymalny wymiar kary, odnosi się do całego obrotu przedsiębiorcy. Norma definiująca pojęcie obrotu, zawarta w art. 106 ust. 3 u.o.k.k., jest w tym zakresie precyzyjna i wprost wskazuje jak należy ten obrót liczyć, tj. nie ogranicza go do obrotu z rynku wyznaczonego przez Prezesa Urzędu jako właściwy na potrzeby danej sprawy. W konsekwencji, Prezes Urzędu przyjmuje jako podstawę do wyliczenia wysokości kary całkowite obroty przedsiębiorcy bez względu na to, na jakich rynkach właściwych zostały one wygenerowane. Niemniej jednak poziom udziału produktów, których dotyczyło naruszenie w całkowitych obrotach przedsiębiorców jest okolicznością, którą Prezes Urzędu wziął pod uwagę podczas procesu miarkowania kary, również wobec Marvel, na co wskazuje argumentacja zawarta w akapicie (711) powyżej.

12.3. Okres naruszenia

- (717) Dokonując oceny wpływu okresu naruszenia na wymiar kary, Prezes Urzędu przyjmuje, że kwota bazowa służąca określeniu wysokości faktycznie nakładanej kary może ulec zwiększeniu ze względu na długotrwałość naruszenia. Z uwagi na to, że Prezes Urzędu ustala

kwotę bazową w odniesieniu do okresu, który odpowiada jednemu rokowi, uwzględniając przesłankę okresu naruszenia Prezes Urzędu ograniczył swoją dyskrecjonalność w ramach Wyjaśnień w sprawie kar dla przedsiębiorców i przyjmuje, że w odniesieniu do naruszeń trwających dłużej niż rok kwota bazowa zostanie zwielokrotniona o liczbę (pełnych) lat uczestnictwa przedsiębiorcy w naruszeniu. Jednocześnie, jeżeli w ostatnim rozpoczętym roku naruszenia czas trwania w naruszeniu będzie wynosił więcej niż 6 miesięcy, to zastosowane przez Prezesa Urzędu zwielokrotnienie wyniesie dodatkowe 0,5.

- (718) Okresy, za które Prezes Urzędu przypisał podmiotom, do których odnosi się niniejsza decyzja, odpowiedzialność za naruszenie zostały wskazane w pkt. 10 uzasadnienia decyzji.
- (719) W konsekwencji Prezes Urzędu zmienił kwoty bazowe kary w odniesieniu do poszczególnych uczestników naruszenia w następujący sposób:

Podmiot	Podwyższenie ze względu na długotrwałość	Kwota bazowa po podwyższeniu ze względu na długotrwałość
Kia Polska sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie	8	300 928 440,58 zł
AS Motors Classic sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie	8	14 318 275,70 zł
Jacek Woźniak, prowadzący działalność gospodarczą pod firmą Autotechnika Woźniak Jacek Woźniak w Pile	8	1 312 133,20 zł
„Gam” – sp. z o.o. z siedzibą we Wrocławiu	8	6 254 578,31 zł
Landcar spółka z ograniczoną odpowiedzialnością sp. k. z siedzibą w Starowej Górze	3	3 328 342,28 zł
Marvel sp. z o.o. z siedzibą w Łodzi	8	24 785 337,88 zł
Irena Patecka, prowadząca działalność gospodarczą pod firmą Irena Patecka IMP Group w Krakowie, jako wspólnikowi spółki cywilnej pod nazwą AUTO-CENTRUM I.M. PATECKI S.C. Irena Patecka, Marek Patecki w Krakowie	8	939 003,17 zł
Marek Patecki, prowadzący działalność gospodarczą pod firmą Marek Patecki PHU M.Patecki w Krakowie, jako wspólnikowi spółki cywilnej pod nazwą AUTO-CENTRUM I.M. PATECKI S.C. Irena Patecka, Marek Patecki w Krakowie	8	3 870 625,49 zł
Łukasz Patecki, prowadzący działalność gospodarczą pod firmą Łukasz Patecki Lukas Auto-Park w Krakowie, jako wspólnikowi spółki cywilnej pod nazwą Autocentrum Patecki S.C. Łukasz Patecki, Barbara Patecki w Krakowie	5,5	1 880 651,86 zł
Barbara Patecki, prowadząca działalność gospodarczą pod firmą Projekt Wola Barbara Patecki w Krakowie, jako wspólnikowi spółki cywilnej pod nazwą Autocentrum Patecki S.C. Łukasz Patecki, Barbara Patecki w Krakowie	5,5	1 708 013,57 zł
Wadowscy sp. z o.o. z siedzibą w Krakowie	8	7 408 119,42 zł
„Wrobud” sp. z o.o. z siedzibą we Wrocławiu	8	6 079 147,10 zł

Zastrzeżenia zgłoszone przez Marvel

- (720) Marvel w odpowiedzi na SUZ wskazał, że niezasadnie Prezes Urzędu zamierza przyjąć, że spółka była uczestnikiem antykonkurencyjnego porozumienia co najmniej od stycznia 2013 r. skoro najwcześniejsza korespondencja znajdująca się w materiale dowodowym, której nadawcą lub adresatem był Marvel, pochodzi dopiero z lutego i marca 2017 r.
- (721) Odpowiadając na powyższe zastrzeżenia Prezes Urzędu wskazuje, że udział Marvel w stwierdzonym w decyzji ciągłym i jednolitym porozumieniem ograniczającym konkurencję. Marvel dołączył do sieci dystrybucyjnej Kia Polska jeszcze w marcu 2005 r., a więc przez cały okres stwierdzonego naruszenia był jednym z uczestników sieci dealerskiej. Jako członek tej

sieci Marvel uczestniczył w spotkaniach sieci dealerskiej¹⁹⁷ i korzystał z dostępu do wspólnego aliasu pocztowego pod nazwą „sprzedaz.dealer@kiamotors.pl”¹⁹⁸, służącego członkom sieci do wymiany informacji o klientach i oferowanych im cenach, a zatem był odbiorcą korespondencji stanowiącej dowód stwierdzanego naruszenia. Zgodnie ze stanowiskiem wyrażanym przez Trybunał Sprawiedliwości UE, przedsiębiorstwo, które ma wiedzę o pewnych ustaleniach poczynionych przez swoich konkurentów, co do porozumienia ograniczającego konkurencję, w szczególności gdy samo uczestniczy w takiej komunikacji i nie dystansuje się otwarcie i wyraźnie od działalności pozostałych uczestników, lecz choćby biernie dostosowuje się do poczynionych ustaleń, nie przeciwstawiając się im, może ponosić odpowiedzialność z tytułu udziału w naruszeniu.¹⁹⁹

12.4. Okoliczności łagodzące oraz obciążające

- (722) Okoliczności naruszenia mogą prowadzić do zwiększenia (okoliczności obciążające) lub zmniejszenia (okoliczności łagodzące) wymiaru kary.
- (723) Prezes Urzędu ocenia te okoliczności łącznie, przyjmując zarazem, że poszczególne okoliczności obciążające i łagodzące mogą mieć różną doniosłość. Zmierzając do zwiększania spójności w polityce karania, Prezes Urzędu przyjmuje w Wyjaśnieniach w sprawie kar dla przedsiębiorców, że z uwagi na okoliczności obciążające i łagodzące kwota ustalona na wcześniejszych etapach analizy odpowiedniego wymiaru kar może ulec zwiększeniu bądź zmniejszeniu maksymalnie o 50%.
- (724) Prezes Urzędu po przeanalizowaniu materiału dowodowego nie zidentyfikował okoliczności łagodzących w odniesieniu do któregośkolwiek z podmiotów.
- (725) W odniesieniu do wszystkich podmiotów Prezes Urzędu uwzględnił jako okoliczność obciążającą umyślność naruszenia. Działania stron postępowania były nakierowane na ograniczenie między nimi konkurencji, co zostało szerzej opisane w pkt. 12.1 uzasadnienia decyzji.
- (726) Mając na uwadze wystąpienie powyższej przesłanki obciążającej, Prezes Urzędu zastosował w odniesieniu do podmiotów, na które nałożone zostały kary, następujące zmiany kwoty bazowej:

¹⁹⁷ Zob. akapit (50) decyzji.

¹⁹⁸ Zob. wiadomości e-mail wskazane w akapitach (65)-(67), (75)-(77), (79)-(83), (87), (89), (111)-(113), (179), (262), (263), (265)-(268), (270), (274) decyzji, z których rozdzielnika wynika, że w okresie przed lutym 2017 r. Marvel otrzymywał wiadomości e-mail za pośrednictwem aliasu „sprzedaz.dealer@kiamotors.pl”.

¹⁹⁹ Zob. wyrok Trybunału Sprawiedliwości z 19 marca 2009 r. w sprawie C-510/06 P, Archer Daniels Midland, EU:C:2009:166, akapit 119-120.

Podmiot	Zmiana wynikająca z uwzględnienia okoliczności obciążających i łagodzących	Kwota po uwzględnieniu okoliczności obciążających i łagodzących
Kia Polska sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie	+10%	331 021 284,64 zł
AS Motors Classic sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie	+10%	15 750 103,27 zł
Jacek Woźniak, prowadzący działalność gospodarczą pod firmą Autotechnika Woźniak Jacek Woźniak w Pile	+10%	1 443 346,52 zł
„Gam” – sp. z o.o. z siedzibą we Wrocławiu	+10%	6 880 036,14 zł
Landcar spółka z ograniczoną odpowiedzialnością sp. k. z siedzibą w Starowej Górze	+10%	3 661 176,51 zł
Marvel sp. z o.o. z siedzibą w Łodzi	+10%	27 263 871,67 zł
Irena Patecka, prowadząca działalność gospodarczą pod firmą Irena Patecka IMP Group w Krakowie, jako wspólnikowi spółki cywilnej pod nazwą AUTO-CENTRUM I.M. PATECKI S.C. Irena Patecka, Marek Patecki w Krakowie	+10%	1 032 903,49 zł
Marek Patecki, prowadzący działalność gospodarczą pod firmą Marek Patecki PHU M.Patecki w Krakowie, jako wspólnikowi spółki cywilnej pod nazwą AUTO-CENTRUM I.M. PATECKI S.C. Irena Patecka, Marek Patecki w Krakowie	+10%	4 257 688,04 zł
Łukasz Patecki, prowadzący działalność gospodarczą pod firmą Łukasz Patecki Lukas Auto-Park w Krakowie, jako wspólnikowi spółki cywilnej pod nazwą Autocentrum Patecki S.C. Łukasz Patecki, Barbara Patecki w Krakowie	+10%	2 068 717,05 zł
Barbara Patecki, prowadząca działalność gospodarczą pod firmą Projekt Wola Barbara Patecki w Krakowie, jako wspólnikowi spółki cywilnej pod nazwą Autocentrum Patecki S.C. Łukasz Patecki, Barbara Patecki w Krakowie	+10%	1 878 814,93 zł
Wadowscy sp. z o.o. z siedzibą w Krakowie	+10%	8 148 931,36 zł
„Wrobud” sp. z o.o. z siedzibą we Wrocławiu	+10%	6 687 061,81 zł

