

Prawo zakazu porozumień monopolistycznych

Porozumienia wertykalne

Kartele

Zmowy przetargowe

Rodzaje porozumień

1. Porozumienia horyzontalne:

2. Porozumienia wertykalne

ad1. porozumienie zawarte **pomiędzy konkurentami** przedsiębiorcami, którzy wprowadzają lub mogą wprowadzać albo nabywają lub mogą nabywać w tym samym czasie towary na rynku właściwym. Dzielią się na :

1. Kartele

2. Porozumienia horyzontalne o mniejszym znaczeniu dla konkurencji

Porozumienia wertykalne

Ad **2. Porozumienie wertykalne** najkrócej można określić jako porozumienie pomiędzy przedsiębiorcami działającymi na różnych szczeblach obrotu (niekonkurującymi ze sobą)

Przykład.

- *Porozumienie zawarte pomiędzy **producentem farb a hurtownią materiałów budowlanych** polegające na **ustaleniu cen po jakich hurtownia będzie sprzedawać farby sprzedawcom detalicznym.***
- *Jeżeli producent nie prowadzi samodzielnie sprzedaży hurtowej, to nie konkuruje z hurtownią, ale z innymi wytwórcami farb. **Konkurentami zaś hurtowni są inne hurtownie materiałów budowlanych,** zatem przedsiębiorcy zawierający porozumienie działają na innych szczeblach obrotu gospodarczego.*

ZAKAZ POROZUMIEŃ OGRANICZAJĄCYCH KONKURENCJĘ art. 4 pkt. 5 ust uokik

Przez porozumienia - rozumie się :

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

Porozumienie jako uchwały związku przedsiębiorstw krajowych i międzynarodowych

1. Są to uchwały, decyzje związków przedsiębiorstw, izb gospodarczych, jeżeli ich skutkiem jest wspólna i skoordynowana działalność rynkowa ich członków poprzez:

- Ustalanie cen,
- Kwot produkcji,
- Wspólna reklama,
- Wewnętrzna wymiana informacji wrażliwych,
- Typowanie zwycięzców w przetargach.

2. Związki tworzą administracyjną bazę dla różnych operacji kartelowych.

Definicja porozumienia wertykalnego

- To porozumienie lub praktyka uzgodniona między dwoma przedsiębiorstwami, działającymi **na różnych szczeblach** obrotu w zakresie produkcji lub sprzedaży, które dotyczą warunków zakupu, sprzedaży lub odsprzedaży niektórych towarów albo usług przez ich strony
- To porozumienia pomiędzy przedsiębiorcami operującymi na rynku wyższym (**upstream**) i rynku niższym (**downstream**)
- Typowa kategoria porozumień wertykalnych to porozumienia **dotyczące dystrybucji** pomiędzy wytwórcami a hurtownikami lub detalistami (prowadzącymi sprzedaż końcowym użytkownikom)

Zakaz porozumień - art. 6 ust. 1

- Zakazane są porozumienia, **których celem** lub skutkiem jest wyeliminowanie, ograniczenie lub naruszenie w inny sposób konkurencji na rynku właściwym, polegające w szczególności na:
 - Ustawa **wymienia 7 typowych** takich porozumień:
 - 1.** ustalaniu, bezpośrednio lub pośrednio, **cen** (tzw. zmowy cenowe) i innych warunków zakupu lub sprzedaży towarów;
 - 2.** ograniczaniu lub kontrolowaniu produkcji lub zbytu oraz postępu technicznego lub inwestycji (tzw. **porozumienia kontyngentowe**);
 - 3.** podziale rynków zbytu lub zakupu (tzw. **porozumienia podziałowe**);

Zakazane prawem porozumienia

- 4) stosowaniu w podobnych umowach z osobami **trzecimi uciążliwych** lub niejednolitych warunków umów, stwarzających tym osobom zróżnicowane warunki konkurencji
- 5) uzależnianiu zawarcia umowy od przyjęcia lub spełnienia przez drugą stronę innego świadczenia, niemającego rzeczowego ani zwyczajowego związku z przedmiotem umowy;
- 6) ograniczaniu dostępu do rynku lub eliminowaniu z rynku przedsiębiorców nieobjętych porozumieniem (**bojkot**);
- 7) uzgadnianiu przez przedsiębiorców przystępujących do przetargu lub przez tych przedsiębiorców i przedsiębiorcę będącego organizatorem przetargu warunków składanych ofert, w szczególności zakresu prac lub ceny.

Zbiór ten nie wyczerpuje wszystkich możliwych zakazanych

Bezprawność porozumień

- **Art. 6. ust. 2 ustawy okik.** Porozumienia, o których mowa w ust. 1, są w całości lub w odpowiedniej części nieważne, **z zastrzeżeniem art.7 i 8:**
- **Art. 7. 1.** Zakazu, o którym mowa w art. 6 ust. 1, nie stosuje się do porozumień zawieranych między:
 - **1) konkurentami** – jeżeli ich łączny udział w rynku właściwym, którego dotyczy porozumienie, nie przekracza 5%;
 - **2) przedsiębiorcami**, którzy nie są konkurentami – jeżeli udział żadnego z nich w rynku właściwym, którego dotyczy

porozumienie, nie przekracza 10%.art. 7 (**zasada de minimis** - bagatelne)

Prawo zakazu porozumień

Biorąc pod uwagę, naturę porozumień, kryteria oceny, skutki dla konkurencji i efektywności, narzędzia prawne i ekonomiczne analizy antymonopolowej, priorytety, instrumenty zwalczania, pomimo tych samych podstaw **prawnych nastąpił podział na:**

- 1) Politykę konkurencji obejmującą porozumienia wertykalne**, Cechą charakterystyczną polityki skierowanej przeciwko porozumieniom wertykalnym **jest odejście od rygoryzmu prawnego na rzecz analizy ekonomicznej, tj** skutków zawartych porozumień oraz kreowanie jej na drodze rozbudowanych regulacji prawnych, w celu stworzenia sytuacji prawnej zwanej „**bezpieczną przystanią**” (*safe harbour*),
- 2) Politykę konkurencji obejmującą porozumienia horyzontalne** – politykę kartelową traktowaną, **jako *per se illegal (prohibition)***.

Formy koordynacji, prawne i ekonomiczne przesłanki naruszenia zakazu kartelu

1. **Kryterium bezprawności art. 6 ustawy o OKiK; art.101 TFUE- to wymóg autonomii decyzji.**

Zakaz przystąpienia do **wspólnego planu**, celu, który ogranicza indywidualną samodzielność, w wyniku czego ryzyka związane z konkurencją zastąpione **zostaje faktyczną współpracą**.

1. **Porozumienie pomiędzy przedsiębiorstwami** - umowa (**skoordynowane działanie**, wspólne intencje). Nie wymaga pisemnej formy. Można go wywnioskować z zachowania przedsiębiorstw. Decyduje **wspólny zamiar**, zobowiązanie do ustalonego działania lub zaniechania.
2. **Uzgodniona praktyka** - **nie prowadzi do zawarcia** umowy, **ale do praktycznej współpracy**, **uzgodnionych zachowań** rynkowych, niedozwolonej kooperacji np. poprzez ujawnienie danych, strategii, spotkania, narady, ustalenia, decyzje, które ograniczają, zakłócają konkurencję

Formy koordynacji, prawne i ekonomiczne przesłanki naruszenia zakazu kartelu cd

- 1. Uzgodnione praktyki** - sugerują zachowania paralelne.
- 2. Zgodna wola** stron co do zachowania się na rynku (nieważna forma).
- 3. Milcząca zgoda** – brak **otwartego** zdystansowania się od udziału w naradach.
- 4. Pasywny udział:** rola biernego słuchacza w ustaleniach i brak realizacji ustaleń nie zwalnia z odpowiedzialności
- 5. Decyzje związków przedsiębiorstw** – nie muszą być wiążące dla członków Izby Gospodarczych.

Zakaz porozumień ograniczających konkurencję

Do porozumień **horyzontalnych** ograniczających konkurencję, które stanowią **najpoważniejsze** naruszenia prawa antymonopolowego zalicza **się**:

1. **zmowy cenowe,**
2. **porozumienia kontyngentowe (ilościowe),**
3. **porozumienia podziałowe,**
4. **alokacja klientów**
5. **oraz zmony przetargowe.**

Wyłączenia spod zakazu - Zasada de minimis

Art. 7. 1. Zakazu, o którym mowa w art. 6 ust. 1, nie stosuje się do porozumień zawieranych między:

- 1) **konkurentami - jeżeli** ich łączny udział w rynku właściwym, którego dotyczy porozumienie, nie przekracza 5%;
- 2) przedsiębiorcami, **którzy nie są konkurentami** - jeżeli udział żadnego z nich w rynku właściwym, którego dotyczy porozumienie, **nie przekracza 10%**.

2. Zakazu, o którym mowa w art. 6 ust. 1, nie stosuje się również, w przypadku gdy udziały w rynku właściwym określone w ust. 1 nie zostały przekroczone **o więcej niż dwa punkty procentowe w okresie dwóch kolejnych lat kalendarzowych w czasie trwania porozumienia.**

3. **Przepisów ust. 1 i 2 nie stosuje się** do przypadków określonych w art. 6 ust. 1 pkt 1-3 i 7, tj. **ustalania cen, ograniczaniu lub kontrolowaniu produkcji lub zbytu podziale rynków zbytu lub zakupu oraz zmów przetargowych**

Odpowiedzialności osoby zarządzającej

- **Art. 6a.** W przypadku stwierdzenia naruszenia przez przedsiębiorcę zakazów określonych w art. 6 ust. 1 pkt 1-6 ustawy lub w art. 101 ust. 1 lit. a-e Traktatu o Funkcjonowaniu Unii Europejskiej, 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.

Wyłączenia ze względów efektywnościowych

- wyłączenie indywidualne

- **Art. 8. 1.** Zakazu, o którym mowa w art. 6 ust. 1, nie **stosuje się do porozumień, które jednocześnie:**
 - 1) przyczyniają się **do polepszenia produkcji**, dystrybucji towarów lub do postępu technicznego lub gospodarczego;
 - 2) zapewniają nabywcy lub użytkownikowi odpowiednią część wynikających z porozumień korzyści;
 - 3) nie nakładają **na zainteresowanych przedsiębiorców ograniczeń, które nie są niezbędne do osiągnięcia tych celów;**
 - 4) nie stwarzają tym przedsiębiorcom możliwości wyeliminowania konkurencji na rynku właściwym w zakresie znacznej części określonych towarów
 - 5) Ciężar udowodnienia okoliczności, o których mowa w ust. 1, spoczywa na przedsiębiorcy

Wyłączenie spod zakazu porozumień - wyłączenia grupowe (zasada efektywności)

- Art. 8.3. Rada Ministrów może, w drodze rozporządzenia, wyłączyć określone rodzaje porozumień spełniające przesłanki, o których mowa w ust. 1, spod zakazu, o którym mowa w art. 6 ust. 1, biorąc pod uwagę korzyści, jakie mogą przynieść określone rodzaje porozumień. W rozporządzeniu Rada Ministrów określi:
 - 1) warunki, jakie muszą być spełnione, aby porozumienie mogło być uznane za wyłączone spod zakazu;
 - 2) klauzule, których występowanie w porozumieniu stanowi naruszenie art. 6;
 - 3) okres obowiązywania wyłączenia
- oraz może określić klauzule, których występowania w porozumieniu nie uznaje się za naruszenie art.6.

