

**URZĄD OCHRONY
KONKURENCJI I KONSUMENTÓW**
DEPARTAMENT OCHRONY KONKURENCJI

Pl. Powstańców Warszawy 1
00-950 Warszawa 1, P - 36
Tel. (0-22) 826-91-06, Fax (0-22) 826-30-51
E-mail: dok@uokik.gov.pl

DOK1-412-4/09/MF

Warszawa, dnia 3 czerwca 2009 r.

Pan
Grzegorz Gauden
Dyrektor Instytutu Książki

Instytut Książki
ul. Szczepańska 1
31-011 Kraków

Pragniemy poinformować, że postanowieniem z dnia 3 czerwca 2009 r., Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów postanowił wszcząć postępowanie wyjaśniające mające na celu wstępne ustalenie, czy zasady współpracy Empik Sp. z o.o. (dalej także: *Empik*) z dostawcami naruszają przepisy ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. *o ochronie konkurencji i konsumentów* (Dz. U. Nr 50, poz. 331 ze zm.). W ramach tego postępowania poddany zostanie analizie podniesiony przez Pana w piśmie z dnia 20 maja 2009 r. zarzut dotyczący sugerowanych cen sprzedaży detalicznej.

Ponadto, w odpowiedzi na Pana pismo z dnia 20 maja 2009 r., wskazujemy, że w pełni podtrzymujemy swoje stanowisko wyrażone w piśmie z dnia 10 kwietnia 2009 r., w zakresie wyznaczonego rynku właściwego oraz udziałów Empik w tym rynku, a także w zakresie zgodnego z ustawą *o ochronie konkurencji i konsumentów* zapisu umowy o współpracę, zgodnie z którym dostawca jest zobowiązany do sprzedaży towarów dla Empik po najniższych cenach stosowanych przez dostawcę na rynku polskim.

W zakresie wyznaczonego rynku właściwego, zarzuca Pan przyjętej definicji, że rynek właściwy został przeanalizowany tylko od strony konsumentów. Jednocześnie przyznał Pan, że dla konsumentów sprzedaż sieciowa i sprzedaż w księgarniach niesieciowych jest substytucyjna, co niewątpliwie ma również wpływ na sytuację dostawców książek. Należy bowiem stwierdzić, że postrzeganie przez odbiorców końcowych danych źródeł pozyskania określonego dobra jako równorzędnych, przekłada się na działania dostawców i atrakcyjność w ich przekonaniu określonego sprzedawcy.

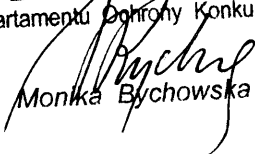
Odnosząc się do podniesionego przez Pana twierdzenia, że w sprawach antymonopolowych rynek relewantny powinien być definiowany wąsko, pragniemy wskazać, że rynek właściwy musi przede wszystkim być wyznaczony prawidłowo, a nie wąsko, czy szeroko. Dążenie do wąskiego oznaczenia rynku właściwego nie może zniekształcać rzeczywistego wymiaru tego rynku i nie może być utożsamiane z koniecznością każdorazowego definiowania rynku w sposób możliwie jak największy. Zgodnie z wyrokiem Sądu Apelacyjnego w Warszawie z dnia 8 sierpnia 2005 r. przy wyznaczaniu rynku właściwego chodzi o wyodrębnienie go w sposób rzeczywiście prawidłowy, pozwalający na należyte określenie działań prowadzonych na tym rynku przez konkretne podmioty gospodarcze (VI Aca 6/05).

Ponadto, odnosząc się do przywołanej w Pana piśmie decyzji Prezesa Urzędu w sprawie nr RKT – 17/2005, należy wskazać, że rynek właściwy powinien być zdefiniowany w każdej sprawie odrębnie. We wskazanej sprawie, w celu wyznaczenia rynku, przeprowadzona została jego kompleksowa analiza w kontekście sytuacji faktycznej będącej przedmiotem postępowania. Nie oznacza to jednak, że w każdej sprawie dotyczącej rynku sprzedaży książek, rynek musi być wyznaczony w ten sam sposób.

Przywołuje Pan również definicję rynku właściwego stosowaną wobec hipermarketów, supermarketów oraz dyskontów (rynek HSD), gdzie organ antymonopolowy odróżnia sklepy działające w ramach sieci od innych placówek

detalicznych. Rynek ten został zdefiniowany na potrzeby obrotu artykułami spożywczymi i nie może nawet przez analogię być stosowany do zupełnie odmiennego rynku, jakim jest rynek sprzedaży książek. Na potrzeby każdej sprawy rynek właściwy wyznaczany jest indywidualnie. Definicja rynku ma charakter samodzielny i ma zastosowanie do konkretnej sprawy. Raz określony rynek relewantny nie jest przesłanką definicji rynku w innych sprawach, szczególnie w sytuacji, gdy dotyczy to zupełnie innych produktów. Zgodnie również z pkt 12 Obwieszczenia Komisji w sprawie definicji rynku właściwego do celów wspólnotowego prawa konkurencji (97/C 372/03) kryteria definiowania rynku właściwego są ogólnie stosowane w odniesieniu do analizy niektórych rodzajów zachowania na rynku oraz w odniesieniu do analizy zmian strukturalnych w podaży produktów, jednakże metodologia ta może prowadzić do różnych wyników, w zależności od charakteru badanego zagadnienia konkurencji. Dodatkowo, podkreślenia wymaga fakt, że rynek HSD został zdefiniowany na potrzeby postępowań w sprawach koncentracji przedsiębiorców.

Podtrzymujemy także pogląd, że zapis pkt 4.25 umowy o współpracę nie ma charakteru antykonkurencyjnego porozumienia. Poprzez to postanowienie Empik zapewnia sobie korzystne warunki współpracy z dostawcami. Podnosi Pan w swoim piśmie, że powoływanie się przez Prezesa Urzędu na zasadę swobody umów budzi poważne wątpliwości, ponieważ jego rolą jest właśnie wkraczanie w tę swobodę, jednakże należy wyraźnie podkreślić, że interwencja organu antymonopolowego jest możliwa tylko, gdy dojdzie do naruszenia prawa konkurencji. Przedmiotowy zapis umowy o współpracę nie powoduje ustalenia cen odsprzedaży towarów, tylko ustala warunki sprzedaży pomiędzy stronami umowy.

DYREKTOR
Departamentu Ochrony Konkurencji

Monika Bychowska