Zastrzeżenia zgłoszone przez Autotechnikę Woźniak

- (727) Autotechnika Woźniak w odpowiedzi na SUZ wskazał, że w sprawie zachodzą okoliczności łagodzące, które powinny mieć wpływ na obniżenie kary, tj. brak wcześniejszych naruszeń prawa konkurencji przez tego dealera, jak również okoliczność, że Autotechnika Woźniak nie był inicjatorem antykonkurencyjnego porozumienia.
- (728) W kontekście powyższego Prezes Urzędu wskazuje, że brak podobnych naruszeń w przeszłości jest sytuacją prawidłową, wobec czego takie zachowanie nie podlega nagradzaniu przy ustalaniu wysokości kary. Obowiązkiem działania każdego przedsiębiorcy jest bowiem

działanie zgodne z prawem.²⁰⁰ Ponadto należy dostrzec, że dokonanie uprzednich naruszeń zostało uznane przez ustawodawcę za przesłankę obciążającą – wobec faktu, że Autotechnika Woźniak nie dopuścił się uprzednio naruszeń, Prezes Urzędu nie podwyższył temu dealerowi kary w tym zakresie. Nie oznacza to jednak, że okoliczność ta powinna być wzięta pod uwagę jako okoliczność łagodząca. Należy wskazać, że analogiczna sytuacja zachodzi w przypadku braku pełnienia przez Autotechnikę Woźniak roli inicjatora antykonkurencyjnego porozumienia. Sytuacją pożądaną na rynku jest nieinicjowanie działań rynkowych, które naruszałoby prawo ochrony konkurencji. Z tego też względu Prezes Urzędu nie może premiować przedsiębiorców za postępowanie zgodnie z przepisami obowiązującego prawa.

Zastrzeżenia zgłoszone przez Kia Polska

- (729) Kia Polska w odpowiedzi na SUZ wskazała, że w sprawie zachodzą okoliczności łagodzące, tj. między innymi fakt prowadzenia przez spółkę stałej współpracy z Prezesem Urzędu w toku postępowania, w tym bezproblemowe umożliwienie przeprowadzenia przeszukania w siedzibie Kia Polska, co wpłynęło na możliwość sprawnego i terminowego zrealizowania przez Prezesa Urzędu niniejszego postępowania.
- (730) W ocenie Prezesa Urzędu powyższe zachowanie spółki nie może zostać ocenione jako zachowanie, które powinno zostać wzięte pod uwagę jako okoliczność łagodząca. W toku postępowania antymonopolowego Kia Polska wykonywała swoje obowiązki wynikające z przepisów prawa. Brak jest podstaw do uznania, by ich wypełnienie stanowiło podstawę do dodatkowego wynagrodzenia spółki poprzez obniżenie kary pieniężnej. Z tych samych względów nie można także wynagrodzić spółki za umożliwienie przeprowadzenia przeszukania przez Prezesa Urzędu w jej siedzibie w toku postępowania wyjaśniającego. Prezes Urzędu na mocy przepisów u.o.k.k., działając za zgodą sądu, jest uprawniony do przeprowadzenia przeszukania u przedsiębiorcy, a przeszukiwany przedsiębiorca, zgodnie z art. 105d w zw. z art. 105q pkt 1 u.o.k.k., jest obowiązany przeszukaniu się poddać. W przeciwnym wypadku przedsiębiorcy grozi kara pieniężna za uniemożliwianie lub utrudnianie rozpoczęcia lub przeprowadzenia przeszukania. Należy przy tym zaznaczyć, że zarówno w toku postępowania wyjaśniającego, jak i na gruncie postępowania antymonopolowego, spółka nie podjęła żadnych działań z własnej inicjatywy, które przyczyniłby się do szybszego i sprawniejszego zakończenia postępowań – jej zachowanie ograniczyło się jedynie do poprawnego wykonania narzuconych jej przez przepisy u.o.k.k. obowiązków, co nie może stanowić podstawy do dodatkowego premiowania.

²⁰⁰ Wyrok Sądu Najwyższego z 29 lipca 2020 r., sygn. akt I NSK 8/19.

- (731) Kia Polska wskazała także, że przedmiotowa sprawa ma charakter precedensowy – jest pierwszą sprawą, w której Prezes Urzędu sformułował zarzut zawiązania porozumienia w sektorze pojazdów samochodowych o charakterze wertykalnym – wobec czego Prezes Urzędu powinien odstąpić od nałożenia kary pieniężnej. Spółka podniosła, że przez długi okres takie porozumienia korzystały z szeregu wyłączeń spod zakazów, o których mowa w art. 6 ust. 1 u.o.k.k. na mocy rozporządzenia moto RM 2010 oraz rozporządzenia wertykalnego RM 2011. W związku z tym Kia Polska zaprezentowała stanowisko, że nie do zaakceptowania jest sytuacja, w której pewne ogólne wymogi i standardy zachowań dla całej grupy przedsiębiorców oferujących sprzedaż samochodów osobowych w systemie dystrybucji selektywnej kształtowane są u podstaw precedensowej decyzji nakładającej znaczną karę finansową na jeden z takich podmiotów, w stosunku do praktyk nie będących nigdy wcześniej przedmiotem penalizacji w praktyce decyzyjnej Prezesa Urzędu.
- (732) Odnosząc się do powyższego Prezes Urzędu wskazuje na swoją argumentację przedstawioną w akapicie (608) decyzji, że zarówno rozporządzenie moto RM 2010, jak i rozporządzenie wertykalne RM 2011 nigdy nie przewidywały wyłączenia spod zakazu, o którym mowa w art. 6 ust. 1 u.o.k.k., porozumień ograniczających prawa nabywcy do ustalenia ceny sprzedaży towarów, jeżeli ceny te w rzeczywistości mają charakter cen minimalnych lub sztywnych, a także porozumień, które ograniczają obszar lub krąg klientów, którym nabywca może w sposób bierny (pasywny) sprzedać towary objęte porozumieniem. W ocenie Prezesa Urzędu na zawarcie takiego właśnie porozumienia wskazują zgromadzone w niniejszej sprawie dowody – co zostało przedstawione w pkt. 5.1.3. oraz 5.2.3. uzasadnienia decyzji. Wobec powyższego bez znaczenia pozostaje okoliczność, że zarzucane Kia Polska porozumienie zostało zawarte w sektorze samochodów osobowych – praktyki stanowiące tzw. klauzule czarne nie są dopuszczalne bez względu na produktowy rodzaj rynku.

Zastrzeżenia zgłoszone przez AS Motors

- (733) AS Motors wskazał, że Prezes Urzędu powinien uwzględnić wobec spółki okoliczności łagodzące w postaci jej biernej roli w zarzucanym porozumieniu, faktu działania w wyniku realizacji zobowiązań wobec Kia Polska, a także zaniechania przez AS Motors stosowania zakazanej praktyki niezwłocznie po wszczęciu postępowania. Prezes Urzędu nie zgadza się na uwzględnienie wobec spółki powołanych przez nią okoliczności łagodzących.
- (734) Materiał dowodowy poświadcza, że AS Motors podejmował aktywne i dobrowolne działania mające na celu umacnianie ustaleń cenowych i podziału rynku między uczestnikami sieci dealerskiej. Na aktywne uczestnictwo w porozumieniu AS Motors w aspekcie cenowym wskazują wiadomości e-mail, w których dealer odmawiał potencjalnym klientom przedstawienia konkurencyjnej oferty do tej otrzymanej przez klienta w salonie sprzedaży

innego dealera, a także wskazywał kontrahentom, że ceny sprzedaży w sieci dealerskiej Kia Polska są jednolite.²⁰¹ Ponadto AS Motors informował Kia Polska o przypadkach nieprzestrzegania ustaleń cenowych przez pozostałych dystrybutorów²⁰². AS Motors realizował porozumienie również w ramach horyzontalnych kontaktów z innymi dystrybutorami, przesyłając do nich informacje o warunkach sprzedaży oferowanych potencjalnym klientom²⁰³, a także przekazując skargi na pozostałych dealerów nie stosujących się do ustaleń polityki cenowej²⁰⁴. AS Motors podejmował także działania mające na celu utrzymanie porozumienia w aspekcie podziału rynku. Odpowiadając na zapytania o ofertę od klienta nieprzynależnego do jego Obszaru Odpowiedzialności, odsyłał takiego klienta do najbliższego względem jego siedziby lub miejsca zamieszkania salonu sprzedaży²⁰⁵. Dodatkowo AS Motors był autorem skargi do Kia Polska w przedmiocie nieprzestrzegania przez innego z dystrybutorów ustaleń podziałowych.²⁰⁶ W tym kontekście Prezes Urzędu odwołuje się do akapitu (498) powyżej, gdzie wyjaśnił dlaczego rola AS Motors wykraczała poza jedynie bierną akceptację reguł porozumienia cenowego i podziału rynku. Wobec powyższego brak jest podstaw, aby wobec AS Motors zastosować przedmiotową przesłankę łagodzącą.

- (735) Prezes Urzędu nie przyjmuje również argumentacji, że AS Motors musiał poddać się regułom dystrybucji narzucanym przez Kia Polska, bo był od niej uzależniony ekonomicznie, a brak dostosowania się do oczekiwań spółki mógł doprowadzić do zakończenia współpracy pomiędzy tymi podmiotami, co skutkowałoby odebraniem AS Motors możliwości dystrybuowania pojazdów marki Kia i utratą znacznych środków finansowych. W pierwszej kolejności Prezes Urzędu zwraca uwagę, że materiał dowodowy nie wskazuje na to, że spółka „musiała” poddać się regułom dystrybucji narzuconym przez Kia Polska. Realizacja antykonkurencyjnej praktyki nie następowała wyłącznie z inicjatywy i w związku z działaniami Kia Polska, lecz również przy aktywnej postawie jej dealerów. Cała sieć dealerska zmierzała do ograniczenia konkurencji pomiędzy jej uczestnikami prowadząc stałą wymianę informacji zarówno w ramach kontaktów horyzontalnych, jak i wertykalnych. W tym kontekście Prezes Urzędu zwraca uwagę na wiadomość e-mail²⁰⁷ przedstawiciela AS Motors, w której poinformował Kia Polska o nieprzestrzeganiu ustaleń cenowych przez dealera **[informacja prawnie chroniona]** Zgodnie z treścią skargi, potencjalna klientka AS Motors: „(...) 1. Przyszła z polecenia naszego klienta. 2. Użyczyliśmy auto, dostała chyba **[informacja prawnie chroniona]** % **[informacja prawnie chroniona]**. Cenę wstępnie

²⁰¹ Por. akapity (211)-(217) decyzji.

²⁰² Por. akapit (348) decyzji.

²⁰³ Por. akapity (264) i (285) decyzji.

²⁰⁴ Por. akapit (262) decyzji.

²⁰⁵ Por. akapity (98)-(101), (175) decyzji.

²⁰⁶ Por. akapit (159) decyzji.