Wyłączenie **grupowe** spod zakazu porozumień – dotyczy porozumień wertykalnych

- Na podstawie **art.8 ust. 3** zostało wydane **rozporządzenie o tzw. wyłączeniach grupowych** spod zakazu art. 6. ust. 1 niektórych **porozumień wertykalnych**:
- tj. Rozporządzenie Rady Ministrów z **30 marca 2011** r. w sprawie wyłączenia **niektórych rodzajów porozumień wertykalnych** spod zakazu porozumień ograniczających konkurencję

Wyłączenia wg Rozporządzenia Rady Ministrów z 30 marca 2011 r w sprawie wyłączenia niektórych rodzajów porozumień wertykalnych spod zakazu porozumień ograniczających konkurencję

§ 4. Wyłączeniu podlegają **porozumienia wertykalne** w szczególności zawierające zobowiązania **wyłącznego zakupu** lub zobowiązania **wyłącznej dostawy** lub **tworzące systemy dystrybucji selektywnej**, lub franchisingowej, jeśli spełnione są warunki wyłączenia

§6 wyłączeniu podlegają porozumienia wertykalne o **charakterze niewzajemny** zawierane między konkurentami jeżeli:

1. dostawca jest wytwórcą i dystrybutorem towarów a **nabywca jest dystrybutorem a nie jest konkurentem** na szczeblu wytwórstwa
2. dostawca świadczy usługi na kilku szczeblach obrotu a nabywca świadczy usługi na poziomie detalicznym i nie jest konkurentem na szczeblu obrotu na którym nabywa usługi objęte porozumieniem

§ 7.1. przeniesienie na nabywcę lub korzystanie z praw własności intelektualnej i przemysłowej lub know-how

§ 8.1- WYŁĄCZENIA - jeżeli

1. udział dostawcy i grupy kapitałowej do której należy dostawca w rynku właściwym sprzedaży objętych takim porozumieniem **nie przekracza 30 %**

2. Udział nabywcy i grupy kapitałowej do której należy nabywca w rynku właściwym zakupu towarów objętych takim porozumieniem **nie przekracza 30%**

- Wyłączenie to dotyczy także porozumienia wertykalnego wielostronnego jeżeli udział przedsiębiorcy jako nabywcy i sprzedawcy w tym porozumieniu nie przekracza 30%
- Wyłączenie dotyczy także sytuacji gdy udział ten przekracza 30% zawarciu porozumienia, ale nie przekracza 35%, przez okres 2 lat lub 1 roku od zawarcia porozumienia gdy zostanie przekroczony próg 35%

Wyłączeniu nie podlegają wg § 11 rozporządzenia które mają na celu ograniczenie

1. Prawa nabywcy do ustalania cen przez narzucenie **przez dostawcę minimalnych lub sztywnych ceny sprzedaży towarów objętych porozumieniem**

2. terytorium lub kręgu klientów na którym nabywca może sprzedawać towary objęte porozumieniem - **z wyjątkiem ograniczenia:**

- a) **Lokalu** lub terenu na którym nabywca prowadzi działalność
- b) **aktywnej sprzedaży** do określonego terytorium lub grupy klientów zastrzeżonych dla dostawcy lub przydzielonych przez dostawcę innemu nabywcy
- c) **Sprzedaży ostatecznym użytkownikom** przez dystrybutora hurtowego
- d) dystrybutorom systemu dystrybucji selektywnej odsprzedaży towarów objętych porozumieniem **dystrybutorom spoza sieci działającym** na tym samym terenie co dostawca
- e) prawa nabywcy do odsprzedaży komponentów innym przedsiębiorcom którzy używaliby ich do produkcji towarów substytucyjnych w stosunku do towarów dostawcy.

Formy organizacji produkcji a porozumienia wertykalne

- Istnieją dwie podstawowe formy organizacji produkcji powiązanych wertykalnie przedsiębiorstw. Zamykają się one w procesach:
 1. **externalizacji** lub
 2. **internalizacji**.
- Pierwszy oznacza, że są one oparte na transakcjach rynkowych,
- Drugi polega na integracji gospodarczej, w wyniku czego transakcje rynkowe zastępowane są hierarchiczną strukturą (przedsiębiorstwem)

Porozumienia wertykalne

1. Porozumienia wertykalne stanowią fundament na którym opiera się współpraca przedsiębiorstw zajmujących różne miejsca w łańcuchu produkcyjnym każdego produktu
2. **Stanowią hybrydową formę organizacji** zarządzania działalnością gospodarczą przez przedsiębiorstwa w stosunku do wyboru pomiędzy dwoma biegunowo odległymi systemami:
 - czy wykonywać całą działalność gospodarczą w ramach przedsiębiorstwa, czy
 - wykonywać je **poprzez transakcje rynkowe**
 - Hybrydowa forma opiera się na różnych wariantach długoterminowych kontraktów, jak
 - umowach dostawy,
 - umowach dystrybucyjnych,
 - umowach franczyzowych,
 - umowach *joint ventures*.

Porozumienia wertykalne

- Są to porozumienia wertykalne przedsiębiorców typu **downstream** i **upstream** czyli przedsiębiorców spełniające względem **siebie komplementarne** funkcje gospodarcze
- Stanowią trzecią, hybrydową formą organizacji produkcji.
- W polu zainteresowania organów antymonopolowych leżą przede wszystkim porozumienia wertykalne tworzące kanały sprzedaży detalicznej – kanały marketingowe , **czyli segment dystrybucyjny** (downstream)
- Podstawy współpracy pomiędzy przedsiębiorstwami w takim układzie wertykalnym są mniej lub bardziej sformalizowane (kontrakty, regulaminy, instrukcje, wymiana informacji)

INTEGRACJA WERTYKALNA PRZEDSIĘBIORSTW W TEORII EKONOMII

1. Teorie ekonomiczne porozumienia wertykalne analizują głównie pod względem efektywności, tzn.:
 - ▶ Z punktu widzenia niedoskonałości rynku (kosztów transakcji rynkowych)
 - ▶ Usunięcia tych niedoskonałości
2. Dystrybucja **selektywna, wyłączna, franchising, agencyjna** są wynikiem poszukiwania przez wytwórców bardziej wydajnych form dystrybucji w stosunku do transakcji rynkowych
3. Podstawą ich funkcjonowania jest efektywność ekonomiczna

Lokalizacja ograniczeń wertykalnych w świetle prawa konkurencji

- W sieciach dystrybucji selektywnej (ilościowej, jakościowej).
- W sieciach dystrybucji wyłącznej.
- W sieciach dystrybucji franchisingowej.
- W umowach agencyjnych.
- Ograniczenia w imporcie równoległym (na rynku wewnętrznym UE).
- Ograniczenia w sprzedaży online (pasywna i aktywna).
- Klauzule najwyższego uprzywilejowania.
- Klauzule wykluczające jako bariery dostępu do rynku.

Ewaluacja prawna porozumień wertykalnych

- Według metody **per se illegal-** (wykładnia językowa)
- Według metody *rule of reason* (wprowadziła ekonomizację prawa konkurencji)

Ekonomiczne ograniczenia i korzyści porozumień wertykalnych w sytuacji rynku nabywcy

1. Skutki negatywne:

- Ograniczają wolność gospodarczą dystrybutorów
- ograniczają konkurencję wewnątrzmarkową

2. Skutki pozytywne

- Kreują efektywność ekonomiczną i konkurencję poprzez:
- Zwiększenie produkcji i sprzedaży
- Obniżkę kosztów sprzedaży
- Wyspecjalizowaną obsługę nabywcy
- Dostęp nabywcy do bogatszej informacji i spadek
- Asymetrii informacji co poprawia konkurencję
- Oszczędności w kosztach transakcyjnych
- Wzrost konkurencji międzymarkowej
- Skuteczniejsze wejście na rynek

Ekonomiczne i prawne podstawy kwestionowania ograniczeń wertykalnych

- Rezultaty pozytywne są gorzej oceniane od rezultatów negatywnych, czyli przeważają skutki negatywne
- Istnieje silne **wcześniejsze umocowanie**, że tego typu praktyka jest antykonkurencyjna
- Przewaga ekonomiczna dystrybutora w stosunku do wytwórcy
- Wysokie udziały w rynku wytwórcy lub dystrybutora (**pozycja dominująca**)
- Niski poziom konkurencji międzymarkowej
- **Klauzule, które** utrudniają dostęp do rynku równie efektywnemu przedsiębiorcy
- Gdy ograniczają wielkość produkcji i sprzedaży
- **Gdy ceny minimalne odsprzedaży** są wykorzystane do zorganizowania kartelu na poziomie sprzedaży detalicznej.

Dystrybucja intensywna

- **Dystrybucja intensywna** to dystrybucja na całym rynku. Dotyczy wykorzystania wszystkich możliwych jednostek detalicznych, w których konsument jest skłonny dokonać zakupu.
- Jest stosowana przy sprzedaży produktów częstego zakupu i spożycia (np. napoje i żywność).
- Przy stosowaniu dystrybucji intensywnej mamy do czynienia z dużą liczbą pośredników.
- Dostęp do sieci sprzedaży jest swobodny dla każdego przedsiębiorcy handlowego

Dystrybucja selektywna

- **Dystrybucja selektywna** – rodzaj porozumienia dystrybucyjnego, w którym dostawca towarów zobowiązuje się do ich sprzedaży jedynie podmiotom spełniającym obiektywne kryteria o charakterze jakościowym lub ilościowym. Tworzą sieć autoryzowanych sprzedawców
- **Dystrybucja selektywna:**
 1. Ilościowa (ograniczona liczba dilerów)
 2. Jakościowa (decydują kryteria jakościowe określone przez organizatora sieci)

Dystrybucja wyłączna

- **Dystrybucja wyłączna** opiera się na **wyborze jednego punktu** sprzedaży (ewentualnie jednego przedsiębiorstwa handlowego) na **danym terenie**. Jest stosowana w odniesieniu do produktów trwałego użytku, często droższych i rzadziej kupowanych (np. **samochody, wyroby jubilerskie, rowery markowe**).
- Przy wykorzystaniu strategii dystrybucji wyłącznej producent może znacznie lepiej kontrolować warunki, w jakich jego towary oferowane są klientom.
- Tworzy sieć autoryzowanych sprzedawców, którzy **uzyskują wyłączny teren sprzedaży** towaru dostawcy (**klauzula lokalizacyjna**)
- Na terenie tym nie może działać żaden inny diler organizatora sieci
- **Stopień intensywności dystrybucji zależy od:**
 1. wartości jednostkowej, trwałości oraz złożoności technicznej produktu
 2. znaczenia produktu dla konsumenta w zaspokajaniu potrzeb, oraz czasu i wysiłku jaki jest on skłonny poświęcić na dokonanie zakupu,
 3. częstotliwości zakupu i wymagań co do warunków sprzedaży,
 4. wymaganych usług posprzedażowych.

umowy franczyzowe

- umowy franczyzowe – umowy pomiędzy dostawcą a odbiorcą w sprawie sprzedaży towarów opatrzonych **rozpoznawalną przez kupującego marką**

- Podstawową cechą tych porozumień jest zobowiązanie

franczyzobiorcy do wykorzystania uzyskanego od franczyzodawcy pakietu praw własności intelektualnej

i przemysłowej oraz jego *know-how*

w zakresie sprzedaży i marketingu danych towarów.

- Modelowym przykładem jest funkcjonowanie sieci McDonald's, Sphinks hoteli Hilton, sieci Kruk, salony odzieży Reserved

Umowy agencyjne

- KC. Art. 758 [Pojęcie] § 1. Przez umowę agencyjną przyjmujący zlecenie (**agent**) zobowiązuje się, w zakresie działalności swego przedsiębiorstwa, do stałego pośredniczenia, za wynagrodzeniem, przy zawieraniu z klientami umów na rzecz dającego zlecenie przedsiębiorcy albo do zawierania ich w jego imieniu.
§ 2. Do zawierania umów w imieniu dającego zlecenie oraz do odbierania dla niego oświadczeń agent jest uprawniony tylko wtedy, gdy ma do tego umocowanie.
- Prawo unijne idzie **w tym kierunku, że do umów agencyjnych nie stosuje się przepisów prawa konkurencji, jeśli spełnione są pewne warunki zwłaszcza, gdy ryzyko jest **zdjęte z agenta i ponoszone przez dającego zlecenie****
- Brak natomiast automatycznego wyłączenia umów agencyjnych spod zakazu porozumień ograniczających konkurencję.
- Istnieje orzecznictwo wskazujące, że jeśli agent może być traktowany jako samodzielny przedsiębiorca, umowa może podlegać art. 101 TFUE i art. 6 polskiej ustawy antymonopolowej;
- do umów agencyjnych znajduje zastosowanie także doktryna **single economic unit**

Wertykalne praktyki ograniczające konkurencję

1. Cenowe: porozumienie w zakresie ustalania cen odsprzedaży

2. Pozacenowe:

- bojkot sprzedaży produktów konkurenta,
- bojkot reklamy i promocji produktów konkurenta,
- sprzedaż wiązana i sprzedaż pakietowa,
- rabaty lojalnościowe, retroaktywne, docelowe.
- KNF klauzule najwyższego uprzywilejowania (MFN most Favoured Nation)

3. Wertykalne porozumienia cenowe i niecenowe mogą:

- podnosić koszty konkurentów,
- tworzyć barierę wejścia i utrudniać konkurentom wejście na rynek,
- ograniczać **konkurencję wewnątrzmarkową**,
- ułatwiać porozumienia horyzontalne na wyższym i niższym szczeblu rynku.

Przepisy o zakazie porozumień monopolistycznych w UE

Art. 101.1 TFUE

Niezgodne z rynkiem wewnętrznym są :

- wszelkie porozumienia między przedsiębiorstwami,
- wszelkie decyzje związków przedsiębiorstw i
- wszelkie praktyki uzgodnione,

które mogą wpływać na handel między państwami członkowskimi i których celem lub skutkiem jest

Zapobieżenie, ograniczenie lub zakłócenie

wewnątrz rynku wewnętrznego, a w szczególności:

a. Ustalaniu w sposób bezpośredni lub pośredni cen zakupu lub sprzedaży albo innych warunków transakcji

Porozumienia zakazane prawem

- b. Ograniczaniu lub kontrolowaniu produkcji, rynków, rozwoju technicznego lub inwestycji
 - c. podziale rynków lub źródeł zaopatrzenia
 - d. Stosowanie wobec partnerów handlowych nierównych warunków do świadczeń równoważnych i stwarzaniu im przez to niekorzystnych warunków konkurencji
 - e. Uzależnienie zawarcia kontraktów od przyjęcia przez partnerów zobowiązań dodatkowych ze względu na swój charakter lub zwyczaje handlowe nie mają związku z przedmiotem kontraktów
- **101.2.TFUE.** Porozumienia lub decyzje zakazane na mocy niniejszego artykułu są nieważne z mocy prawa.
 - **Podobnie w art. 6. ust. 2 ustawy okik.** Porozumienia, o których mowa w ust. 1, są w całości lub w odpowiedniej części nieważne, z zastrzeżeniem art. 7 (zasada de *minimis*) i art. 8 (wyłączenia).

Wyłączenia spod zakazu porozumień przepisy unijne

- Postanowienia ustępu art. 101 ust. 1 TFUE (o zakazie porozumień) mogą zostać uznane za nie mające zastosowania do:
 - 1. każdego porozumienia lub kategorii porozumień między przedsiębiorstwami
 - Każdej decyzji lub kategorii związków przedsiębiorstw
 - Każdej praktyki uzgodnionej lub kategorii praktyk uzgodnionych:

które przyczyniają się **do polepszenia produkcji** lub **dystrybucji** bądź do popierania postępu technicznego lub gospodarczego, pod warunkiem, że

użytkownikom przypadnie słuszną część zysku (korzyści), który z tego wynika (**również art.8 ust.1 polskiej ustawy**)

Prawo o wyłączeniach grupowych

- Wyłączenia grupowe oparte są na zasadzie, że porozumienia wertykalne sprzyjają efektywności, obniżce kosztów transakcji i dystrybucji, optymalizują poziom sprzedaży i inwestycji,
- Przepisy o wyłączeniach grupowych obejmują dystrybucję selektywną, dystrybucję wyłączną, franchising, umowy agencyjne
- Ustanowiły regułę tzw. **bezpiecznej przystani (safe harbour)**
- Stanowi o tym rozporządzenie o wyłączeniach grupowych (***Block Exemption Regulation- BRE***)i wytyczne do tego rozporządzenia

Zasada bezpiecznej przystani

- Zasada wyłączeń spod zakazu oparta nie jest na ocenie Komisji (decyzja, atest negatywny) tylko na **samoocenie** przedsiębiorstw,
- Analiza skutków ekonomicznych nie tylko prawnych (test dobrobytu konsumenta),
- Reguła bezpiecznej **przystani** (*safe harbour*), gdy udział porozumienia w **rynku jest poniżej 30%**,
- Występuje wtedy **domniemanie dodatniego** bilansu korzyści dla efektywności i konsumentów.
- **Kierowanie się kryterium siły rynkowej** jest symptomem ekonomizacji prawa ochrony konkurencji
- Kryterium siły rynkowej dla porozumień kooperacyjnych **wynosi 25%**.

1- Najpoważniejsze ograniczenia konkurencji w porozumieniach wertykalnych – ceny odsprzedaży RPM

Na poziomie UE według wg wytycznych Komisji w sprawie porozumień wertykalnych 330/2010 jako tzw. twarde ograniczenia konkurencji uważane są:

1. Antykonkurencyjne ceny odsprzedaży

- bezpośrednio ustalanie **minimalnych ceny lub sztywnych** odsprzedaży pomiędzy dostawcami i sprzedawcami detalicznymi;
- pośrednie formy koordynacji cenowej jak ustalanie obowiązującego planu **rabatów lub wprowadzenie** kar za nieprzestrzeganie wyznaczonego poziomu cen
- porozumienie pomiędzy dostawcami i sprzedawcami detalicznymi w **celu harmonizacji cen na poziomie hurtowym**

2. Tylko **niezobowiązujące ceny rekomendowane** przez dostawców i **maksymalne są zgodne** z tym prawem

2- Najpoważniejsze ograniczenia konkurencji w (wyznaczanie rynków)

2. Porozumienia dzielące rynek według terytorium lub grupy klientów)

- Drugim najpoważniejszym ograniczeniem konkurencji obok praktyk cenowych, **które nie może skorzystać** z przywileju wyłączenia grupowego konkurencji stanowi porozumienie lub uzgodniona praktyka, której celem jest:
- ograniczenie **terytorium** lub kręgu **klientów**, na którym lub którym nabywca (dystrybutor) może sprzedawać towary lub usługi objęte porozumieniem.
- W praktyce tego typu praktyki mogą przejawiać się w bezpośrednich **zobowiązaniach dystrybutorów do rezygnacji** ze sprzedaży produktów dostawcy określonym klientom, albo klientom **na pewnych obszarach lub** zobowiązaniach do kierowania zamówień od tych klientów do innych **autoryzowanych dystrybutorów**
- Zakaz ten jednak, nie zabrania wymuszenia na nabywcy ograniczenia **odnośnie do miejsca prowadzenia** przez niego działalności handlowej

Porozumienia dzielące rynek wg terytorium lub grupy klientów

1. Bezpośrednie - zobowiązanie dystrybutorów do rezygnacji ze sprzedaży produktów;

- **określonym klientów,**
- klientom na pewnych obszarach
- do kierowania zamówień od tych klientów do innych autoryzowanych dystrybutorów.

2. Pośrednie - wywieranie **nacisków** do powyższych zachowań poprzez :

- odmowę lub zmniejszenie premii i rabatów,
- zawieszenie bądź zakończenie dostaw albo
- ograniczenie dostaw do popytu występującego na przydzielonym rynku geograficznym lub wskazanej grupie klientów

3 - Ograniczenia konkurencji – aktywna i pasywna sprzedaż

3. Ograniczenie aktywnej i pasywnej sprzedaży w ramach dystrybucji selektywnej

- rozporządzenie o wyłączeniach grupowych wyklucza ograniczenie **detalicznym dystrybutorom** będącymi członkami systemu dystrybucji selektywnej możliwości prowadzenia **aktywnej lub pasywnej sprzedaży towarów końcowym użytkownikom**.
- Zakazem takim może być natomiast objęta sprzedaż do **nieautoryzowanych dilerów**, czyli sprzedawcom detalicznym działających poza siecią.
- Przyjęta zasadą polityki Komisji dotyczącej porozumień wertykalnych jest, że każdy dystrybutor działający w systemie dystrybucji selektywnej **musi mieć prawa wykorzystania Internetu w celu odsprzedaży produktów (sprzedaż on line)**

4- Najpoważniejsze ograniczenia - ograniczenia w handlu równoległym ze względu na ceny

4.Ograniczenia w handlu równoległym jako ograniczenie konkurencji na rynku UE:

- Stanowią je postanowienia zawarte w porozumieniach, które prowadzą do ograniczenie handlu równoległego np. poprzez **zróźnicowanie cen na produkty będące przedmiotem dystrybucji, które są niższe przy sprzedaży na rynku krajowym i wyższe w przypadku wywozu ich przez dystrybutorów do każdego innego państwa członkowskiego (przy sprzedaży za granicą)**
- Porozumienie, które zmierza do ograniczenia handlu równoległego, winno być zasadniczo uważane za takie, które ogranicza konkurencję, lecz ma to miejsce na tyle na ile można domniemywać, że pozbawia ono konsumentów końcowych korzyści płynących z efektywnej **konkurencji w zakresie zaopatrzenia czy konkurencji cenowej.**

5- Najpoważniejsze ograniczenia konkurencji w ograniczenie dostaw w ramach sieci

5. Piątym najpoważniejszym ograniczeniem konkurencji, jest ograniczenie wzajemnych dostaw pomiędzy dystrybutorami działającymi w ramach tej samej sieci dystrybucji selektywnej, włączając w to dystrybutorów działających na różnych szczeblach obrotu (hurtowy, detaliczny)

- **Bezprawne z punktu widzenia reguł konkurencji będzie więc porozumienie lub uzgodniona praktyka, których celem będzie uniemożliwianie lub ograniczanie aktywnej lub biernej sprzedaży produktów objętych porozumieniem pomiędzy wybranymi dystrybutorami.**

6- Najpoważniejsze ograniczenia konkurencji w zakupie oryginalnych części zamiennych

6. Szóstym - ograniczeniem konkurencji, wymienionym w wytycznych do wyłączeń grupowych, nie objętym przywilejem wyłączenia spod zakazu dotyczy porozumień, które:

- uniemożliwiają lub ograniczają kupowanie przez **użytkowników końcowych**, w tym także niezależne **zakłady naprawcze**, części zamiennych (oryginalnych) **bezpośrednio od producenta** tych części
- W skład tego ograniczenia wchodzi również zakaz **dostarczania informacji technicznych** i specjalnego sprzętu koniecznych do wykorzystania części zamiennych przez tych nabywców.

Najcięższe ograniczenia konkurencji w sprzedaży online (**blokowanie geograficzne**)

- **uzgodnienie**, że dystrybutor (wyłącznie) uniemożliwi klientom znajdującym się na innym (wyłącznie) terytorium **przeoglądanie jego strony internetowej** lub, że będzie automatycznie przekierowywał swoich klientów na stronę internetową producenta lub innych wyłącznych dystrybutorów;
- **uzgodnienie**, że (wyłącznie) dystrybutor **zakończy** transakcje internetowe klientów w momencie kiedy, okaże się, że dane ich karty kredytowej zawierają adres znajdujący się poza (wyłącznie) terytorium dystrybutora;
- **uzgodnienie**, że dystrybutor ograniczy część swojej łącznej sprzedaży przez Internet;
- **uzgodnienie**, że dystrybutor płaci wyższą cenę za towary przeznaczone do odsprzedaży kanałem internetowym niż za towary przeznaczone do sprzedaży w lokalu handlowym.

Wykorzystywanie nieautoryzowanych platform elektronicznych w dystrybucji selektywnej

- Narzucanie przez organizatora sieci dystrybucyjnej swoim autoryzowanym dystrybutorom zakazu wykorzystywania nieautoryzowanych platform elektronicznych bądź giełd do dalszej odsprzedaży jego produktów
- Kluczowy wyrok TS z 6 .12. 2017 r. w **sprawie C-230/16, Coty Germany** dotyczący sprzedaży na elektronicznych platformach handlowych
- Stanowisko Trybunału w tym wyroku odbiega w znaczący sposób od dotychczasowego orzecznictwa.

Stanowisko TS w wyroku Coty Germany w sprawie wykorzystywania platform cyfrowych

- TS uznał, że nałożony na autoryzowanych dystrybutorów przez dostawcę luksusowych **towarów zakaz** korzystania w celu sprzedaży tych produktów przez Internet w sposób rozpoznawalny na zewnątrz z platform należących do osób trzecich **jest właściwy do ochrony luksusowego** wizerunku owych towarów i nie będzie naruszał unijnego prawa konkurencji.
- Dystrybutorzy mogą sprzedawać online towary objęte umową zarówno korzystając ze swych własnych stron internetowych, jak i za pośrednictwem nieautoryzowanych platform osób trzecich, pod warunkiem, że ich zaangażowanie w sprzedaż nie jest widoczne (rozpoznawalne) dla konsumenta.
- Taką rozpoznawalną platformą jest np. **Amazon.de**

Praktyki klauzul najwyższego uprzywilejowania

- Klauzule najwyższego uprzywilejowania (MNF -most favored nation clauses) w prawie konkurencji uważane są na równi z zakazanymi klauzulami cenowymi.
- Zobowiązują bowiem **kontrahenta (dostawcę)** nabywcy do oferowania mu swoich usług według warunków (w tym cenowych), które będą co najmniej tak samo korzystne, jak te oferowane są przez niego (**dostawcę**) każdemu innemu nabywcy.
- Dzięki klauzulom MFN odbiorca produktów zapewnia sobie utrzymanie najniższej ceny nabywanych produktów dostępnej u danego dostawcy np. na rynku rezerwacji hoteli, ofert turystycznych, biletów lotniczych
- Utrudniają nowe wejścia na rynek powodując wyższe ceny dla konsumentów.
- Kluczowa jest w tej sprawie Decyzja zobowiązująca Komisji z 4.05 2017 w sprawie firmy „**Amazon**” na rynku e-książek

Praktyki blokowania geograficznego

Blokowanie to przyjmuje zwykle formę:

1. niepozwalania przez dostawcę detalicznego klientowi zagranicznemu dostępu **do jego stron internetowych**, przekierowując go na strony internetowe przeznaczone dla innych państw
2. odmowy dostawy towarów lub świadczenia usługi klientom z innych państw
3. odmowa przyjmowania od zagranicznego kupca płatności.