²⁰⁷ Por. akapit (348) decyzji.

zaakceptowała, potrzebowała 2-3 dni na podjęcie decyzji. 3. Sprawdziła cenę w carserwisie dostała [informacja prawnie chroniona] % 4 Nie chciałem podcinać skrzydeł nowemu handlowcowi przy pierwszej transakcji więc dałem zielone światło na taką samą cenę. 5 Klientka wróciła z ofertą, którą przesłałem wcześniej. Tak wyglądała transakcja z mojej strony. Żeby była jasność, nie chodzi mi o fakt kto więcej się napracował. **Staramy się, trzymać [informacja prawnie chroniona] % pierwszej marży na autach.** A takie oferty to uniemożliwiają [podkreślenie własne – UOKiK]”. Następnie, po otrzymaniu informacji, że dealer [informacja prawnie chroniona] zrezygnował z tej transakcji, przedstawiciel AS Motors napisał do Kia Polska: „Klientka wczoraj wróciła do nas. Sprzedaliśmy sportage zgodnie z tabelą flotową. Wiem, że [informacja prawnie chroniona] wycofał się z obsługi tej Pani, za co dziękuję.” [podkreślenie własne – UOKiK]. Zdaniem Prezesa Urzędu z treść tej korespondencji wynika, że AS Motors angażował się w realizację porozumienia i jak sam wskazywał „starał się” przestrzegać ustaleń cenowych. Dodatkowo już z samego faktu, że AS Motors podejmował interwencje u Kia Polska w postaci zgłaszania przypadków nieprzestrzegania polityki sprzedaży, wynika, że podjęte ustalenia cenowe chciał utrzymać. Tym samym, takie działania przeczą tezie o byciu zmuszonym do udziału w porozumieniu.

- (736) Co do przesłanki zaniechania przez AS Motors stosowania domniemanej zakazanej praktyki niezwłocznie po wszczęciu postępowania w związku z tym, że Kia Polska wycofała się z dotychczasowego systemu kontroli dystrybutorów, należy wskazać, że spółka nie wykazała zaniechania praktyki, a zgodnie z art. 10 ust. 3 u.o.k.k. ciężar udowodnienia zaprzestania udziału w naruszeniu spoczywa na stronach postępowania. Nawet jednak w przypadku gdyby praktyka ta została zaprzestana, jak twierdzi AS Motors, to również nie zasługiwałoby na uwzględnienie jako okoliczność łagodząca. Przesłanka ta służy bowiem nagrodzeniu przedsiębiorcy, który na skutek własnej refleksji zaprzestanie udziału w porozumieniu. Nie dotyczy to natomiast zaprzestania spowodowanego działaniami zewnętrznymi, w szczególności działaniami organu, takimi jak przeprowadzenie przeszukania, czy wszczęcie postępowania antymonopolowego. Z tych względów Prezes Urzędu nie uwzględnił powołanej okoliczności łagodzącej.

12.5. Maksymalny wymiar kary

- (737) Wymierzając wysokość nakładanych kar Prezes Urzędu miał na uwadze maksymalny, możliwy do wymierzenia wymiar kar. Zgodnie z art. 106 ust. 1 pkt 1 u.o.k.k. Prezes Urzędu może nałożyć na przedsiębiorcę, w drodze decyzji, karę pieniężną w wysokości nie większej niż 10% obrotu osiągniętego w roku obrotowym poprzedzającym rok nałożenia kary. Jeżeli będąca wynikiem zastosowania Wyjaśnień w sprawie kar dla przedsiębiorców wartość służąca

określeniu wymiaru kary wynosi więcej niż maksymalny wymiar kary, karę nakłada się w maksymalnej wysokości.

- (738) Prezes Urzędu zmiarkował wysokość wszystkich z rozważanych kar dla uczestników porozumienia w taki sposób, aby nałożone kary nie przekroczyły maksymalnego wymiaru kary określonego w art. 106 ust. 1 u.o.k.k.

12.6. Adekwatność kary

- (739) Określając wysokość kar pieniężnych Prezes Urzędu uznał, że kwoty będące wynikiem analizy na poprzednich etapach pozostają adekwatne w warunkach rozpatrywanej sprawy i nie zachodzą żadne szczególne okoliczności, które mogłyby przemawiać za ich obniżeniem lub podwyższeniem.

12.7. Wymiar kary

- (740) W konsekwencji Prezes Urzędu uznał, że karami, które będą odznaczały się dolegliwością dla uczestników naruszenia i będą stanowiły adekwatną reakcję państwa na naruszenie prawa, będą kary wymierzone w następujący sposób:

Podmioty	Kara pieniężna
Kia Polska sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie	331 021 284,64 zł
AS Motors Classic sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie	11 617 847,67 zł
Jacek Woźniak, prowadzący działalność gospodarczą pod firmą Autotechnika Woźniak Jacek Woźniak w Pile	1 443 346,52 zł
„Gam” – sp. z o.o. z siedzibą we Wrocławiu	6 880 036,14 zł
Landcar spółka z ograniczoną odpowiedzialnością sp. k. z siedzibą w Starowej Górze	3 661 176,51 zł
Marvel sp. z o.o. z siedzibą w Łodzi	27 263 871,67 zł
Irena Patecka, prowadząca działalność gospodarczą pod firmą Irena Patecka IMP Group w Krakowie, jako wspólnikowi spółki cywilnej pod nazwą AUTO-CENTRUM I.M. PATECKI S.C. Irena Patecka, Marek Patecki w Krakowie	1 032 903,49 zł
Marek Patecki, prowadzący działalność gospodarczą pod firmą Marek Patecki PHU M.Patecki w Krakowie, jako wspólnikowi spółki cywilnej pod nazwą AUTO-CENTRUM I.M. PATECKI S.C. Irena Patecka, Marek Patecki w Krakowie	4 257 688,04 zł
Łukasz Patecki, prowadzący działalność gospodarczą pod firmą Łukasz Patecki Lukas Auto-Park w Krakowie, jako wspólnikowi spółki cywilnej pod nazwą Autocentrum Patecki S.C. Łukasz Patecki, Barbara Patecki w Krakowie	2 068 717,05 zł
Barbara Patecki, prowadząca działalność gospodarczą pod firmą Projekt Wola Barbara Patecki w Krakowie, jako wspólnikowi spółki cywilnej pod nazwą Autocentrum Patecki S.C. Łukasz Patecki, Barbara Patecki w Krakowie	1 878 814,93 zł
Wadowscy sp. z o.o. z siedzibą w Krakowie	8 148 931,36 zł
„Wrobud” sp. z o.o. z siedzibą we Wrocławiu	6 687 061,81 zł

- (741) Ponadto, jak wskazano w pkt. 11 uzasadnienia decyzji, Kia Polska oraz dystrybutorzy uczestniczyli w naruszeniu art. 6 u.o.k.k oraz art. 101 TFUE do przynajmniej 11 maja 2021 r., tj. do dnia rozpoczęcia przez Prezesa Urzędu przeszukania. Jednocześnie z uwagi na to, że zgodnie z art. 10 ust. 3 u.o.k.k. ciężar dowiedzenia zaprzestania udziału w naruszeniu spoczywa na stronie postępowania, a w niniejszej sprawie strony nie wypowiedziały się odnośnie do momentu zaniechania porozumienia ograniczającego konkurencję, w tym nie przedstawiły dowodów zaniechania udziału w tym porozumieniu, Prezes Urzędu, zgodnie z art. 10 ust. 2 u.o.k.k. nakazał w pkt. II sentencji decyzji zaniechanie naruszenia, w zakresie w jakim nie została jeszcze zaprzestana.

13. Kary pieniężne nałożone na podstawie art. 106a u.o.k.k.

Ramy prawne

- (742) Zgodnie z art. 106a ust. 1 u.o.k.k. Prezes Urzędu może nałożyć na osobę zarządzającą, o której mowa w art. 6a u.o.k.k., karę pieniężną w wysokości do 2 000 000 zł, jeżeli osoba ta umyślnie dopuściła do naruszenia przez przedsiębiorcę zakazów określonych w art. 6 ust. 1 pkt 1-6 u.o.k.k. lub w art. 101 ust. 1 lit. a-e TFUE.
- (743) W świetle art. 111 ust. 1 pkt 2 u.o.k.k., wymierzając osobie zarządzającej karę pieniężną, Prezes Urzędu uwzględnia w szczególności okoliczności naruszenia przepisów ustawy oraz uprzednie naruszenie przepisów ustawy, a także stopień wpływu zachowania osoby zarządzającej na naruszenie, którego dokonał przedsiębiorca, przychody uzyskane przez osobę zarządzającą u danego przedsiębiorcy, z uwzględnieniem okresu trwania naruszenia, oraz okres i skutki rynkowe naruszenia lub skutki naruszenia dla konsumentów.
- (744) Przy wymierzaniu kar pieniężnych dla osób zarządzających Prezes Urzędu uwzględnia okoliczności obciążające i łagodzące, o których mowa w art. 111 ust. 3-4 u.o.k.k.
- (745) Wymierzając kary dla osób zarządzających Prezes Urzędu posługuje się zasadami określonymi w wydanych przez siebie 30 lipca 2020 r., zgodnie z art. 31a u.o.k.k., „Wyjaśnieniach w sprawie sposobu wymierzania kar pieniężnych dla osób zarządzających na podstawie art. 106a i 111 u.o.k.k.” (dalej: **„Wyjaśnienia w sprawie kar dla osób zarządzających”**).
- (746) Wymierzając kary dla osób zarządzających Prezes Urzędu ma na względzie, że sytuacja tych osób różni się względem sytuacji podmiotów prowadzących działalność gospodarczą. Należy zwrócić uwagę, że ustawodawca określając maksymalny wymiar kar dla osób zarządzających posługuje się kwotowym wskazaniem maksymalnego wymiaru kary i oczekuje jedynie wzięcia pod uwagę przychodów takiej osoby, podczas gdy w przypadku podmiotów prowadzących działalność gospodarczą maksymalny wymiar kary odnoszony jest do całkowitego obrotu w roku obrotowym poprzedzającym rok nałożenia kary. Należy przyjąć w powyższym kontekście, że ustawodawca uznał, że podczas gdy prowadzenie działalności gospodarczej może odznaczać się tą specyfiką, że podmioty gospodarcze zasadniczo nie akumulują środków pieniężnych przeznaczając je, co do zasady, na bieżące prowadzenie działalności rynkowej (i w konsekwencji konieczne jest powiązanie maksymalnego wymiaru kary z odsetkiem obrotu za jeden rok obrotowy), w przypadku osób fizycznych podobna sytuacja nie zachodzi i możliwe jest odniesienie do kwotowego maksymalnego wymiaru kary, który nie musi pozostawać w ścisłym związku z przychodem w jednym roku rozliczeniowym. W samym przepisie art. 111 ust. 1 pkt. 2 u.o.k.k. ustawodawca czyni z kolei odniesienie do

przychodu osoby zarządzającej, ale odnosi się do całkowitego przychodu u przedsiębiorcy „z uwzględnieniem okresu naruszenia” i wymaga jego uwzględnienia jako przesłanki wymiaru kary, ale nie głównego wyznacznika kar dla osób zarządzających.