Przykłady blokowania geograficznego

- Do zawarcia porozumienia właśnie tego typu doszło pomiędzy 4 tour operatorami Kuoni, REWE, Thomas COO, TUI i siecią hoteli Melia Hotels.
- W umowach pomiędzy firmami turystycznymi a siecią hoteli znalazły się klauzule, które wprowadziły **dyskryminację** pomiędzy klientami, opartą na **narodowości lub kraju zamieszkania**, w wyniku czego zainteresowani klienci nie mogą zobaczyć pełnej dostępności w Internecie hoteli lub zarezerwować pokoje hotelowe według najlepszej ceny.

Najcięższe ograniczenia konkurencji w sprzedaży online

- **uzgodnienie**, że dystrybutor (**wyłączny**) uniemożliwi klientom znajdującym się na innym (wyłącznym) terytorium **przeoglądanie jego strony internetowej** lub, że będzie automatycznie przekierowywał swoich klientów na stronę internetową producenta lub innych wyłącznych dystrybutorów (**blokowanie geograficzne**)
- **uzgodnienie**, że (wyłączny) dystrybutor **zakończy** transakcje internetowe klientów w momencie kiedy, okaże się, że dane ich karty kredytowej zawierają adres znajdujący się poza (wyłącznym) terytorium dystrybutora;
- **uzgodnienie**, że dystrybutor ograniczy część swojej łącznej sprzedaży przez Internet;
- **uzgodnienie**, że dystrybutor płaci wyższą cenę za towary przeznaczone do odsprzedaży kanałem internetowym niż za towary przeznaczone do sprzedaży w lokalu handlowym (**geograficzne filtrowanie**).

Przykład porozumienia Paramount Pictures i Sky

- porozumienie zawarte pomiędzy Paramount Pictures i Sky dotyczącego dystrybucji telewizji kodowanej i dostępu do usług video w Zjednoczonym Królestwie i w Irlandii (UK).
- zastrzeżenia Komisji dotyczyły klauzul, które zakazywały lub ograniczały świadczenia detalicznych usług telewizji kodowanej w odpowiedzi na **spontaniczne wnioski ze strony** klientów mających miejsce zamieszkania lub siedzibę na terytorium EOG, ale poza obszarem objętym licencją nadawcy telewizji kodowanej (UK) oraz do **blokowania geograficznego** transmisji internetowych nadawców poza obszar UK.

Geograficzne filtrowanie

- W ramach tej praktyki internetowi sprzedawcy detaliczni pozwalają wprowadzić konsumentom na dostęp do towarów i usług za granicą oraz ich zakup, ale oferują im **inne, gorsze warunki, jeżeli klient pochodzi z państwa innego niż sprzedawca internetowy**
- ***Geo-blocking jest tak istotną przeszkodą w budowie jednolitego rynku na tyle, że wydana została regulacja Parlamentu i Rady dotycząca bloków geograficznych (Geo-blocking Regulation)***

Zasada bezpiecznej przystani

- Zasada bezpiecznej przystani oznacza, że przedsiębiorstwa chcąc upewnić się, czy nie naruszają unijnych reguł konkurencji, mogą bez odwoływania się **do Komisji, samodzielnie przeprowadzić, tzw. test dobrobytu konsumenta, by wykazać** prawdopodobieństwo zwiększonej efektywności danego porozumienia wertykalnego, o której mówi art. 101 ust. 3 TFUE.
- Test ten polega na zważeniu korzyści i negatywnych skutków porozumienia na które wskazują postanowienia o wyłączeniach grupowych i wydane do nich wytyczne i przyjęciu domniemania dodatniego bilansu korzyści, jeśli udział jednej ze stron porozumienia w rynku właściwym nie **przekracza 30%**.
- W ramach tej zasady nie mogą być jednak rozważane porozumienia, które **dotyczą ustalania cen, podziału rynku zbytu oraz kontroli źródeł zbytu i zaopatrzenia.**

Zasada „bezpiecznej przystani” (safe harbour) w porozumieniach wertykalnych

- sieci dystrybucyjne, selektywne, wyłączne, franchisingowe oparte na porozumieniach w mogą funkcjonować bez obawy, że mogą wejść w kolizję z prawem antymonopolowym,
- dopóki udział w rynku dostawcy i nabywcy, rozpatrywany każdy z osobna” **nie przekracza 30 %**,
- nawet w połączeniu z innymi mniej ważnym ograniczeniami wertykalnymi, (**porozumienie akcesoryjne**) takimi jak zakaz konkutowania **przez okres 5 lat** narzucony **dystrybutorowi po rozwiązaniu** umowy, narzucanie ilości zakupu od dostawcy lub wyłączności zakupów (ujawnienie tajemnicy przedsiębiorstwa)

EKONOMICZNE PODSTAWY KWESTIONOWANIA OGRANICZEŃ WERTYKALNYCH

- Rezultaty pozytywne są gorzej oceniane od rezultatów negatywnych;
- Istnieje silne wcześniejsze umocowanie, że tego typu praktyka jest antykonkurencyjna
- Przewaga ekonomiczna dystrybutora w stosunku do wytwórcy
- Wysokie udziały w rynku wytwórcy lub dystrybutora (pozycja dominująca)
- Niski poziom konkurencji międzymarkowej
- Klauzule, które utrudniają dostęp do rynku konkurentowi równie efektywnemu
- Ograniczają wielkość produkcji i sprzedaży
- Gdy ceny minimalne odsprzedaży są wykorzystane do zorganizowania kartelu na poziomie sprzedaży detalicznej

Rekomendacje SN US przy ewaluacji MRPM

- Badanie liczby konkurentów na rynku, którzy zawarli porozumienie obejmujące Minimalne ceny odsprzedaży (RPM-Resale Price Maintenance) ,
- Badanie kto jest inicjatorem RPM, producent czy dystrybutor
- Badanie jaką siłę rynkową posiadają producent lub dystrybutor
- Badanie w jakim celu producent stosuje MRPM czy po, aby wyłącznie zwiększyć swoją marżę zysku, czy zwiększyć efektywność, którym towarzysza korzyści zewnętrzne (konsumenckie)

Zakazane praktyki wertykalne

- Z historii polityki konkurencji wynika, że najważniejszymi wertykalnymi porozumieniami, których zwalczaniem zajmowały się organy antymonopolowe stanowią porozumienia dotyczące:
- **wielkości sprzedaży.** Porozumienie polega na ustalenie wielkości zakupu i odsprzedaży przez detalistę. Mogą to być ilości minimalne, maksymalne lub sztywne. Ustalanie wielkości zakupu w przypadku przedsiębiorstwa dominującego może być wykorzystywane do respektowania przez przedsiębiorstwo detaliczne cen odsprzedaży;
- **transakcji wiązanych (pakietowych).** Transakcje wiązane zmuszają dystrybutora do zakupu jednego lub więcej produktów od producenta oprócz tego, którym dystrybutor **jest zainteresowany. Na przykład dystrybutor musi kupować całą linię produktów** a nie tylko wybrane produkty z tej linii;
- Klauzule najwyższego uprzywilejowania (Most Favoured Nation)

Porozumienie pomiędzy Amazon a wydawcami e-book , które utrudniają innym e-book platformom dokonywanie innowacji i efektywna konkurencje z Amazonem . Skutkiem jest gorszy wybór , mniej innowacji i wyższe ceny dla konsumentom

Klauzule najwyższego uprzywilejowania

- MNF - price parity clauses – równoważne klauzule cenowe- wg nich, kontrahent nabywcy będzie oferował mu swoje usługi według warunków, które będą co najmniej tak samo korzystne jak te oferowane przez niego (sprzedawcę) każdemu innemu nabywcy

- Klauzule w umowie z Amazon nakładały na wydawców obowiązek informowania go o bardziej korzystnych lub alternatywnych warunkach oferowanych konkurentom Amazona i/lub

zaoferowania Amazonowi takich samych(albo lepszych) warunków od tych które oferują jego konkurentom .

- MNF szkodzą konkurencji, utrudniają nowe wejścia na rynek i w końcu powodują wyższe ceny dla konsumentów

Zakazane praktyki wertykalne

- **cen odsprzedaży**. Porozumienie polega na tym, że cenę detaliczną nie wyznacza sprzedawca detaliczny tylko jest mu narzucona przez producenta. Mogą to być cena maksymalna, cena minimalna, cena sztywna, cena rekomendowana, cena promocyjna;
- **klauzul wyłącznych**: Według takiej klauzuli dystrybutor zgadza się nie sprzedawać produktów firm konkurencyjnych.
- Wariantem takiego porozumienia jest **klauzula o wyłącznym zakupie**, która nakłada na dystrybutora zakup towarów wyłącznie od producenta - strony porozumienia.
- **Klauzul lokalizacyjnych** definiujących tereny sprzedaży. z uwagi na miejsce działania diler

DODATKOWE REKOMENDACJE EKONOMISTÓW dla badania porozumień wertykalnych

- Rodzaj produktu,
- Poziom konkurencji międzymarkowej,
- Znaczenie konkurencji niecenowej
- Znaczenie marki i pozycjonowanie marki,
- Standard salonów sprzedaży oraz przyjęte standardy jakości usługi handlowej,
- Efekt „jazdy na gapę” i inne
- Faza rozwoju rynku
- Cykl życia produktu

Wertykalne praktyki ograniczające konkurencję

Wertykalne porozumienia cenowe i niecenowe mogą:

- podnosić koszty konkurentów,
- tworzyć barierę wejścia i utrudniać konkurentom wejście na rynek,
- ograniczać konkurencję wewnątrzmarkową,
- ułatwiać porozumienia horyzontalne na wyższym i niższym szczeblu rynku.

Zakres ekonomizacji prawa konkurencji

- Ekonomizacja prawa konkurencji w praktyce sprowadza się do rozwiązywania zagadnień antymonopolowych opisanym przez prawo konkurencji poprzez:
 - 1. odwoływanie się do teorii , modeli i kategorii ekonomicznych
 - 2. stosowanie w analizie antymonopolowej narzędzi i metod właściwych dla ekonomii, w tym ekonomii ilościowej

Wyłączenia spod zakazu - **zasada de minimis**

- jeżeli udział w rynku posiadany przez któregokolwiek z przedsiębiorców **nie będących bezpośrednio** konkurentami uczestniczących w porozumieniu w roku kalendarzowym poprzedzającym zawarcie porozumienia nie przekraczał 10 proc (w UE -15%).
- W Polsce za bagatelne nigdy nie są uznawane **porozumienia cenowe**, porozumienia podziałowe i kontyngentowe .

Wyłączenia grupowe – safe harbour

- Przepisy o wyłączeniach grupowych oznaczają, że, pewne kategorie porozumień wertykalnych są wyłączone spod zakazu..
- Obejmują przede wszystkim kategorie porozumień dystrybucyjnych: selektywna, wyłączna , franchising
- Kryterium wyłączenia jest siła rynkowa stron porozumienia mierzona udziałem w rynku.
- Wyłączone są porozumienia jeżeli ani dostawca ani nabywca towarów lub usług nie posiadają udziału w rynku właściwym **większego niż 30%**.

Wyłączenia indywidualne- na wniosek art. 8 ustawy okik oraz art. 101 ust.3 TFUE

Wyłączenie indywidualne umożliwia uznanie każdego porozumienia w tym wertykalnego, za dozwolone, nawet jeżeli ma antykonkurencyjny charakter, gdy:

1. przyczynia się do polepszenia produkcji, dystrybucji towarów lub postępu technicznego lub gospodarczego;
2. zapewnia nabywcy lub użytkownikowi odpowiednią część wynikających z porozumienia korzyści;
3. nie nakłada na zainteresowanych przedsiębiorców ograniczeń, które nie są niezbędne do osiągnięcia tych celów;
4. nie stwarza przedsiębiorcom możliwości wyeliminowania konkurencji na rynku właściwym w zakresie znacznej części określonych towarów (**muszą wystąpić kumulatywnie**).

Wyłączeniu nie podlegają

1. Porozumienia cenowe - sztywne, minimalne ceny odsprzedaży.
2. Ograniczenia dotyczące **wyboru kręgu** klientów lub terytorium sprzedaży.
3. Zakazanie dystrybutorom działającym w systemie dystrybucji selektywnej odsprzedaży towaru dowolnym użytkownikom końcowym kanałem online (**sprzedaż pasywna i aktywna**).

Integracja wertykalna przedsiębiorstw w ekonomii

1. Teorie ekonomiczne porozumienia wertykalne analizują głównie **pod względem efektywności**, tzn. z punktu widzenia **niedoskonałości rynku** (kosztów transakcji rynkowych, relacji z klientem - asymetria informacji) i usunięcia tych niedoskonałości .
2. Dystrybucja **selektywna, wyłączna, franchising, agencyjna** są wynikiem poszukiwania przez wytwórców **bardziej wydajnych form dystrybucji** w stosunku do transakcji rynkowych.
3. Podstawą ich funkcjonowania jest poprawa rynkowej efektywności ekonomicznej .

Sprawa Van den Bergh FoodsLtd-HB

- To największy dostawca lodów w . UE
- **Dostarczał lody** detalistom **wraz z lodówkami** bez opłat, tylko dla jego lodów.
- Zakazał posiadania **lodówek innych firm.**
- Firma Mars wniosła skargę do KE, że ogranicza to jego dostęp do rynku detalicznego.
- Później do tej skargi dołączyły inne firmy.

Rozstrzygnięcie

- HB miała pozycję dominującą.
- **40%** sprzedawców lodów posiadało chłodziarki HB i tylko **17%** innych dostawców lodów.
- Stanowiło to istotną **barierę** wejścia na rynek jaką było namówienie detalistów do zmiany na inną markę lub dostawienie dodatkowej lodówki.
- Komisja stwierdziła, iż system dystrybucji HB narusza art. 101. ust. 1 TFUE.
- Sąd UE potwierdził zasadność decyzji Komisji.

Sprawa Pierre Fabre Dermo-Cosmétique

- Producent kosmetyków, które nie są lekami w ramach sprzedaży selektywnej wykluczył sprzedaż produktów online .
- Sprzedaż odbywała się tylko za pośrednictwem autoryzowanych aptek .
- Spółka wymagała **stałej i fizycznej obecności w aptece dyplomowanego farmaceuty**- dla udzielania dokładnych informacji o produkcie i jego stosowaniu.
- TS na pytanie prejudycjalne stwierdził, że obowiązkowa **obecność farmaceuty ogranicza sprzedaż online** i stanowi ograniczenie konkurencji ze **względu na cel** (sprzedaż pasywna i aktywna).
- Klauzula o obecności farmaceuty była nieuzasadniona

Ceny sztywne - Sfinks Polska

- Spółka Sfinks organizująca sieć restauracji w formie franczyzy zawarła umowy z firmami prowadzącymi poszczególne restauracje pod marką danej sieci.
- Umowy te określały **sztywne ceny sprzedaży** produktów oferowanych w ramach sieci.
- UOKiK uznał to porozumienie jak zakazane ze **względu na cel** poprzez ustalanie sztywnych cen sprzedaży produktów oferowanych w restauracjach działających pod marką Sphinx i **nakazał zaniechania jej stosowania.**
-
-

Ogrody Polskie - ograniczenie sprzedaży aktywnej i pasywnej

- Producent wyrobów ogrodnich zawarł umowy dystrybucyjne, ustalając **regiony geograficzne**, w ramach których konkretni kontrahenci **na zasadzie wyłączności** mogli odsprzedawać jego produkty (**dystrybucja wyłączna**) po sztywnych cenach.
- Ograniczenie konkurencji polegało na ograniczeniu aktywnej oraz biernej sprzedaży .
- **Aktywna**- dystrybutorzy mieli zakaz aktywnie poszukiwać klientów z innych obszarów lub wśród sieci hipermarketów).
- **Pasywna** – nie mogli sprzedawać wyrobów ogrodnich w sytuacji, gdy klienci sami zwrócili się do nich z ofertą zawarcia umowy .

Znaczenie prawa konkurencji dla integralności rynku wewnętrznego UE

- Art.101 TFUE określa, że niezgodne z rynkiem wewnętrznym i zakazane są wszelkie porozumienia między przedsiębiorstwami, wszelkie decyzje związków przedsiębiorstw i wszelkie praktyki uzgodnione, które mogą **wpływać na handel między państwami członkowskimi i których celem lub skutkiem jest zapobieżenie, ograniczenie lub zakłócenie konkurencji wewnątrz rynku wewnętrznego**

Dwa kryteria nielegalności w prawie UE

1. Antykonkurencyjny cel lub skutek porozumienia horyzontalnego bądź wertykalnego
2. Negatywne skutki w handlu transgranicznym (skutki istotne)
 - wpływ ten odnosi **się do wzorca handlu**, przy czym nie chodzi tu o wpływ realny ale o wpływ potencjalny, czyli czy **porozumienie jest zdolne w istotny sposób szkodzić** osiągnięciu celów rynku wewnętrznego
3. Aby przepisy art. 101 TFUE mogły być zastosowane oba te wymogi prawne **muszą wystąpić łącznie**

Warunki realizacji celu unijnej polityki konkurencji

1. Celem jest nie tylko zapewnienie funkcjonowania zasad wolnej konkurencji na rynku wewnętrznym, ale także jego **funkcjonowanie w sposób zbliżony** do warunków panujących na rynku krajowym
2. Warunkiem jest ochrona prawna trzech zasad:
 - **zasada wolności** rynkowej dla wszystkich podmiotów gospodarczych państw członkowskich;
 - **równości rynkowej** rozumiana jako jednolite warunki prowadzenia działalności gospodarczej;
 - **wolnej konkurencji** jako modelu rynku wewnętrznego.

Reguły unijnego prawa konkurencji

1. Prawo pierwotne -prawo Traktatowe art. 101. TFUE
2. Prawo wtórne - rozporządzenia Rady i Parlamentu oraz i Komisji
3. Prawo „miękkie”: wyjaśnienia i obwieszczenia Komisji.

Prawo wtórne i „miękkie”

1. Rozporządzenie o wyłączeniach grupowych reguluje:

- Pojęcie twardych ograniczenia konkurencji
- Porozumienia, które są wyłączone spod zakazu (cenowe i niecenowe)
- ustanawia zasadę „bezpiecznej przystani „ (safe harbour)

2. Zasada de minimis – kryterium udział w rynku

3. Legalność tworzenia systemów dystrybucji selektywnej:

- ilościowej
- jakościowej
- wyłącznej

Porozumienia dzielące rynek wg terytorium lub grupy klientów

1. Bezpośrednie - zobowiązanie dystrybutorów do rezygnacji ze sprzedaży produktów;

- określonym klientów,
- klientom na pewnych obszarach
- do kierowania zamówień od tych klientów do innych autoryzowanych dystrybutorów.

2. Pośrednie - wywieranie **nacisków** do powyższych zachowań poprzez :

- odmowę lub zmniejszenie premii i rabatów,
- zawieszenie bądź zakończenie dostaw albo
- ograniczenie dostaw do popytu występującego na przydzielonym rynku geograficznym lub wskazanej grupie klientów

Ograniczenia w handlu równoległym jako ograniczenie konkurencji

- Tworzą je cenowe klauzule wertykalne produktów będących przedmiotem dystrybucji na rynku wewnętrznym, jeśli ceny tych produktów:
 1. są niższe na **rynku krajowym** i wyższe w przypadku wywozu ich przez dystrybutorów do każdego innego **państwa członkowskiego** lub
 2. są wyższe przy sprzedaży online do innego państwa członkowskiego
 3. Kluczowy wyrok TS z 6. 10. 2009 w sprawie GlaxoSmithService

Ograniczenie aktywnej i pasywnej sprzedaży

- Trwałą zasadą polityki konkurencji jest, że każdy dystrybutor działający w systemie dystrybucji selektywnej musi mieć prawo do wykorzystania Internetu w celu odsprzedaży produktów
- **Determinacja** Komisji w zakresie zwalczania antykonkurencyjnych praktyk w sprzedaży online jest podyktowana dążeniem do budowy jednolitego rynku elektronicznego jako ważnej części rynku wewnętrznego
- Kluczowy w tej sprawie jest wyroku TS w sprawie Pierre Fabre Dermo-Cosmétique z 13.10. 2011 r.

Sprzedaż na internetowych platformach handlowych w UE

- Ponad 90% sprzedawców wykorzystuje Internet do sprzedaży
- 31% sprzedaje zarówno we własnych sklepach internetowych jak i na platformach handlowych innych firm
- 4% prowadzi sprzedaż wyłącznie za pomocą platform handlowych
- 18% ankietowanych zgłosiło że umowy jakie zawarli z dostawcami zawierają ograniczenia platformowe(blokowanie geograficzne)
- najwięcej ograniczeń stwierdzono w Niemczech 32% i we Francji 21%

(Sprawozdanie Komisji dla Parlamentu i Rady z 10.5 2017)

Udział elektronicznych platform handlowych w handlu detalicznym

- Niemcy - 62%
- Wielka Brytania - 43%
- Polska - 36%
- Włochy - 13%
- Belgia - 4%

Najcięższe ograniczenia konkurencji w sprzedaży online

- **uzgodnienie**, że dystrybutor (wyłącznie) uniemożliwi klientom znajdującym się na innym (wyłącznym) terytorium **przeoglądanie jego strony internetowej** lub, że będzie automatycznie przekierowywał swoich klientów na stronę internetową producenta lub innych wyłącznych dystrybutorów (blokowanie geograficzne);
- **uzgodnienie**, że (wyłącznie) dystrybutor **zakończy** transakcje internetowe klientów w momencie kiedy, okaże się, że dane ich karty kredytowej zawierają adres znajdujący się poza (wyłącznym) terytorium dystrybutora;
- **uzgodnienie**, że dystrybutor ograniczy część swojej łącznej sprzedaży przez Internet;
- **uzgodnienie**, że dystrybutor płaci wyższą cenę za towary przeznaczone do odsprzedaży kanałem internetowym niż za towary przeznaczone do sprzedaży w lokalu handlowym.

Wykorzystywanie nieautoryzowanych platform elektronicznych w dystrybucji selektywnej

- Narzucanie przez organizatora sieci dystrybucyjnej swoim autoryzowanym dystrybutorom zakazu wykorzystywania nieautoryzowanych platform elektronicznych bądź giełd do dalszej odsprzedaży jego produktów
- Kluczowy wyrok TS z 6 .12. 2017 r. w **sprawie C-230/16, Coty Germany** dotyczący sprzedaży na elektronicznych platformach handlowych
- Stanowisko Trybunału w tym wyroku odbiega w znaczący sposób od dotychczasowego orzecznictwa.

Stanowisko TS w wyroku Coty Germany w sprawie wykorzystywania platform cyfrowych

- TS uznał, że nałożony na autoryzowanych dystrybutorów przez dostawcę luksusowych **towarów zakaz** korzystania w celu sprzedaży tych produktów przez Internet w sposób rozpoznawalny na zewnątrz z platform należących do osób trzecich **jest właściwy do ochrony luksusowego** wizerunku owych towarów i nie będzie naruszał unijnego prawa konkurencji.
- Dystrybutorzy mogą sprzedawać online towary objęte umową zarówno korzystając ze swych własnych stron internetowych, jak i za pośrednictwem nieautoryzowanych platform osób trzecich, pod warunkiem, że ich zaangażowanie w sprzedaż nie jest widoczne (rozpoznawalne) dla konsumenta.
- Taką rozpoznawalną platformą jest np. **Amazon.de**

Praktyki klauzul najwyższego uprzywilejowania

- Klauzule najwyższego uprzywilejowania (MNF -most favored nation clauses) w prawie konkurencji uważane są na równi z zakazanymi klauzulami cenowymi.
- Zobowiązują bowiem kontrahenta nabywcy do oferowania mu swoich usług według warunków (w tym cenowych), które będą co najmniej tak samo korzystne, jak te oferowane są przez niego (dostawcę) każdemu innemu nabywcy.
- Dzięki klauzulom MFN odbiorca produktów zapewnia sobie utrzymanie najniższej ceny nabywanych produktów dostępnej u danego dostawcy np. na rynku rezerwacji hoteli, ofert turystycznych, biletów lotniczych
- Utrudniają nowe wejścia na rynek powodując wyższe ceny dla konsumentów.
- Kluczowa jest w tej sprawie Decyzja zobowiązująca Komisji z 4.05 2017 w sprawie firmy „Amazon” na rynku e-książek

Praktyki blokowania geograficznego

Blokowanie to przyjmuje zwykle formę:

1. niepozwalania przez dostawcę detalicznego klientowi zagranicznemu dostępu do jego stron internetowych, przekierowując go na strony internetowe przeznaczone dla innych państw
2. odmowy dostawy towarów lub świadczenia usługi klientom z innych państw
3. odmowa przyjmowania od zagranicznego kupca płatności.

Przykłady blokowania geograficznego

- Do zawarcia porozumienia właśnie tego typu doszło pomiędzy 4 tour operatorami Kuoni, REWE, Thomas COO, TUI i siecią hoteli Melia Hotels.
- W umowach pomiędzy firmami turystycznymi a siecią hoteli znalazły się klauzule, które wprowadziły dyskryminację pomiędzy klientami, opartą na narodowości lub kraju zamieszkania, w wyniku czego zainteresowani klienci nie mogą zobaczyć pełnej dostępności w Internecie hoteli lub zarezerwować pokoje hotelowe według najlepszej ceny.