Zastosowanie prawa w niniejszej sprawie

- (747) W niniejszej sprawie Prezes Urzędu wymierzył każdej z osób zarządzających jedną karę, która jest karą dotyczącą ustalania cen, a w przypadku czterech wskazanych w decyzji osób również dotyczącą podziału rynku, a więc praktyk naruszających zarówno unijne, jak i polskie reguły konkurencji. Kara nie podlegała podwyższeniu ze względu na liczbę kwalifikacji prawnych porozumienia (podwójna kwalifikacja prawna związana z zastosowaniem prawa unijnego i polskiego), co oznacza, że całość poszczególnych kar dla osób zarządzających Prezes Urzędu uznaje za adekwatne niezależnie od występowania podwójnej kwalifikacji prawnej naruszenia w odniesieniu do przedsiębiorców.²⁰⁸
- (748) Ustalając należyty wymiar kar pieniężnych dla osób zarządzających, Prezes Urzędu miał na względzie przesłanki określone przez ustawodawcę, a całość analizy służącej wymierzeniu adekwatnych kar prowadził w etapach opisanych w Wyjaśnieniach w sprawie kar dla osób zarządzających, tj. uwzględniając kolejno:
1. charakter naruszenia, tj. jego wagę, skutki oraz inne okoliczności naruszenia nieodnoszące się jednak do stopnia wpływu zachowania osoby zarządzającej na naruszenie oraz jego okresu, a także niestanowiących okoliczności obciążających i łagodzących;
 2. stopień wpływu osoby zarządzającej na naruszenie;
 3. okoliczności obciążające i łagodzące;
 4. okres naruszenia;
 5. uprzednie naruszenia ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów inne niż naruszenia podobne do naruszenia, za które nakładana jest kara pieniężna;
 6. adekwatność ewentualnej kary wynikającej z rozważań poczynionych we wcześniejszych krokach do naruszenia postrzeganego jako całość, w tym uwzględniając przychody uzyskane przez osobę zarządzającą u danego przedsiębiorcy (biorąc przy tym pod uwagę okres trwania naruszenia);
 7. maksymalny wymiar kary.

²⁰⁸ Por. podobne uwagi w akapicie (691) decyzji.

13.1. Charakter naruszenia

- (749) Oceniając charakter naruszenia Prezes Urzędu uwzględnił okoliczności, o których mowa w akapicie (704) decyzji – odpowiedzialność osób zarządzających jest pochodną kształtu naruszenia dokonanego przez przedsiębiorców i w tym kontekście brak jest podstaw do uwzględnienia okoliczności innych niż te, które w podstawowym zakresie charakteryzują naruszenie. W konsekwencji Prezes Urzędu uznał naruszenie, w którym uczestniczyły osoby zarządzające objęte decyzją, za bardzo poważne również na potrzeby wymierzenia kar osobom zarządzającym z tych samych względów.
- (750) Zmierząc do ujednolicania polityki karania, na pierwszym etapie rozważań na temat adekwatnych kar Prezes Urzędu określa kwotę, która na kolejnych etapach analizy służy ustaleniu wymierzanej kary pieniężnej – kwota ta mieści się w odpowiednim przedziale określonym w Wyjaśnieniach w sprawie kar dla osób zarządzających. W przypadku naruszeń scharakteryzowanych jako bardzo poważne, wskazana wyżej kwota jest kwotą z przedziału od 75 000 zł do 300 000 zł. Wartość ta jest odnoszona do jednego roku naruszenia, tj. Prezes Urzędu ocenia na początkowym etapie rozważań wysokość ewentualnej kary w odniesieniu do jednego roku naruszenia, mając na względzie jego ogólną charakterystykę.
- (751) W niniejszej sprawie Prezes Urzędu uznał za uzasadnione określenie następujących kwot, służących ustaleniu wymiaru kar, w odniesieniu do następujących osób zarządzających:

Osoba zarządzająca	Kwota początkowa służąca określeniu kary
Wojciech Szyszko	175 000 zł
Leszek Sukiennik	175 000 zł
Agnieszka Adrjan	175 000 zł
Michał Krzewiński	150 000 zł
Paweł Białkowski	175 000 zł

- (752) Prezes Urzędu uznał, że kwota wynosząca 175 000 zł w odniesieniu do zakresu odpowiedzialności pana Wojciecha Szyszko (Kia Polska), pana Leszka Sukiennika (Kia Polska), pani Agnieszki Adrjan (Wrobud) i pana Pawła Białkowskiego (Marvel) jest odpowiednia, ponieważ uwzględnia okoliczność, że ww. osoby zarządzające ponoszą odpowiedzialność za udział przedsiębiorców w bardzo poważnym naruszeniu reguł konkurencji, które doprowadziło do zawarcia wertykalno-horyzontalnego porozumienia polegającego zarówno na ustaleniach cenowych, jak i ustaleniach podziałowych. Natomiast w odniesieniu do pana Michała Krzewińskiego, Prezes Urzędu przyjął kwotę niższą, wynoszącą 150 000 zł, co wynika z faktu, że zakres jego odpowiedzialności był mniejszy, ponieważ

doprowadził do zawarcia wertykalno-horyzontalnego porozumienia obejmującego tylko ustalenia cenowe. Jednocześnie w stosunku do wszystkich ww. osób, Prezes Urzędu uwzględnił, że kontakty pomiędzy uczestnikami sieci dystrybucyjnej występowały regularnie, z dużą częstotliwością, a realizacja antykonkurencyjnego porozumienia nie odbywała się wyłącznie z inicjatywy i w związku z działaniami Kia Polska, ale również wzmożonej aktywności pomiędzy samymi dealerami. Okolicznościami przemawiającymi za tym, aby przyjąć w odniesieniu do tych osób zarządzających kwotę niższą od maksymalnej wykorzystywanej przez Prezesa Urzędu do kształtowania kar było to, że naruszenie miało charakter wewnątrzmarkowy – w tym zakresie Prezes Urzędu uznał za relewantne te same okoliczności, co te omówione już w odniesieniu do samych przedsiębiorców.

- (753) W konsekwencji Prezes Urzędu postanowił przyjąć w odniesieniu do pana Wojciecha Szyszko (Kia Polska), pana Leszka Sukiennika (Kia Polska), pani Agnieszki Adrjan (Wrobud) i pana Pawła Białkowskiego (Marvel) kwotę poniżej środka przedziału kwotowego, tj. 175 000 zł. W ocenie Prezesa Urzędu, wskazana kwota jest na tyle wysoka, aby stanowić dolegliwość i odstraszać przed przystąpieniem do naruszenia o charakterze cenowym i podziałowym w relacjach dotyczących różnych szczebli obrotu. Z kolei w stosunku do pana Michała Krzewińskiego, Prezes Urzędu uznał, że odpowiednią kwotą służącą dostosowaniu na dalszych etapach analizy poziomu współmiernej kary będzie również kwota poniżej środka przedziału przewidzianego dla tego typu naruszeń, tj. 150 000 zł.

13.2. Stopień wpływu naruszenia

- (754) Oceniając stopień wpływu na naruszenie osób zarządzających w niniejszej sprawie, Prezes Urzędu wziął pod uwagę, jak duże znaczenie dla dokonania naruszenia miało zachowanie tych osób. Zmierzając do ujednolicenia polityki karania w Wyjaśnieniach w sprawie kar dla osób zarządzających Prezes Urzędu podzielił rodzaje stopni wpływu na trzy kategorie (wysoki, średni, umiarkowany) i w ramach każdego z nich przewidział możliwość dalszego dostosowywania wpływu tej przesłanki na wymiar kary, tj. indywidualizację kary – w ten sposób Prezes Urzędu oceniał stopień wpływu na naruszenie również w niniejszej sprawie.
- (755) Mając na względzie stan faktyczny sprawy, Prezes Urzędu doszedł do wniosku, że stopień wpływu wszystkich osób zarządzających na naruszenie był wysoki. Odnosząc się do każdej z osób osobno, należy zwrócić uwagę, że:
- a) pan Wojciech Szyszko był Dyrektorem Zarządzającym w Kia Polska odpowiedzialnym za kierowanie poszczególnymi działami Kia Polska, w tym działem odpowiedzialnym za politykę sprzedaży i sieć dealerską. Pan Wojciech Szyszko głównie otrzymywał sygnały o sytuacji wewnątrz sieci dealerskiej od pracowników odpowiedzialnych za koordynowanie współpracy z dealerami;

- b) pan Leszek Sukiennik był Kierownikiem Generalnym Sprzedaży i Marketingu, a następnie Dyrektorem Zarządzającym w Kia Polska, który posiadał pełną wiedzę o uczestnictwie Kia Polska w ustaleniach cenowych i podziałowych z dealerami Kia Polska. Pan Leszek Sukiennik otrzymywał od współpracowników i dealerów informacje o antykonkurencyjnych praktykach funkcjonujących wewnątrz sieci dealerskiej, jak również zlecał podwładnym podjęcie działań kontrolnych lub upominawczych względem dealerów;
- c) pani Agnieszka Adrjan była prokurentem samoistnym we Wrobud, która podejmowała wyjątkowo intensywne kontakty z przedstawicielami zarówno Kia Polska, jak i innych dealerów, w ramach których realizowała porozumienie cenowe i podziałowe, doprowadzając do naruszenia reguł konkurencji i nie zakończyła udziału Wrobud w tym naruszeniu;
- d) pan Michał Krzewiński był prezesem zarządu komplementariusza Landcar, tj. Landcar spółka z ograniczoną odpowiedzialnością, który podejmował działania mające na celu stosowanie się przez Landcar do poczynionych ustaleń cenowych i nie zakończył udziału Landcar w tym naruszeniu;
- e) pan Paweł Białkowski był prezesem zarządu Marvel, który swoim działaniem dążył do stosowania przez Marvel ustaleń cenowych i podziałowych i nie zakończył udziału Marvel w tym naruszeniu.