Przykład porozumienia Paramount Pictures i Sky

- porozumienie zawarte pomiędzy Paramount Pictures i Sky dotyczącego dystrybucji telewizji kodowanej i dostępu do usług video w Zjednoczonym Królestwie i w Irlandii (UK).
- zastrzeżenia Komisji dotyczyły klauzul, które zakazywały lub ograniczały świadczenia detalicznych usług telewizji kodowanej w odpowiedzi na **spontaniczne wnioski ze strony** klientów mających miejsce zamieszkania lub siedzibę na terytorium EOG, ale poza obszarem objętym licencją nadawcy telewizji kodowanej (UK) oraz do **blokowania geograficznego** transmisji internetowych nadawców poza obszar UK.

Geograficzne filtrowanie

- W ramach tej praktyki internetowi sprzedawcy detaliczni pozwalają wprowadzić konsumentom na dostęp do towarów i usług za granicą oraz ich zakup, ale oferują im inne, gorsze warunki, jeżeli klient pochodzi z państwa innego niż sprzedawca internetowy
- ***Geo-blocking jest tak z istotną przeszkodą w budowie jednolitego, że zostało wydane rozporządzenie a Parlamentu i Rady dotycząca blokowań geograficznych (Geo-blocking Regulation)***

Wnioski końcowe

1. Integralność i jednolitość rynku wewnętrznego może być rozmywana i zakłócana wertykalnymi praktykami przedsiębiorstw ograniczającymi konkurencję
2. Ponieważ wertykalne ograniczenia występują najczęściej w detalicznych systemach dystrybucji negatywnymi skutkami zakłóceń na jednolitym rynku dotknięci są szczególnie konsumenci
3. W ostatnich latach pojawiły się nowe wcześniej nie występujące ograniczenia wertykalne związane z rozwojem technologii cyfrowej i handlu elektronicznego.

Porozumienia wertykalne- harwardzka

szkoła

- Szkoła harwardzka – **rynki są zawodne** .
- Prawo konkurencji ma chronić **głównie małe przedsiębiorstwa, wolności gospodarczej**.
- Najważniejsza **jest struktura rynku** oraz niezależność i ekonomiczna przedsiębiorstw (S-Z-W).
- Termin **monopol** jest używany jako **standard ewaluacji i określenia** sytuacji niezgodnej z interesem publicznym.
- Natomiast konkurencja przeciwnie, jest zgodna z tym interesem .
- Każde ograniczenie **wolności gospodarczej** jest nadużyciem
- Ochrona konkurencyjnych elementów rynku i ograniczanie władzy monopolistycznej leży w interesie publicznym .
- W modelu tej szkoły porozumienia wertykalne **mogą mieć negatywny wpływ** na strukturę podmiotową rynku, **burząc strukturę** właściwą dla funkcjonowania konkurencji efektywnej

Szkoła harwardzka

- Celami prawa konkurencji jest ochrona wielopodmiotowej struktury rynku o niskich udziałach, oraz ochrona małych i średnich przedsiębiorstw.
- Podstawową zasadą prawną stała się reguła *per se prohibition*.
- Porozumienia wertykalne ograniczają wolność i niezależność ekonomiczną przedsiębiorstw.
- W okresie dominacji tej szkoły **porozumienia wertykalne** były równie surowo oceniane jak porozumienia **kartelowe**.

Szkoła chicagowska

- Poglądy Harvard School preferujące surową – restrykcyjną - ocenę zachowań rynkowych przedsiębiorstw dominowały do czasu pojawienia się w latach 70. XX w. opozycyjnej teorii antymonopolowej, zwanej szkołą chicagowską (*Chicago School*)..
- Odmienna ocena porozumień wertykalnych **zawieranych** pomiędzy producentami działającymi na rynku wyższym i dystrybutorami działającymi na rynku niższym **jest jedną z najważniejszych, która tworzy różnicę pomiędzy** tymi szkołami .

Model polityki konkurencji szkoły chicagowskiej

1. Rynek funkcjonuje w sposób niezawodny (w długim okresie).
2. Jedynym celem stosowania prawa *konkurencji jest maksymalizacji dobrobytu konsumenta (consumer welfare)* .
3. W analizie antymonopolowej należy kierować się wyłącznie kryterium **efektywności ekonomicznej** (alokacyjnej, produkcyjnej).
4. Cele socjalne i polityczne, a także **ochrona wolności gospodarczej** nie są zadaniami dla polityki. konkurencji .
5. Bazę dla pol. konkurencji stanowi neoklasyczna teoria cen a nie analiza i badania empiryczne .
6. Jedynym źródłem **barier wejścia** na rynek jest **działalność ustawodawcza państwa**.
7. Aspekty strukturalne rynku nie decydują o poziomie konkurencji.

KARTELE

- Kartel jest to porozumienie pomiędzy formalnie niezależnymi przedsiębiorstwami tej samej gałęzi (porozumienie pomiędzy konkurentami) co do ograniczenia. Pojęcie kartel zostało zdefiniowane **wąsko**, w rozumieniu nauk ekonomicznych.
- Typowy kartel zostaje utworzony w celu ustanowienia jednolitych cen, ograniczenia produkcji lub sprzedaży dokonania podziału terytorialnego rynku lub alokacji klientów.
- Misją kartelu jest podniesienie łącznego zysku członków kartelu do poziomu osiąganego przez monopol.
- Współczesny kartel jest strukturą dobrze zorganizowaną, dynamiczną, posiadającą własne utajnione mechanizmy współpracy.
- Powoduje, wyższe ceny, transfer dochodów).
- ich wolności gospodarczej w zakresie produkcji, sprzedaży i marketingu

Typu kartelu ze względu na cel

- Porozumienie klasyczne zawierane **w celu naśladowania** działań monopolu
- Zawieranie porozumienia, wspólne uzgodnione działania skierowane przeciwko przedsiębiorstwom ,które nie są członkami kartelu (np. kartel rur preizolowanych zwalczający konkurenta , szwedzką firmę Powerpie AB)
- Kartel uzgadniający **zmiany w regułach konkurencji poprzez koordynowanie przedsięwzięć marketingowych** np. nie prowadzenie kampanii reklamowych i promocji , uczestniczenia w targach, wystawach, co zmniejsza poziom konkurencji w celu, stabilizuje udziały w rynku (izolacja produktów od konkurencji i autonomiczne podnoszenie cen). Stosowany przy wyrobach **heterogenicznych** (odróżniających się)

Wyłączenia w zakresie porozumień horyzontalnych

- Wyłączone z zakazu kartelu, jeśli chodzi o porozumienia horyzontalne są tylko **porozumienia kooperacyjne** :
typu -badawczo rozwojowe i specjalizacyjne.
2. Właściwe porozumienia kartelowe nie podlegają wyłączeniu art.101. ust.3, poza regułą *de minimis* (5% w rynku), ale nie co do cen i ilości produkcji.
 3. Nie jest stosowane do nich kryterium siły rynkowej - 30%.
 4. Kartele w ujęciu ekonomicznym są praktykami typu ***hard core restriction*** – czyli *bezwzględnie zakazanymi (per se illegal)*.

Cechy kartelu

Kartel jest współcześnie formą rynkową złożoną i dynamiczną, elastyczną.

Współpraca członków kartelu jest:

- dobrze zorganizowana
- monitorowana
- ciągła,
- zależy od utrzymania równowagi w kartelu
- sekretna,
- głęboko zakonspirowana
- opłacalna dla jej członków

Środowisko rynkowe karteli - oligopol

1. Rynek oligopolistyczny stanowi naturalne środowiskiem dla karteli.
2. Dla prowadzenia skutecznej polityki kartelowej znajomość reguł funkcjonowania oligopolistycznych jest więc nieodzowna.
3. Teoria ekonomii przedstawia statyczne i dynamiczne modeli oligopolistyczne.
4. Modele obrazują, w jaki sposób przedsiębiorstwa prowadzą w warunkach oligopolu grę konkurencyjną, kiedy gra ta kończy się i zostaje zastąpiona współpracą przedsiębiorstw oraz jak współpracujący oligopol osiąga równowagę.
5. Badanie konkurencji cenowej i ilościowej jest fundamentalną częścią tej teorii. Zajmuje się tym teoria organizacji gospodarczej .
6. **Zasadniczą cechą rynku oligopolistycznego jest wzajemna współzależność produkcyjna i cenowa oligopolistów**

Geneza karteli

1. Kartele pojawiły się w drugiej połowie XIX w. jako ważne struktury. Ojczyzną były Niemcy. Już w 1889 r. było ich 400.
2. Pojawiły się jako zrzeszenia obronne małych przedsiębiorstw.
3. Do lat 50 XX w. dominował pogląd, że stabilizują ceny na opłacalnym poziomie, (w przemysłach o wysokich k. stałych,)
4. Pozytywną rolę przypisywano **kartelom w fazie kryzysu** (utrzymują produkcję, zatrudnienie, inwestycje).
5. W okresie długim zwiększając produktywność: obniżają ceny, zwiększają produkcję.
6. Kartelami jako pierwsza zajęła się **ekonomia historyczna**:
7. Pomimo odkrycia negatywnych skutków generalnie były oceniane jako struktury korzystne.
8. Jako naturalny produkt procesu industrializacji (wzór teoria **ewolucji Darwina**),

Ocena pierwszych karteli

W ocenie ekonomii historycznej, wpływowej w tym okresie:

1. Stabilizowały ceny, produkcję, zatrudnienie,
2. Sprzyjały utrzymaniu pokoju społecznego,
3. Podnosiły poziom życia robotników, zmniejszały rozwarstwienie,
4. Były korzystne ze społecznego punktu widzenia ponieważ niekorzystny był nadmiar konkurencji, nadprodukcja, niestabilność,
5. Kartele odzwierciedlały **etos współpracy jako wartość** większa niż indywidualizm i konkurencja, (ocena co do wartości społecznych, etycznych).

Początki prawa kartelowego

- Pierwsza regulacja prawna karteli pojawiła się w Niemczech po I wojnie Światowej na pocz. Lat 20 XX w.
2. Legalizowały one kartele. Poddano je kontroli rządowej lub sądowej,
 3. Podobne regulacje wprowadzono także w innych krajach w tym w Polsce .
 4. Nie zwalczało ono karteli tylko niektóre ich zachowania, jeśli były sprzeczne z interesem publicznym jak podnoszenie cen, ograniczanie produkcji, bojkot kontrahentów, różnicowanie cen,
 5. Przepisy te nie były wymierzone w kartele tylko nadużywanie przez nich siły , władzy rynkowej (pozycji dominującej).
 6. **Jednolite ceny, zgodne działania nie były naganne, jak to jest uważane obecnie.**

Fazy rozwoju polityki konkurencji

1. **Pierwsza:** zwalczanie porozumień wertykalnych oraz horyzontalnych i nadużywania pozycji dominującej.
2. **Druga:** kontrola porozumień wertykalnych i koncentracji przedsiębiorstw w UE od 1989 r.
3. **Trzecia:** rozwój współpracy międzynarodowej pomiędzy organami antymonopolowymi w związku z postępującą globalizacją i wpływem karteli międzynarodowych na handel światowy
Kartel jest współcześnie formą rynkową złożoną i dynamiczną, elastyczną.
4. Współpraca członków kartelu jest ciągła, sekretna, głęboko zakonspirowana.

Charakterystyka porozumień kartelowych

1. Skutki negatywne działania kartelu:

- **Zewnętrzne:** monopolizacja rynków, zawyżanie cen, bariery na rynku wewnętrznym w handlu transgranicznym, bariery wejścia, blokada konkurencji realnej i potencjalnej,
- **Wewnętrzne** – nieefektywność produkcyjna, zmniejsza niepewność i ryzyko indywidualnej porażki, które kreuje konkurencja.

2. Typy porozumień kartelowych:

- Porozumienia klasyczne, naśladowanie monopolu: ceny, rynki, wielkość produkcji, alokacja klientów,
- Wymierzone w pb-twa pozostające poza kartelem (Powerpipe),
- Kartele marketingowe - dokonujące izolacji swoich nabywców poprzez ograniczanie emisji informacji rynkowych (wspólna reklama albo unikanie reklamy, promocji, wystaw). Skutkiem jest izolacja rynków- nie wspólne lecz autonomiczne podnoszenie cen.

Kartele -cechy C.D.

1. Jest strukturą skuteczną, czyli zdolny do trwania. **Rozwiązał problemy oszukiwania i utraty stabilności** (system monitoringu, środki dyscyplinujące).
2. Współczesne kartele są wielopodmiotowe, nawet do 30 członków,
3. Zlokalizowane w przemysłach skoncentrowanych, produkty homogenicznie lub prawie homogeniczne.
4. Dobrze zorganizowane o dwóch lub trzech poziomach zarządzania o sprawnej wewnętrznej komunikacji.
5. Potrafią długo utrzymywać równowagę.
6. Długość życia przekracza średnio okres 5 lat.
7. Najdłużej działający kartel odkryty w UE: 29 lat na rynku nadtlenu organicznego i 35 lat na rynku fosforanów spożywczych.
8. Czynniki destabilizacji – szoki zewnętrzne (technologiczne, nowe produkty, nowe wejścia, kryzysy), czynniki wewnętrzne oszukiwanie, nieporozumienia .

Liczba członków i długość życia kartelu w latach 2001-2009 na rynku UE

1. Ilość członków kartelu: od 2 do 30.
2. Średnia liczba członków: **od 6 do 17 w badanych latach.**
3. Okres trwania: od 0 do 35 lat.
4. Średni okres trwania: od 5,6 do 15 lat.
5. Kartele o okresie trwania 5 lat i więcej w :
stanowiły większość w każdym roku od 50 do 100%.
6. Kartele o czasie trwania 5 lat i dłużej
zawierające więcej niż 5 członków: stanowiły
66,6% wszystkich karteli od 22,2% do 100%.w
badanych latach.

Wartość szkód wyrządzanych przez kartele

- Notowany wzrost cen produktów kartelowych – od 10 do 100%.
2. Według OECD z 2000 r. działalność karteli spowodowała wzrost cen sprzedaży o 10% czemu odpowiadał spadek produkcji o 20%.
 3. Z badań autora: na rynku EU międzynarodowe kartele były zdolne podnieść ceny od 30 do 50%.
 4. Szacunki Komisji z 2008 r. oparte na badaniu 18 karteli, przy założeniu że ich ceny zawyżono od 5. do 15% wykazały, że wyrządzone szkody poniesione przez konsumentów w **latach 2005-2007 wyniosły od 4 do 11 mld euro.**
 5. Dominuje pogląd w literaturze, że **średnie zawyżenie cen przez kartele wynosi od 20-25%**

Prawo kartelowe

Unijnemu prawo konkurencji przypisana została fundamentalna rola budowania gospodarczej integracji europejskiej opartej na:

- Utworzeniu jednolitego rynku wewnętrznego,
- Wolnej konkurencji będącej jego siłą napędową.

2. Na rynku tym państwa i UE mają działać w poszanowaniu otwartej gospodarki rynkowej z wolną konkurencją, sprzyjając efektywnej alokacji zasobów (art. 120 TFUE).

3. Zasadnicza regulacja dotycząca karteli zawarta jest w art. 101 TFUE: niezgodne z rynkiem wewnętrznym i zakazane są wszelkie porozumienia między przedsiębiorstwami, wszelkie decyzje związków przedsiębiorstw i wszelkie praktyki uzgodnione, **które mogą wpływać na handel między państwami członkowskimi i których celem lub skutkiem jest zapobieżenie, ograniczenie,** lub zakłócenie konkurencji na rynku wewnętrznym.

Kryteria prawa unijnego

1. Kryteria prawne zakazu kartelu art. 101 ust 1.
 - a) Negatywne skutki w handlu między państwami członkowskimi (kryterium autonomiczne UE),
 - b) Ograniczenie konkurencji cel lub skutek antykonkurencyjny,
3. Te dwa (a i b) wymagania są kryteriami oddzielnymi, a jednocześnie muszą wystąpić łącznie, aby dane przypadki naruszenia reguł konkurencji podpadały pod jurysdykcję prawa unijnego

Ocena porozumień kartelowych według kryterium wpływu na handel między państwami członkowskimi

- Analiza porozumienia kartelowego, którego antykonkurencyjne skutki rozciągają się na terytorium całego państwa członkowskiego są ze swej natury w stanie **wzmacniać podział rynków** na rynki krajowe, wskutek czego dochodzi zahamowania wzajemnego ekonomicznego **przenikania i penetracji rynków**, których wywołanie jest celem TFUE.
- Kartele utrudniają handel transgraniczny na rynku wewnętrznym ze swej natury dzieląc rynki zbytu, ustalając ceny, dokonując alokacji kontrahentów.

Instrumenty formalne walki z kartelami

1. Program łagodzenia kar – *leniency program* (1996),
połączona z
2. Polityką odstraszenia - polegającą na wymierzaniu wyższych kar pieniężnych na członków kartelu oraz wprowadzanie w państwach członkowskich prawa do odszkodowania.
3. Postępowanie ugodowe – settlement (2008).
4. W Polsce dobrowolne poddanie się karze
5. Nadanie priorytetu polityce kartelowej,
6. Współpraca międzynarodowa organów antymonopolowych w walce z kartelami międzynarodowymi, Komisji z państwami spoza UE.
7. Wyłączone spod reguły *de minimis* są *hard core cartels* (ceny, rynki zbytu , wielkość produkcji).

Wysokość kar w UE w mln Euro nałożone przez Komisje przed korektą TS

1990-1994	539,691
1995-1999	292,838
2000-2004	3.462421
2005-2009	9.414012
2010 -2014	7.917218
2015-2018	6.837911
Łącznie	28.464.092

Dwanaście najwyższych kar nałożonych na kartel od 1969

Rok	Nazwa kartelu	Kwota w mln/euro
1.	2016/2017 Trucks	3.807 022
2.	2012 monitory TV i komp.	1.409 588
3.	2013/2016 Instrumenty pochodne derywatów (EIRD) Euro interest rates derivatives	1.310 039
4.	2008 Szkło samochodowe	1.185 500
5.	2014 Łożyska do sam.	953306
6.	2007 Windy i schody ruchome	832 422
7.	2001 Witaminy	790 515
8.	2010 Fracht lotniczy	785 345
9.	2013/2015 Instrumenty pochodne stopy procentowej (Yen interest rate derivatives)	669 719
10.	2007/2012 Rozdzielnice z izolacją gazową	675 445
11.	2008 Woski parafinowe	676 228
12.	2010 Armatura łazienkowa	662 500

Dziesięć największych kar na przedsiębiorcę

Rok	Firma	Sprawa	Kara euro mln
2016	Daimler	Trucks	1.008766
2017	Scania	Trucks	880623
2016	DAF	Trucks	752679
2008	Saint Gobain	szkło sam.	715679
2012	Philips	monitory	705296
2012	LG	monitory	687537
2016	Volvo/Renault	Trucks	670448
2016	Iveco	Trucks	494606
2013	Deutsche Bank	Instrumenty pochodne derywatów	465861
2001	F.Hoffman-La Roche	Witaminy	462000

Formy koordynacji, prawne i ekonomiczne przesłanki naruszenia zakazu kartelu cd

1. Uzgodnione praktyki - sugerują zachowania paralelne.
2. **Decyzje związków przedsiębiorstw** – nie muszą być wiążące dla członków Izb.
3. **Zgodna wola** stron co do zachowania się na rynku (nieważna forma).
4. **Milcząca zgoda** – brak **otwartego** zdystansowania się od udziału w naradach.
5. **Pasywny udział**: rola biernego słuchacza w ustaleniach i brak realizacji ustaleń nie zwalnia z odpowiedzialności

Odpowiedzialność podmiotowa

1. Odpowiedzialność członków kartelu według pełnionej roli.
2. Odpowiedzialność przedsiębiorstwa za udział w kartelu niebędącego członkiem ścisłego kartelu – spółka doradcza (FIDES) :
 - **unitarna** (niezależnie od gałęzi, rynku działania) - przyjęta w 2008
 - **bipolarna** (sprawca i współnik).
3. Odpowiedzialność spółki holdingowej – jeden organizm gospodarczy (**singel economic unit**).
4. Odpowiedzialność **sukcesora** w przypadku, gdy w dacie wszczęcia uczestnik kartelu już nie istnieje.
5. Przedsiębiorstwami są również rolnicy (produkcja i handel).

Kryterium antykonkurencyjnego celu lub skutku

1. Dla bezprawności stwierdzenia porozumienia wystarczy aby cel był antykonkurencyjny w sensie ekonomicznym, funkcjonowania rynku.
2. Analiza skutków jest wymagana gdy cel jest niejasny, lub niedookreślenia np. racjonalizacja działań w okresie kryzysu gałęzi.
3. Nie jest obowiązkowe wykazywanie jego (co do celu) antykonkurencyjnych skutków (*per se illegal*).
4. Porozumienie, które **nie jest wykonywane** także narusza art. 101. ust. 1 TFUE. I art. 6 ustawy o OKiK
5. Firma, która nie realizuje ustaleń jest także członkiem kartelu (**milcząca zgoda**)

Wpływ na rynek - waga naruszenia.

Sankcje

1. Waga naruszenia dla konkurencji ma wymiar ekonomiczny i ma wpływ na wysokość kary.
2. Skutki ekonomiczne kartelu, szkodliwość nie muszą być oszacowane, opisują je modele ekonomiczne.
3. **Wystarczy pokazanie, że cena i kształt konkurencji byłby inny gdyby nie było porozumienia.**
4. Czynniki zewnętrzne, które pokrzyżowały zamiary kartelu nie mają wpływu na wysokość kary.
5. Kartele zostały uznane ze względu na ich naturę jako **bardzo poważne, najcięższe wykroczenia przeciwko konkurencji, zasługujące** na najwyższy wymiar kar pieniężnych.
6. ***Economic approach*** w prawie antytrustowym wymaga się aby również w polityce kar aspekty ekonomiczne były uwzględniane np. wartość rynku kartelowego, znaczenie gałęzi w gospodarce.
7. Dla celów odstraszania **w 2006 r. Komisja** zmieniła system kar

Udział i rola w kartelu

1. Lider porozumienia.
2. Aktywny wykonawca porozumienia
3. Pasywny wykonawca porozumienia.
4. Współsprawca naruszenia (AC-Treuhand) np., firma doradcza.
5. Wspólnik naruszenia (zachęcający do kartelu, pomagający).
6. Wszyscy ci uczestnicy kartelu odpowiadają za naruszenie zakazu kartelu w całości (**zasada – *single, overall (całkowite) agreement***) niezależnie od zaangażowania, nawet jeśli spotykali się z groźbami innych

RODZAJE POROZUMIEŃ KARTELOWYCH

1. Cenowe - ustalanie cen bezpośrednio i pośrednio (ceny, ceny referencyjne, docelowe, rabaty).
2. Ilościowe i alokacyjne (volumen, rynki zbytu, kontrahenci klienci).
3. Pozacenowe (bojkot, dyskryminacja, wspólny zakup, wspólna sprzedaż, zmowa przetargowa, wymiana informacji, porozumienie marketingowe)

Cenowe praktyki kartelowe ograniczające konkurencję

Bezpośrednie i pośrednie ustalanie cen:

- Ustalenie cen jednolitych,
- Cen minimalnych,
- Cen rekomendowanych,
- Wzrostu cen i daty wprowadzenia,
- Systemu rabatów , (stosowanie albo niestosowanie),
- Wspólnego cennika,
- Cen referencyjnych,
- Ustalenie celu cenowego,
- Uzgodnienie nie obniżania cen, jeśli np. zmniejszy się waga produktu, objętość przy zachowaniu tych samych parametrów np. proszku do prania (**pośrednie**),
- Zakaz udzielania zniżek cen (**pośrednie**),
- Dyskryminacja cenowa ze względu na nabywców (odmowa rabatów)

Porozumienia ilościowe i alokacyjne

Podział pomiędzy członków kartelu:

- Wolumenu produkcji,
- Rynków zbytu,
- Kontrahentów, klientów

Niecenowe porozumienia kartelowe

1. Podział rynków.
2. Odmowa sprzedaży – kolektywny bojkot.
3. Wspólny zakup - (a) zakaz - kontrakty mają mieć indywidualny charakter, (b) **dopuszczalne** - nie więcej niż 15% rynku – **wyłączenie** na podstawie art.101.3 TFUE).
4. Wspólna sprzedaż (*utworzenie syndykatu*).
5. Kartel marketingowy (wspólna akcja marketingowa lub zaniechanie).
6. **Kartel przetargowy**.
7. Kartel kryzysowy (**kartel defensywny**).
8. **Kartel informacyjny** (wymiana informacji wrażliwych pomiędzy przedsiębiorstwami).

Kartel działający za pośrednictwem związku przedsiębiorstw krajowych i międzynarodowych

Są to decyzje związku przedsiębiorstw, jeżeli ich skutkiem jest wspólna i skoordynowana działalność rynkowa ich członków:

- Ustalanie cen,
- Ustalanie kwot produkcji,
- Wspólna reklama,
- Wewnętrzna wymiana informacji wrażliwych,
- Typowanie zwycięzców w przetargach.