(756) W powyższym kontekście wpływ poszczególnych osób na naruszenie Prezes Urzędu skategoryzował w następujący sposób:

Osoba zarządzająca	Stopień wpływu
Wojciech Szyszko	wysoki
Leszek Sukiennik	wysoki
Agnieszka Adrjan	wysoki
Michał Krzewiński	wysoki
Paweł Białkowski	wysoki

- (757) W odniesieniu do każdej ze wskazanych wyżej osób Prezes Urzędu przeanalizował, w jak dużym stopniu wpływ danej osoby powinien oddziaływać na wysokość kary pieniężnej.
- (758) W przypadku pana Wojciecha Szyszko (Kia Polska) Prezes Urzędu uznał, że jego wpływ na naruszenie był wysoki. Pan Wojciech Szyszko odpowiadał w Kia Polska za realizację polityki sprzedaży i sieć dealerską. Z racji tego był uprawniony do podejmowania w spółce kluczowych decyzji, które przekładały się na dokonane przez Kia Polska naruszenie. Przy ocenie stopnia jego wpływu na stwierdzone naruszenie, Prezes Urzędu uwzględnił, że materiał

dowodowy nie wskazuje na osobiste kontakty pana Wojciecha Szyszko z dealerami Kia Polska, natomiast potwierdza, że pan Wojciech Szyszko otrzymywał sygnały o ustaleniach cenowych i podziałowych funkcjonujących wewnątrz sieci dealerskiej.²⁰⁹ Istnieje również dowód na to, że zlecił on swoim podwładnym podjęcie działań upominających i kontrolnych względem jednego z dealerów.²¹⁰ Prezes Urzędu wziął pod uwagę okoliczność, że pomimo tego, że pan Wojciech Szyszko należał do kluczowego personelu w spółce i dysponował uprawnieniami umożliwiającymi zaprzestanie udziału w naruszeniu, nie nakazał jego zaniechania. Dodatkowo Prezes Urzędu uwzględnił, że pan Wojciech Szyszko miał świadomość bezprawności podejmowanych działań i konsekwencji zachowań niezgodnych z przepisami prawa konkurencji. Co najmniej dwukrotnie był informowany o postępowaniach antymonopolowych dotyczących porozumień cenowych i podziałowych, prowadzonych przez Prezesa Urzędu przeciwko podmiotom z branży samochodowej.²¹¹

- (759) W przypadku pana Leszka Sukiennika (Kia Polska) Prezes Urzędu uznał, że jego wpływ na naruszenie był wysoki i zarazem większy niż wpływ pana Wojciecha Szyszko. Pan Leszek Sukiennik jako osoba odpowiedzialna za kształtowanie procesu sprzedaży i kontakty wewnątrz sieci dealerskiej, miał znaczący wpływ na proces podejmowania głównych decyzji biznesowych w Kia Polska. Oceniając stopień wpływu pana Leszka Sukiennika na naruszenie, Prezes Urzędu uwzględnił jego aktywny udział w realizacji naruszenia oraz jego działania mające na celu utrzymywanie ustaleń cenowych i podziału rynku. Pan Leszek Sukiennik był informowany przez pracowników Kia Polska o odstępstwach od ustalonej polityki sprzedaży obowiązującej wewnątrz sieci dealerskiej.²¹² Z materiału dowodowego wynika, że skargi od dealerów Kia Polska były przekazywane bezpośrednio do pana Leszka Sukiennika.²¹³ To również pan Leszek Sukiennik jako osoba pełniąca wiodącą rolę w procesie zarządzania działem sprzedaży w Kia Polska, zlecał współpracownikom podjęcie działań kontrolnych lub dyscyplinujących względem dealerów.²¹⁴ W konsekwencji podejmował on bardziej intensywne działania niż pan Wojciech Szyszko w zakresie utrzymania ustaleń podjętych przez Kia Polska z dystrybutorami. Pomimo posiadania uprawnień do wydawania wiążących poleceń pracownikom, pan Leszek Sukiennik nie podjął żadnych działań mających na celu skorygowanie niezgodnych z prawem działań przedsiębiorstwa, dając pracownikom przyzwolenie na angażowanie się w działania powodujące naruszanie reguł konkurencji. Dodatkowo Prezes Urzędu uwzględnił, że również pan Leszek Sukiennik miał świadomość

²⁰⁹ Akapity (168)-(170), (355), (318), (350) decyzji.

²¹⁰ Akapit (350) decyzji.

²¹¹ Akapity (377), (378) decyzji.

²¹² Akapity (330), (362), (367) decyzji.

²¹³ Akapity (329), (332) decyzji.

²¹⁴ Akapity (355), (331) decyzji.

bezpprawności ustaleń cenowych i podziałowych funkcjonujących wewnątrz sieci dealerskiej, którą zarządzał. Pan Leszek Sukiennik śledził doniesienia prasowe Prezesa Urzędu i dokładał należytych starań, aby wszyscy pracownicy spółki byli świadomi odpowiedzialności z tytułu naruszenia prawa konkurencji.²¹⁵

- (760) Również w przypadku pani Agnieszki Adrjan (Wrobud) Prezes Urzędu uznał, że jej wpływ na naruszenie był wysoki. Związane było to z wyjątkową aktywnością, jaką pani Agnieszka Adrjan przejawiała w zakresie funkcjonowania, jak i utrzymania ustaleń cenowych i podziałowych z Kia Polska i innymi dealerami. W odniesieniu do ustaleń cenowych, pani Agnieszka Adrjan w korespondencji z klientami odmawiała przedstawienia konkurencyjnej oferty do tej zaproponowanej uprzednio przez innego dealera Kia Polska i informowała, że cennik i zasady udzielania rabatów są jednolite w sieci dealerskiej Kia Polska. Natomiast realizując założenia ustalonego podziału rynku, pani Agnieszka Adrjan odsyłała klientów do lokalnych dealerów, najbliższych względem ich miejsca zamieszkania lub siedziby.²¹⁶ Z materiału dowodowego wynika, że mimo formalnego pozostawania poza zarządem Wrobud, pani Agnieszka Adrjan zarządzała działalnością spółki w znacznym stopniu i posiadała dużą samodzielność w działaniu. Jej udział w naruszeniu sprowadzał się do osobistego wdrażania we Wrobud ustalonej wewnątrz sieci dealerskiej polityki sprzedaży. Pani Agnieszka Adrjan regularnie inicjowała komunikację z Kia Polska i innymi dealerami, jak również kierowała działaniami handlowców we Wrobud, nadzorując komunikację pracowników z konkurentami i potencjalnymi klientami. Jednocześnie przy ocenie stopnia wpływu pani Agnieszki Adrjan na naruszenie, Prezes Urzędu wziął pod uwagę strukturę organizacyjną Wrobud i fakt, że nie mogła ona samodzielnie położyć kresu naruszeniu, niemniej jednak mając wiedzę o uczestnictwie Wrobud w naruszeniu prawa, pani Agnieszka Adrjan nie zainicjowała działań wewnątrzkorporacyjnych służących wyeliminowaniu tego naruszenia.
- (761) Oceniając wpływ pana Michała Krzewińskiego (Landcar) na naruszenie jako wysoki, Prezes Urzędu uwzględnił, że pan Michał Krzewiński podejmował działania, które doprowadziły do naruszenia przez Landcar reguł konkurencji w zakresie niedozwolonych ustaleń cenowych. W związku z zajmowaną funkcją w zarządzie komplementariusza Landcar, pan Michał Krzewiński posiadał na zajmowanym stanowisku szeroką możliwość kształtowania działań Landcar w odniesieniu do sposobu kształtowania polityki sprzedażowej. Pan Michał Krzewiński pozostawał w kontakcie z przedstawicielami Kia Polska i innych dealerów, przykładowo z panem Pawłem Białkowskim (Marvel), a także otrzymywał od swoich pracowników korespondencję e-mail, która wprost wskazywała na ustalenia niezgodne z

²¹⁵ Akapit (380) decyzji.

²¹⁶ Akapity (241), (242), (244), (245) decyzji.

prawem konkurencji.²¹⁷ Pomimo tego nie podjął żądanych działań służących wyeliminowaniu tego naruszenia.

- (762) W odniesieniu do pana Pawła Białkowskiego (Marvel) Prezes Urzędu uznał, że jego wpływ na naruszenie był wysoki. Prezes Urzędu uwzględnił, że pan Paweł Białkowski bezpośrednio uczestniczył w czynieniu ustaleń co do podziału rynku i cen z Kia Polska i innymi dystrybutorami, przez cały okres trwania naruszenia. W korespondencji wewnątrz sieci dealerskiej deklarował, że realizuje założenia zawartego porozumienia.²¹⁸ Do wiadomości pana Pawła Białkowskiego, pracownik Marvel przekazał skargę do Kia Polska na ofertę innego dealera, sporządzoną wbrew ustaleniom podziałowym panującym w sieci dealerskiej.²¹⁹ Prezes Urzędu uwzględnił, że pan Paweł Białkowski osobiście nawiązywał kontakty z przedstawicielami innych dealerów Kia Polska. Przykładowo o założeniach wspólnej polityki cenowej korespondował z przedstawicielem Landcar, panem Michałem Krzewińskim.²²⁰ Również w odniesieniu do pana Pawła Białkowskiego wskazać należy, że miał on świadomość bezprawności ustaleń podejmowanych wewnątrz sieci dealerskiej Kia Polska. Pan Paweł Białkowski w wiadomości e-mail zatytułowanej „*Warte przeczytania*” przesłał do przedstawiciela Kia Polska treść komunikatu prasowego Prezesa Urzędu dotyczącego wszczęcia postępowania antymonopolowego przeciwko przedsiębiorcom oraz ich osobom zarządzającym, zajmującym się sprzedażą samochodów ciężarowych.²²¹ Ze względu na sprawowaną funkcję, pan Paweł Białkowski miał decydujący wpływ na politykę Marvel, mimo tego nie podjął działań służących zakończeniu antykonkurencyjnych praktyk.
- (763) W konsekwencji Prezes Urzędu w celu odzwierciedlenia stopnia wpływu osób zarządzających na naruszenie zastosował następujące mnożniki w odniesieniu do początkowo określonych kwot, służących jako punkt odniesienia dla ustalenia wymiaru kar:

²¹⁷ Akapity (333), (301) decyzji.

²¹⁸ Akapit (168) decyzji.

²¹⁹ Akapit (173) decyzji.

²²⁰ Akapity (289) i (334) decyzji.

²²¹ Akapit (382) decyzji.

Osoba zarządzająca	Kwota początkowa służąca określeniu kary	Mnożnik służący odzwierciedleniu stopnia wpływu na naruszenie	Kwota po uwzględnieniu stopnia wpływu na naruszenie
Wojciech Szyszko	175 000 zł	0,75	131 250 zł
Leszek Sukiennik	175 000 zł	1,00	175 000 zł
Agnieszka Adrjan	150 000 zł	0,75	131 250 zł
Michał Krzewiński	150 000 zł	1,00	150 000 zł
Paweł Białkowski	175 000 zł	1,00	175 000 zł

Zastrzeżenia zgłoszone przez pana Leszka Sukiennika

- (764) Pan Leszek Sukiennik wskazał, że jego wpływ na naruszenie nie powinien zostać uznany za wysoki, ponieważ w jego ocenie w ramach przyznanych mu wewnątrz Kia Polska kompetencji, nie mógł wpływać na decyzje biznesowe podmiotów znajdujących się wyżej w strukturze spółki, bądź na stanowiskach równorzędnych.
- (765) W powyższym zakresie należy wskazać, że określenia poziomu wpływu jako „wysoki”, „średni” i „umiarkowany”, Prezes Urzędu stosuje jako ogólne kategorie służące rozróżnieniu stopnia wpływu różnych osób zarządzających na naruszenie. Określenie stopnia wpływu osoby zarządzającej na naruszenie nie jest równoznaczne z miejscem zajmowanym przez tę osobę w hierarchii korporacyjnej danego podmiotu.
- (766) W przypadku pana Leszka Sukiennika stopień wpływu został określony jako wysoki, przy czym ustalenie to nie wynikało z zajmowania przez niego określonego stanowiska w hierarchii korporacyjnej Kia Polska, ale z faktu, że sprawując funkcję Kierownika Generalnego Sprzedaży i Marketingu, a następnie Dyrektora Zarządzającego, miał w realiach tej konkretnej sprawy decydujący wpływ na faktyczne działania podejmowane przez Kia Polska, związane z naruszeniem stwierdzonym w Decyzji. Ze zgromadzonego materiału dowodowego wynika, że pan Leszek Sukiennik nadzorując dział sprzedaży podejmował bieżące decyzje dotyczące realizacji antykonkurencyjnych praktyk, w szczególności prowadził korespondencje między przedstawicielami Kia Polska i dealerami, w której dealerzy informowali o odstępstwach od polityki cenowej i podziałowej obowiązującej wewnątrz sieci dealerskiej. Szczegółowa argumentacja w tym zakresie została przedstawiona w pkt. 11.2.2. uzasadnienia decyzji.

13.3. Okoliczności obciążające i łagodzące

- (767) Okoliczności obciążające przemawiają za wymierzeniem kary bardziej dolegliwej, a okoliczności łagodzące za karą niższego wymiaru. Prezes Urzędu ocenia te okoliczności łącznie, przyjmując zarazem, że poszczególne okoliczności obciążające i łagodzące mogą mieć różną doniosłość. Zmierzając do zwiększania spójności w polityce karania, Prezes

Urzędu przyjmuje w Wyjaśnieniach w sprawie kar dla osób zarządzających, że z uwagi na okoliczności obciążające i łagodzące kwota ustalona na wcześniejszych etapach analizy odpowiedniego wymiaru kar może ulec zwiększeniu bądź zmniejszeniu maksymalnie o 50%.

- (768) Prezes Urzędu po przeanalizowaniu materiału dowodowego nie zidentyfikował występowania okoliczności łagodzących i obciążających wobec żadnej ze stron stwierdzonego porozumienia.

Zastrzeżenia zgłoszone przez pana Leszka Sukiennika

- (769) Pan Leszek Sukiennik odpowiadając na SUZ, podniósł jako jedną z okoliczności łagodzących stałą i sprawną współpracę z Prezesem Urzędu ze swojej strony oraz Kia Polska, zarówno w toku postępowania wyjaśniającego, jak i antymonopolowego, przejawiającą się m.in. terminowym udzielaniem odpowiedzi na wezwania Prezesa Urzędu. Ponadto pan Leszek Sukiennik wskazał, że nawet gdyby uznać, że sprawował funkcję zarządzającą w Kia Polska, to nie był członkiem zarządu, co powinno przemawiać za obniżeniem kary.
- (770) Odnosząc się do stanowiska pana Leszka Sukiennika w zakresie uznania stałej współpracy jako okoliczności łagodzącej, Prezes Urzędu nie dostrzega, by na gruncie przedmiotowej sprawy miała miejsce wykraczająca poza wymagania ustawowe współpraca, zasługująca na dodatkowe wynagrodzenie w postaci obniżenia kary. Jak wskazano już w akapicie (730) decyzji w odniesieniu do podobnych argumentów Kia Polska w tym zakresie, realizacja obowiązków przeszukiwanego czy też udzielanie informacji na żądanie Prezesa Urzędu w toku postępowania antymonopolowego stanowią jedynie wyraz stosowania się do obowiązujących przepisów u.o.k.k. i w tym zakresie nie zasługują na dodatkowe „premiowanie”.
- (771) Ponadto okoliczność, iż pan Leszek Sukiennik nie był członkiem zarządu Kia Polska nie może zostać wzięta pod uwagę w przedmiotowej sprawie jako okoliczność łagodząca. Na gruncie przepisów u.o.k.k. funkcjonuje autonomiczne pojęcie osoby zarządzającej. Rozumie się przez nie osoby fizyczne „kierujące przedsiębiorstwem”, tj. osoby zajmujące najwyższe stanowiska w strukturze organizacyjnej przedsiębiorcy i mające wpływ na zachowanie rynkowe przedsiębiorcy, niekoniecznie wchodzące w skład organu zarządzającego przedsiębiorcy. Prezes Urzędu analizuje stopień wpływu danej osoby zarządzającej w każdej ze spraw oddzielnie i w przypadku pana Leszka Sukiennika, na podstawie materiału dowodowego opisanego w akapitach (650)-(658) decyzji, stwierdził wysoki stopień wpływu na naruszenie. Na gruncie przedmiotowej sprawy, w zakresie odpowiedzialności pana Leszka Sukiennika przesądzającą była okoliczność faktycznej pozycji w strukturze organizacyjnej przedsiębiorcy, a nie charakter zajmowanego stanowiska.

13.4. Okres naruszenia

- (772) Zmierając do ujednolicenia polityki karania w Wyjaśnieniach w sprawie kar dla osób zarządzających Prezes Urzędu uznał, że ograniczy dyskrejonalność swojej oceny co do wpływu przesłanki okresu naruszenia na wysokość kar. Prezes Urzędu przyjął, że będzie ustalał najpierw kwotę służącą określeniu wymiaru kary w odniesieniu do jednego roku, a następnie kwota ta zostanie ewentualnie powiększona tak, aby odzwierciedlać pełny okres naruszenia.
- (773) W konsekwencji, w przypadku, gdy kara nakładana na osobę zarządzającą odnoszona jest do okresu trwającego pół roku lub mniej, Prezes Urzędu obniża wcześniej określoną kwotę służącą określeniu wymiaru kary o połowę, tj. stosując mnożnik wynoszący 0,5.
- (774) Jeżeli natomiast Prezes Urzędu zamierza nałożyć karę w odniesieniu do okresu trwającego od więcej niż pół roku do roku, wcześniej określona kwota pozostawiona jest bez zmian, co jest równoznaczne z zastosowaniem mnożnika wynoszącego 1.
- (775) Z kolei w przypadku, gdy kara odnoszona jest do okresu trwającego więcej niż rok, mnożnik, który Prezes Urzędu stosuje na potrzeby dostosowania wysokości wcześniej określonej kwoty rozważanej kary, równy jest liczbie pełnych lat naruszenia. Jeżeli w ostatnim rozpoczętym roku okresu, za który wymierzana jest kara, czas trwania w naruszeniu wynosi więcej niż 6 miesięcy, to Prezes Urzędu powiększa wcześniej określony mnożnik o 0,5.
- (776) W niniejszej sprawie okresy, za które Prezes Urzędu przypisał osobom zarządzającym odpowiedzialność wskazane zostały w pkt. 11.2 uzasadnienia decyzji.
- (777) W praktyce oznaczało to, że panu Wojciechowi Szyszko (Kia Polska) Prezes Urzędu wymierzył karę obejmującą 5 lat i 11 miesięcy uczestnictwa w naruszeniu, natomiast panu Leszkowi Sukiennikowi (Kia Polska) Prezes Urzędu wymierzył karę obejmującą 5 lat i 3 miesiące uczestnictwa w naruszeniu, pani Agnieszce Adrjan (Wrobud) wynoszącą 3 lata i 11 miesięcy, panu Michałowi Krzewińskiemu (Landcar) wynoszącą 3 lata 5 miesięcy, a panu Pawłowi Białkowskiemu (Marvel) wynoszącą 6 lat i 5 miesięcy. W konsekwencji zważywszy, że kwoty określone na wcześniejszym etapie analizy Prezes Urzędu odnosił do uczestnictwa w naruszeniu przez jeden rok, w celu ich dostosowania Prezes Urzędu zwiększył w odniesieniu do pana Wojciecha Szyszko określoną wcześniej kwotę z wykorzystaniem mnożnika „5,5”, pana Leszka Sukiennika – mnożnika „5”, pani Agnieszki Adrjan – mnożnika „3,5”, w odniesieniu do pana Michała Krzewińskiego z wykorzystaniem mnożnika „3”, a pana Pawła Białkowskiego z wykorzystaniem mnożnika „6”.
- (778) W konsekwencji w odniesieniu do poszczególnych osób okres ich uczestnictwa w naruszeniu wpływał następująco na określenie wymiaru kar:

Osoba zarządzająca	Kwota po uwzględnieniu okoliczności obciążających i łagodzących	Mnożnik służący odzwierciedleniu okresu naruszenia	Kwota po uwzględnieniu okresu naruszenia
Wojciech Szyszko	131 250 zł	5,5	721 875 zł
Leszek Sukiennik	175 000 zł	5	875 000 zł
Agnieszka Adrjan	131 250 zł	3,5	459 375 zł
Michał Krzewiński	150 000 zł	3	450 000 zł
Paweł Białkowski	175 000 zł	6	1 050 000 zł

13.5. Uprzednie naruszenie

- (779) Prezes Urzędu nie stwierdził, aby którakolwiek z osób zarządzających naruszyła wcześniej przepisy ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów w sposób inny niż przez dokonanie naruszenia podobnego do naruszenia, za które kara jest wymierzana. W konsekwencji Prezes Urzędu stwierdził, że brak jest podstaw do zaostrzenia wymiaru kar z uwagi na tę przesłankę.

13.6. Adekwatność kary, w tym uwzględnienie przychodów osób zarządzających

- (780) Oceniając, czy określone wcześniej kwoty, służące określeniu ostatecznego wymiaru kar, będą miały charakter adekwatny do naruszenia w przypadku wymierzenia kar w tych wysokościach, Prezes Urzędu przeanalizował przede wszystkim wysokości przychodów (w okresie naruszenia) osób zarządzających u przedsiębiorców, których działań dotyczyło postępowanie. Przychody te Prezes Urzędu ustalił na podstawie informacji przekazanych przez przedsiębiorców.

- Dowód:**
- pismo Kia Polska z 19 lutego 2024 r. (str. 1 i 2), k. 1863, wraz z załącznikiem nr 2, k. 1867 i załącznikiem nr 3, k. 1868;
 - pismo Wrobud z 16 lutego 2024 r. (str. 1-3), k. 1994-1995;
 - pismo Marvel z 19 lutego 2024 r. (str. 1 i 2), k. 1922 wraz z załącznikiem nr 1, k. 1924-1927;
 - załączniki do pisma Landcar i p. Michała Krzewińskiego z 25 marca 2024 r., k. 2279-2331.

- (781) Na potrzeby przeanalizowania adekwatności nakładanych kar w niniejszej sprawie Prezes Urzędu wziął pod uwagę w odniesieniu do:

- (i) pana Wojciecha Szyszko – przychody w Kia Polska;
- (ii) pana Leszka Sukiennika – przychody w Kia Polska;
- (iii) pani Agnieszki Adrjan – przychody we Wrobud;

- (iv) pana Michała Krzewińskiego – przychody w Landcar;
 - (v) pana Pawła Białkowskiego – przychody w Marvel.
- (782) Oceniając adekwatność wcześniej określonych kwot służących ustaleniu wymiaru kar w odniesieniu do osób zarządzających, Prezes Urzędu miał na względzie okoliczności, o których mowa w akapicie (746) decyzji, a także, że kary nakładane na osoby zarządzające, jakkolwiek nie powinny stawać się nieproporcjonalnie wysokie, powinny mieć też charakter realnej sankcji za dokonanie naruszenia prawa, tj. odznaczać się dolegliwością.
- (783) Należy przy tym mieć na względzie, że wartość obniżenia kary ze względu na adekwatność nie musi być wynikiem ścisłych kalkulacji matematycznych, a sprawiedliwa kara może zawierać element uznania w zakresie dostosowania do warunków sprawy. W szczególności dążenie do zapewnienia adekwatnego poziomu kar nakładanych na osoby zarządzające nie może prowadzić do podważenia indywidualnej oceny stopnia wpływu na naruszenie takich osób, co wynika z podstawowej dyrektywy wymiaru kar, że kary nakładane na osoby, których wpływ na dokonane naruszenie był wyższy, powinny cechować się większą dolegliwością, niż kary nakładane na osoby o niższym wpływie na to naruszenie.
- (784) Prezes Urzędu ustalił, że przychody pana Leszka Sukiennika (Kia Polska) i pana Pawła Białkowskiego (Marvel) pozostawały zasadniczo na porównywalnym poziomie. Z kolei przychody pana Wojciecha Szyszko (Kia Polska) były stosunkowo wyższe od przychodów ww. osób. Prezes Urzędu uwzględnił, że przychody pana Michała Krzewińskiego (Landcar) i pani Agnieszki Adrjan (Wrobud) były na niższym poziomie, niż w przypadku pozostałych osób zarządzających.
- (785) Prezes Urzędu po przyrównaniu określonych wcześniej kwot, służących określeniu wymiaru kar, do przychodów osób zarządzających uznał, że kwoty te pozostają w zbyt dalekiej dysproporcji do całkowitych oraz średnich miesięcznych przychodów osiągniętych przez te osoby u wskazanych wyżej podmiotów w okresie trwania naruszenia. Dlatego też uznał za zasadne obniżenie kwot nakładanych kar w kontekście przychodów osób zarządzających oraz adekwatnie do natury naruszenia oraz stopnia wpływu tych osób na naruszenie, w taki sposób, aby kary nakładane na osoby, których stopień wpływu na naruszenie był podobny, pozostawały w zbliżonej proporcji do przychodów osiąganych przez te osoby u przedsiębiorców uczestniczących w naruszeniu.

13.7. Maksymalny wymiar kary

- (786) Prezes Urzędu zbadał, czy wskazane wcześniej wymiary kar nie wykraczają poza ich maksymalny poziom i stwierdził, że wszystkie one mieszczą się w progu określonym przez ustawodawcę.

- (787) W konsekwencji Prezes Urzędu wymierzył następującym osobom zarządzającym następujące kary:

Osoba zarządzająca	Nalożona kara
Wojciech Szyszko	433 100 zł
Leszek Sukiennik	437 500 zł
Agnieszka Adrjan	137 800 zł
Michał Krzewiński	225 000 zł
Paweł Białkowski	420 000 zł

14. Umorzenie postępowania

Ramy prawne

- (788) Zgodnie z art. 83 u.o.k.k. w sprawach nieuregulowanych w ustawie o ochronie konkurencji i konsumentów do postępowań przed Prezesem Urzędu stosuje się przepisy ustawy z 14 czerwca 1960 r. Kodeks postępowania administracyjnego. Zgodnie natomiast z art. 105 § 1 k.p.a., gdy postępowanie z jakiegokolwiek przyczyny stało się bezprzedmiotowe w całości albo w części, organ wydaje decyzję o umorzeniu postępowania odpowiednio w całości albo w części. Bezprzedmiotowość może wynikać z braku przesłanki przedmiotowej lub podmiotowej w postępowaniu.
- (789) Na podstawie art. 5 Rozporządzenia 1/2003 organy ochrony konkurencji Państw Członkowskich mają uprawnienie do stosowania art. 101 i 102 TFUE. Jednocześnie przepis ten wskazuje zamknięty katalog decyzji, które może wydać organ ochrony konkurencji Państwa Członkowskiego stosując art. 101 i 102 TFUE. Zgodnie z art. 5 Rozporządzenia 1/2003 organ ochrony konkurencji Państwa Członkowskiego może wydać następujące rodzaje decyzji:
- a) domagającą się zaprzestania naruszenia;
 - b) zarządzającą środki tymczasowe;
 - c) akceptującą zobowiązania;
 - d) nakładającą grzywny lub okresowe kary pieniężne, lub inne kary przewidziane w krajowych przepisach prawa.
- (790) Zgodnie natomiast z treścią art. 5 zdanie 3 Rozporządzenia 1/2003 jeżeli na podstawie informacji, które posiadają organy ochrony konkurencji Państwa Członkowskiego, warunki ustanowienia zakazu nie zostały spełnione, organ może zdecydować, że nie ma podstaw do działania z jego strony.

14.1 Umorzenie postępowania wobec Leszka Liszyńskiego Lee Motors

- (791) Jak wskazano powyżej [akapit (35) decyzji], w okresie po wszczęciu postępowania antymonopolowego, pan Leszek Liszyński zmarł. Wobec śmierci strony postępowania, przedsiębiorcy będącego osobą fizyczną, przedmiotowe postępowanie stało się w tym zakresie bezprzedmiotowe, z uwagi na brak przesłanki podmiotowej. Mając na względzie powyższe, Prezes Urzędu umorzył postępowanie w tym zakresie na podstawie art. 105 § 1 k.p.a. w związku z art. 83 u.o.k.k. w związku z art. 3 i art. 5 zdanie trzecie Rozporządzenia 1/2003.

14.2 Umorzenie postępowania wobec Marka Borzymowskiego

- (792) Prezes Urzędu ustalił, że pan Marek Borzymowski pełnił funkcję prezesa zarządu i prokurenta w AS Motors w okresach wskazanych w akapicie (42) decyzji.
- (793) Prezes Urzędu przeanalizował zgromadzony w sprawie materiał dowodowy i uznał, że brak jest wystarczających podstaw do uznania, że pan Marek Borzymowski swoim umyślnym działaniem lub zaniechaniem doprowadził do naruszenia przez AS Motors art. 6 u.o.k.k.
- (794) W związku z powyższym Prezes Urzędu stwierdził, że konieczne jest umorzenie postępowania wobec pana Marka Borzymowskiego na podstawie art. 105 § 1 k.p.a. w związku z art. 83 u.o.k.k.

15. Koszty postępowania

Ramy prawne

- (795) Zgodnie z art. 77 ust. 1 u.o.k.k., jeżeli w wyniku postępowania Prezes Urzędu stwierdził naruszenie przepisów ustawy, przedsiębiorca, który dopuścił się tego naruszenia oraz osoba zarządzająca, o której mowa w art. 6a u.o.k.k., są obowiązani ponieść koszty postępowania. Natomiast zgodnie z art. 80 u.o.k.k., Prezes Urzędu rozstrzyga o kosztach w drodze postanowienia, które może być zamieszczone w decyzji kończącej postępowanie.
- (796) Z przepisów u.o.k.k. nie wynika wprost, co składa się na koszty postępowania, o których mowa w art. 77 u.o.k.k. Jednocześnie jednak art. 83 u.o.k.k. zawiera generalne odesłanie w sprawach nieuregulowanych do przepisów k.p.a. W konsekwencji należy przyjąć, że zakres tych kosztów wyznacza art. 263 § 1 k.p.a. i uznać za nie koszty doręczania stronom pism urzędowych. Stosownie do art. 264 § 1 k.p.a. jednocześnie z wydaniem decyzji organ administracji publicznej ustali w drodze postanowienia wysokość kosztów postępowania, osoby zobowiązane do ich poniesienia oraz termin i sposób ich uiszczenia.

(797) W pkt. I oraz pkt. III-IX sentencji niniejszej decyzji stwierdzono naruszenie przepisów ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów przez wskazanych tam przedsiębiorców oraz osoby zarządzające. Na koszty postępowania składały się m.in. wydatki związane z doręczaniem stronom, w odniesieniu do których stwierdzono naruszenie, pism urzędowych, które wyniosły w odniesieniu do:

1. Kia Polska sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie – **349,90 zł** (słownie: trzysta czterdzieści dziewięć złotych dziewięćdziesiąt groszy)
2. AS Motors Classic sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie – **291,50 zł** (słownie: dwieście dziewięćdziesiąt jeden złotych pięćdziesiąt groszy);
3. Jacka Woźniaka, prowadzącego działalność gospodarczą pod firmą Autotechnika Woźniak Jacek Woźniak w Pile – **270,50 zł** (słownie: dwieście siedemdziesiąt złotych pięćdziesiąt groszy);
4. „Gam” – sp. z o.o. z siedzibą we Wrocławiu – **259,30 zł** (słownie: dwieście pięćdziesiąt dziewięć złotych trzydzieści groszy);
5. Landcar spółka z ograniczoną odpowiedzialnością sp.k. z siedzibą w Starowej Górze – **354,50 zł** (słownie: trzysta pięćdziesiąt cztery złote pięćdziesiąt groszy);
6. Marvel sp. z o.o. z siedzibą w Łodzi – **258,70 zł** (słownie: dwieście pięćdziesiąt osiem złotych siedemdziesiąt groszy);
7. Ireny Pateckiej, prowadzącej działalność gospodarczą pod firmą Irena Patecka IMP Group w Krakowie, jako wspólnik spółki cywilnej pod nazwą AUTO-CENTRUM I.M. PATECKI S.C. Irena Patecka, Marek Patecki w Krakowie – **261,30 zł** (słownie: dwieście sześćdziesiąt jeden złotych trzydzieści groszy);
8. Marka Pateckiego, prowadzącego działalność gospodarczą pod firmą Marek Patecki PHU M.Patecki w Krakowie, jako wspólnik spółki cywilnej pod nazwą AUTO-CENTRUM I.M. PATECKI S.C. Irena Patecka, Marek Patecki w Krakowie – **261,30 zł** (słownie: dwieście sześćdziesiąt jeden złotych trzydzieści groszy);
9. Łukasza Pateckiego, prowadzącego działalność gospodarczą pod firmą Łukasz Patecki Lukas Auto-Park w Krakowie, jako wspólnik spółki cywilnej pod nazwą Autocentrum Patecki S.C. Łukasz Patecki, Barbara Patecki w Krakowie – **261,30 zł** (słownie: dwieście sześćdziesiąt jeden złotych trzydzieści groszy);
10. Barbary Patecki, prowadzącej działalność gospodarczą pod firmą Projekt Wola Barbara Patecki w Krakowie, jako wspólnik spółki cywilnej pod nazwą Autocentrum Patecki

S.C. Łukasz Patecki, Barbara Patecki w Krakowie – **261,30 zł** (słownie: dwieście sześćdziesiąt jeden złotych trzydzieści groszy);

11. Wadowscy sp. z o.o. z siedzibą w Krakowie – **62,80 zł** (słownie: sześćdziesiąt dwa złote osiemdziesiąt groszy);
12. „Wrobud” sp. z o.o. z siedzibą we Wrocławiu – **300,70 zł** (słownie: trzysta złotych siedemdziesiąt groszy);
13. Michała Krzewińskiego – **237,10 zł** (słownie: dwieście trzydzieści siedem złotych dziesięć groszy);
14. Pawła Białkowskiego – **227,90 zł** (słownie: dwieście dwadzieścia siedem złotych dziewięćdziesiąt groszy);
15. Agnieszki Adrjan – **227,90 zł** (słownie: dwieście dwadzieścia siedem złotych dziewięćdziesiąt groszy);
16. Leszka Sukiennika – **227,90 zł** (słownie: dwieście dwadzieścia siedem złotych dziewięćdziesiąt groszy);
17. Wojciecha Szyszko – **227,90 zł** (słownie: dwieście dwadzieścia siedem złotych dziewięćdziesiąt groszy).

(798) Mając na względzie uwagi przedstawione wcześniej Prezes Urzędu postanowił o obciążeniu wskazanych wyżej stron postępowania tymi kosztami.

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

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

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

16. Inne pouczenia

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

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

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

- (803) Zgodnie z art. 81 ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów w związku z art. 479²⁸ § 2 ustawy z dnia 17 listopada 1964 r. Kodeks postępowania cywilnego od decyzji przysługuje odwołanie do Sądu Okręgowego w Warszawie – Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów, za pośrednictwem Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów, w terminie miesiąca od dnia doręczenia niniejszej decyzji.
- (804) W przypadku kwestionowania wyłącznie postanowienia o kosztach postępowania, na podstawie art. 264 § 2 Kodeksu postępowania administracyjnego w związku z art. 83 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, jak również stosownie do art. 81 ust. 5 tej ustawy w związku z art. 479³² § 1 oraz 2 Kodeksu postępowania cywilnego, stronie przysługuje zażalenie do Sądu Okręgowego w Warszawie – Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów, za pośrednictwem Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów, w terminie tygodnia od dnia doręczenia niniejszej decyzji.
- (805) Zgodnie z art. 3 ust. 2 pkt. 9 w związku z art. 32 ust. 1 i 2 ustawy z dnia 28 lipca 2005 r. o kosztach sądowych w sprawach cywilnych (Dz. U. z 2023 r. poz. 1144 ze zm.), odwołanie od decyzji Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów podlega opłacie stałej w kwocie 1000 zł, a zażalenie na postanowienie Prezesa Urzędu w kwocie 500 zł.
- (806) Zgodnie z art. 103 ust. 1 i 2 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; spółka handlowa powinna wykazać także, że jej wspólnicy albo akcjonariusze nie mają dostatecznych środków na zwiększenie majątku spółki lub udzielenie spółce pożyczki. Zgodnie z art. 102 ust. 1 ustawy o kosztach sądowych w sprawach cywilnych zwolnienia od kosztów sądowych może się domagać osoba fizyczna, jeżeli złoży oświadczenie, z którego wynika, że nie jest w stanie ich ponieść bez uszczerbku utrzymania koniecznego dla siebie i rodziny lub ich poniesienie narazi ją na taki uszczerbek. Zgodnie z art. 105 ust. 1 i ust. 2 ustawy o kosztach sądowych w sprawach cywilnych, 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; osoba fizyczna, która nie ma miejsca zamieszkania w siedzibie tego sądu, może złożyć wniosek o przyznanie zwolnienia od kosztów sądowych w sądzie rejonowym właściwym ze względu na miejsce swojego zamieszkania.
- (807) Zgodnie z art. 117 § 1 Kodeksu postępowania cywilnego strona zwolniona przez sąd od kosztów sądowych w całości lub części, może domagać się ustanowienia adwokata lub radcy prawnego. Zgodnie z art. 117 § 2 Kodeksu postępowania cywilnego osoba fizyczna, niezvolniona przez sąd od kosztów sądowych, może się domagać ustanowienia adwokata lub

radcy prawnego, jeżeli złoży oświadczenie, z którego wynika, że nie jest w stanie ponieść kosztów wynagrodzenia adwokata lub radcy prawnego bez uszczerbku utrzymania koniecznego dla siebie i rodziny. Zgodnie z art. 117 § 3 Kodeksu postępowania cywilnego 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. Zgodnie z art. 117 § 4 Kodeksu postępowania cywilnego 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. Osoba fizyczna, która nie ma miejsca zamieszkania w siedzibie tego sądu, może złożyć wniosek o ustanowienie adwokata lub radcy prawnego w sądzie rejonowym właściwym ze względu na miejsce swego zamieszkania, który niezwłocznie przesyła ten wniosek sądowi właściwemu.

*Z upoważnienia
Prezesa Urzędu Ochrony
Konkurencji i Konsumentów
Dyrektor Departamentu Ochrony Konkurencji
Anna Sekinda-Maicka*

Załącznik 1

Struktura decyzji

(numeracja stron odnosi się do wersji decyzji zawierającej pełną treść)

Spis treści

1.	PRZEDMIOT POSTĘPOWANIA	9
2.	PODMIOTY, KTÓRYCH DOTYCZY SPRAWA	11
2.1.	Kia Polska sp. z o.o.	11
2.2.	„Wrobud” sp. z o.o.	11
2.3.	AS Motors Classic sp. z o.o.	12
2.4.	Autotechnika Jacek Woźniak	12
2.5.	„Gam” – sp. z o.o.	12
2.6.	Landcar spółka z ograniczoną odpowiedzialnością sp.k.	13
2.7.	Marvel sp. z o.o.	13
2.8.	Auto-Centrum I.M. Patecki s.c.	14
2.9.	Autocentrum Patecki s.c.	14
2.10.	Wadowscy sp. z o.o.	15
2.11.	Lee Motors Leszek Liszyński	15
2.12.	Wojciech Szyszko	16
2.13.	Leszek Sukiennik	16
2.14.	Agnieszka Adrjan	17
2.15.	Michał Krzewiński	17
2.16.	Paweł Białkowski	18
2.17.	Marek Borzymowski	18
3.	PRODUKTY, KTÓRYCH DOTYCZY SPRAWA	18
4.	KONTEKST DZIAŁAŃ RYNKOWYCH	19
5.	OPIS KONTAKTÓW DOTYCZĄCYCH SPRZEDAŻY POJAZDÓW	29
5.1.	Opis kontaktów w zakresie terytorium sprzedaży	29
5.1.1.	Kontakty dotyczące wyznaczonych Obszarów Odpowiedzialności	29
5.1.2.	Ustalenia dotyczące podziału klientów	31
5.1.3.	Monitorowanie przez Kia Polska sprzedaży wewnątrz i poza WOA	60
5.1.4.	Ustalenia dotyczące podziału klientów będących ośrodkami szkolenia kierowców	67
5.2.	Opis kontaktów dotyczących cen sprzedaży	73
5.2.1.	Korespondencja dystrybutorów z klientami	75
5.2.2.	Kontakty horyzontalne pomiędzy dealerami	96
5.2.3.	Kontakty wertykalne wewnątrz sieci dealerskiej	108
5.3.	Świadomość niezgodności z prawem podejmowanych działań	150

6.	INTERES PUBLICZNY	153
7.	PODMIOTY NARUSZAJĄCE REGUŁY KONKURENCJI	154
7.1.	PRZEDSIĘBIORSTWA	154
7.1.1.	Kia Polska	154
7.1.2.	Wrobud	155
7.1.3.	AS Motors	155
7.1.4.	Autotechnika Woźniak	155
7.1.5.	Gam	155
7.1.6.	Landcar	155
7.1.7.	Marvel	155
7.1.8.	Auto-Centrum I.M. Patecki	155
7.1.9.	Autocentrum Patecki	156
7.1.10.	Wadowsy	156
7.2.	PRZEDSIĘBIORCY	156
8.	RYNEK WŁAŚCIWY	158
9.	NARUSZENIE ART. 6 U.O.K.K. I ART. 101 TFUE	160
9.1.	POROZUMIENIA I PRAKTYKI UZGODNIONE	160
9.2.	ZAPOBIEŻENIE, OGRANICZENIE LUB ZAKŁÓCENIE KONKURENCJI	207
9.3.	JEDNOLITE I CIĄGŁE NARUSZENIE	214
9.4.	WPLYW NA HANDEL MIĘDZY PAŃSTWAMI CZŁONKOWSKIMI	221
9.5.	BRAK ZASTOSOWANIA REGUŁY <i>DE MINIMIS</i>	225
9.6.	BRAK SPEŁNIENIA WARUNKÓW, O KTÓRYCH MOWA W ART. 8 U.O.K.K. ORAZ 101 UST. 3 TFUE	226
9.7.	BRAK SPEŁNIENIA WARUNKÓW, O KTÓRYCH MOWA W ART. 8 UST. 3 U.O.K.K.	226
10.	OKRES NARUSZENIA ORAZ ODPOWIEDZIALNOŚĆ PODMIOTÓW KORPORACYJNYCH ZA NARUSZENIE 229	
10.1.	KIA POLSKA	229
10.2.	WROBUD	229
10.3.	AS MOTORS	229
10.4.	AUTOTECHNIKA WOŹNIAK	230
10.5.	GAM	230
10.6.	LANDCAR	230
10.7.	MARVEL	230
10.8.	AUTO-CENTRUM I.M. PATECKI	230

10.9.	AUTOCENTRUM PATECKI	231
10.10.	WADOWSCY	231
11.	OKRES NARUSZENIA ORAZ ODPOWIEDZIALNOŚĆ OSÓB ZARZĄDZAJĄCYCH ZA NARUSZENIE	231
11.1.	STATUS OSOBY ZARZĄDZAJĄCEJ	231
11.1.1.	Wojciech Szyszko	232
11.1.2.	Leszek Sukiennik	232
11.1.3.	Agnieszka Adrjan	233
11.1.4.	Michał Krzewiński	235
11.1.5.	Paweł Białkowski	235
11.2.	ODPOWIEDZIALNOŚĆ ZA NARUSZENIE OSÓB ZARZĄDZAJĄCYCH	235
11.2.1.	Wojciech Szyszko	236
11.2.2.	Leszek Sukiennik	238
11.2.3.	Agnieszka Adrjan	242
11.2.4.	Michał Krzewiński	244
11.2.5.	Paweł Białkowski	246
12.	KARY PIENIĘŻNE NAŁOŻONE NA PODSTAWIE ART. 106 U.O.K.K.	248
12.1.	UMYŚLNOŚĆ	249
12.2.	STOPIEŃ NARUSZENIA	253
12.3.	OKRES NARUSZENIA	258
12.4.	OKOLICZNOŚCI ŁAGODZĄCE ORAZ OBCIĄŻAJĄCE	261
12.5.	MAKSYMALNY WYMIAR KARY	266
12.6.	ADEKWATNOŚĆ KARY	267
12.7.	WYMIAR KARY	267
13.	KARY PIENIĘŻNE NAŁOŻONE NA PODSTAWIE ART. 106A U.O.K.K.	269
13.1.	CHARAKTER NARUSZENIA	271
13.2.	STOPIEŃ WPLYWU NARUSZENIA	272
13.3.	OKOLICZNOŚCI OBCIĄŻAJĄCE I ŁAGODZĄCE	277
13.4.	OKRES NARUSZENIA	279
13.5.	UPRZEDNIE NARUSZENIE	280
13.6.	ADEKWATNOŚĆ KARY, W TYM UWZGLĘDNIENIE PRZYCHODÓW OSÓB ZARZĄDZAJĄCYCH	280
13.7.	MAKSYMALNY WYMIAR KARY	281
14.	UMORZENIE POSTĘPOWANIA	282

14.1	Umorzenie postępowania wobec Leszka Liszyńskiego Lee Motors _____	283
14.2	Umorzenie postępowania wobec Marka Borzymowskiego _____	283
15.	KOSZTY POSTĘPOWANIA _____	283
16.	INNE POUCZENIA _____	285