2. Tworzą administracyjną bazę dla różnych operacji kartelowych.

Wymiana informacji pomiędzy przedsiębiorcami

1. Jest zagadnieniem jednym z najważniejszych i najtrudniejszych w polityce konkurencji ze względu na pozytywne i negatywne skutki.
2. Rozwiązanie tego problemu daje analiza modelu dynamicznego oligopolu.
3. **Wymiana informacji:**
 - **Bezpośrednia,**
 - **Za pośrednictwem izb gospodarczych,**
 - **Za pośrednictwem firmy zewnętrznej – doradczej.**
4. Taką wymiana, jeżeli prowadzi do skoordynowanych zachowań może być **samodzielnie sprzeczna z prawem kartelowym**, nie tylko podtrzymywać jego funkcjonalną równowagę.
5. **Zakazana jest wymiana informacji cenowych, kosztowych, strategii sprzedaży, itp. prowadzące do nadmiernej transparentności rynku.**
6. Tworzy dogodne warunki dla wspólnych działań, usuwają autonomię działań.

KARTEL PRZETARGOWY

1. W przypadku przetargów konkurencja polega na walce o rynek towarowy, o wykonanie usługi, zamówienia, dostawy gdy rynek ze może obsłużyć tylko jeden podmiot

1. **Na konkurencji o rynek** na którym może funkcjonować tylko jedna firma, np. zarządzanie cmentarzem, wywóz odpadów komunalnych, budowa dróg i mostów, odśnieżanie miast, zaopatrzenie w żywność zakładów karnych, przetarg na dostawę sprzętu informatycznego do szkół, : catering szkolny, dowóz dzieci do szkoły, budowa szkoły, dróg, sieci kanalizacyjnej, usługi IT, dostawa sprzętu medycznego, itp.

Kartel przetargowy

polega na:

uzgadnianiu przez przedsiębiorców przystępujących do przetargu, lub *przez tych przedsiębiorców i przedsiębiorcę będącego organizatorem przetargu*, warunków składanych ofert, w szczególności zakresu prac lub ceny (art. 6 ust.1 pkt 7 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów)



Zasady uczciwej konkurencji w przetargach

- zgodnie z treścią art. 7 ust. 1 ustawy **Prawo zamówień publicznych** :
- Zamawiający przygotowuje i przeprowadza postępowanie o udzielenie zamówienia w sposób **zapewniający zachowanie uczciwej konkurencji i równe traktowanie wykonawców oraz zgodnie z zasadami proporcjonalności i przejrzystości.**
- Ponadto ustawa wskazuje, że zamawiający zapewnia aby **Czynności** związane z przygotowaniem oraz przeprowadzeniem postępowania o udzielenie **zamówienia wykonują osoby zapewniające bezstronność i obiektywizm.**

Odrzucenie oferty

- **Art. 89.** 1.ustawy o zamówieniach publicznych Zamawiający odrzuca ofertę, jeżeli:
- 1) jest niezgodny z ustawą;
- 2) jej treść nie odpowiada treści specyfikacji istotnych warunków zamówienia, z zastrzeżeniem art. 87 ust. 2 pkt 3;
- **3) jej złożenie stanowi czyn nieuczciwej konkurencji w rozumieniu przepisów o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji;**
- **4) zawiera rażąco niską cenę lub koszt w stosunku do przedmiotu zamówienia;**
- 5) została złożona **przez wykonawcę wykluczonego** z udziału w postępowaniu o udzielenie zamówienia lub niezaproszonego do składania ofert;

Warunki sprzyjające porozumieniom przetargowym

1. ***Niewielka liczba firm.***
2. ***Niewielka liczba nowych firm lub ich brak.***
3. ***Warunki rynkowe*** - niezmienny i przewidywalny popyt ze strony sektora publicznego zwiększa ryzyko zawarcia zmowy przez firmy. Jednocześnie w okresach gwałtownych zmian gospodarczych i niepewności wzrasta też motywacja do zawarcia zmowy, gdyż firmy starają się pokryć poniesione straty środkami uzyskanymi w **drodze ukartowanego przetargu**.
4. ***Stowarzyszenia przemysłowe.***
5. ***Wielokrotne, cykliczne przetargi.***
6. ***Jednakowe lub nieskomplikowane produkty lub usługi.***
7. ***Niewielka liczba substytutów lub ich brak.***
8. ***Niewielka zmiana technologiczna lub jej brak.***

Symptomy zmowy przetargowej

Mechanizmy współpracy:

- **Rezygnacja z przetargu** - oferty kurtuazyjne, -
Nieskładanie lub ograniczanie ofert;
- **Składanie ofert komplementarnych** – przedsiębiorcy nie są w stanie samodzielnie realizować zlecenia;
- **Rotacja ofert** – wygrane wymienne w kolejnych przetargach;
- **Podział zysku** – zlecenie podwykonawstwa, udostępnianie sprzętu/pracowników (informacja taka może być w ofercie)
- **Podział rynku** – kryteria geograficzne, przedmiotowe, podmiotowe.

Symptomy zmowy przetargowej

Zachowania bezpośrednio przed przetargiem

- nieoficjalne spotkania przedstawicieli uczestników przetargów, nierzadko z chęcią utajnienia tych spotkań (np. fikcyjne delegacje/urlopy);
- intensywne kontakty „na szczeblu operacyjnym” (np. między komórkami/osobami odpowiedzialnymi w danej firmie za uczestnictwo w przetargach) – **najczęściej są to kontakty telefoniczne, e-mailowe, lub przez podmiot pośredniczący (np. kancelarię prawną);**
- zlecenie przygotowania/skompletowania ostatecznej wersji oferty przetargowej **temu samemu podmiotowi**, np. kancelarii prawnej;
- zachowania świadczące o **wiedzy na temat niejawnych szczegółów** ofert konkurentów.

Symptomy zmowy przetargowej

Zachowania w toku przetargu:

I. ETAP SKŁADANIA OFERT:

a. Zachowanie oferentów

- dwie lub więcej firm **składa łączoną ofertę** przetargową (**konsorcjum**), mimo że przynajmniej jedna z nich mogłaby **stawać do przetargu samodzielnie**;
- składanie ofert przez daną firmę tylko na określonym, ograniczonym obszarze (**podział rynku**);
- Kilku przedsiębiorców **składa oferty cenowe o małych różnicach** (ceny zagęszczone)
- Utworzenie firmy tylko pod cel przetargu (pusta co do majątku)

Symptomy zmowy przetargowej

b) **podobieństwa w składanej dokumentacji:**

- Taki sam lub **podobny format** , układ, język , kompozycja oferty
- identyczne błędy (np. ortograficzne, interpunkcyjne, „literówki”) w dokumentacji przetargowej lub w listach złożonych przez różne firmy w ramach danej oferty przetargowej;
- oferty złożone przez różne firmy zawierają te same **błędne obliczenia**;
- oferty zawierają **Ślady zmian dokonywanych w ostatniej chwili** (np. puste miejsca, ślady po korektorze, **skreślenia** itp.);
- oferty złożone przez różne firmy zawierają podobny **charakter lub krój pisma**;
- oferty składane przez firmy **lokalne zakładają takie same koszty transportu**, jak te podawane przez przedsiębiorców z odległych miejsc kraju;
- podawane przez oferentów **ceny końcowe lub składowe są identyczne**;

Symptomy przetargowej

II. - etap do ogłoszenia wyników przetargu:

- - interesowanie się przez zwycięzcę **kolejnością miejsc** uczestniczących w przetargu przedsiębiorców i następnie **złożenie rezygnacji**, by umożliwić realizację zamówienia przez firmę, która zajęła miejsce drugie, z wyższą ceną;
- - **nieuzupełnienie** dokumentacji przetargowej oferty zwycięskiej po wezwaniu organizatora przetargu, skutkujące wykluczeniem z przetargu;
- - **rezygnacja** - z niejasnych przyczyn (najczęściej podawanych w sposób bardzo ogólny) - przedsiębiorcy oferującego **najkorzystniejszą cenę przetargu**, bezpośrednio po ujawnieniu zawartości wszystkich ofert.

Symptomy zmowy przetargowej

III. Zachowania po ogłoszeniu wyników przetargu:

- oferent, który zwyciężył w przetargu, **wycofuje się z niego**, a potem okazuje się być jednym z **podwykonawców**.
- udział w dotychczasowych przetargach tych samych firm, przy rzucającej się w **oczy rotacji ofert zwycięskich**;
- niektóre **firmy nigdy nie wygrywają** przetargów, mimo że wciąż składają swoje oferty;
- **spadek cen** ofert składanych przez dotychczasowych oferentów w sytuacji pojawienia się nowego podmiotu na rynku;
- **w przetargu uczestniczą firmy**, które nie są w stanie zrealizować warunków stawianych przez zamawiającego (składanie ofert komplementarnych); dotyczy to głównie przetargów, dla których ważności jest konieczne by wpłynęła **więcej niż jedna oferta**.

Działania zmniejszające ryzyko zakazanych porozumień

NA PODSTAWIE WYTYCZNYCH OECD

- 1. NALEŻY – JAK NAJWCZEŚNIEJ - ZDOBYĆ INFORMACJE NA TEMAT** asortymentu i sytuacji na danym rynku przed rozpoczęciem opracowywania procedury przetargowej
- 2. NALEŻY W TAKI SPOSÓB OPRACOWAĆ PROCEDURĘ PRZETARGOWĄ,** by zwiększyć liczbę potencjalnych oferentów, którzy kierują się zasadą uczciwej konkurencji
- 3. NALEŻY JASNO SPRECYZOWAĆ WYMAGANIA I UNIKAĆ** przewidywalności
- 4. W Polsce akurat działania organizatorów są odwrotne, ustalają bariery w** dostępie do przetargu poprzez stawianie wymagań:
 - wieloletnie doświadczenie
 - obsługa znanych firm
 - wielkość obrotu
 - parametry techniczne produktu , lub warunku usługi z parametryzowaniem pod konkretnego dostawcę

Działania zmniejszające ryzyko zakazanych porozumień

- należy w taki sposób opracować procedurę przetargową, by skutecznie zredukować możliwość porozumiewania się oferentów
- należy dokładnie określić kryteria oceny i wyboru zwycięskiej oferty przetargowej
- należy poinformować personel o występowaniu ryzyka związanego ze znowami przetargowymi (*przeszkolić*)

Działanie zmniejszające ryzyko zmowy przetargowej

UWAGA! Każdy, kto podejrzewa znowę, powinien przedsięwziąć środki ostrożności, tj.:

- 1) nie przedstawiać wątpliwości uczestnikom przetargu, lub uczestnikom przetargu i organizatorowi przetargu, w stosunku do których istnieje podejrzenie znowy;
- 2) zachować wszelkie, nawet mniej znaczące informacje, które mogą stanowić ww. pośrednie dowody znowy;
- 3) **już na wczesnym etapie zgłosić podejrzenie o „ukartowanym” przetargu do UOKiK.**
- 4) ograniczyć krąg osób wiedzących o podejrzeniu znowy i przedsięwziętych krokach.

Art. 24. 1. prawo zam. publ.-z postępowania o udzielenie zamówienia **wyklucza się**

Pkt 20. wykonawcę, który z innymi wykonawcami zawarł porozumienie mające na celu zakłócenie konkurencji między wykonawcami w postępowaniu o udzielenie zamówienia, co zamawiający jest w stanie wykazać za pomocą stosownych środków dowodowych;

Pkt 23. wykonawców, którzy należąc do tej samej grupy kapitałowej, w rozumieniu ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów złożyli odrębne oferty, oferty częściowe lub wnioski o dopuszczenie do udziału w postępowaniu, chyba że wykażą, że istniejące między nimi powiązania nie prowadzą do zakłócenia konkurencji w postępowaniu o udzielenie zamówienia.

Konsorcjum a zмова przetargowa

-wyrok SA 8.06 2016 r

- **Konsorcjum nie jest odrębnym przedsiębiorcą.**
- Nie posiada własnego majątku, nie posiada osobowości prawnej
- **To konsorcjanci zachowują status przedsiębiorcy**
- Konsorcjum może uczestniczyć w przetargu składając jedną ofertę
- **W postępowaniu o naruszenie zakazu porozumień ocena zachowania nie dotyczy konsorcjum tylko poszczególnych uczestników konsorcjum**

Legalne przyczyny utworzenia konsorcjum wg sądu apelacyjnego

- art. 23 ustawy prawo zamówień publicznych zezwala wykonawcom na wspólne ubieganie się o udzielenie zamówienia publicznego
- Umowa konsorcjum jest **umową cywilnoprawną** zawierana na zasadzie swobody umów
- **jest podtypem spółki cywilnej**
- Pojedyncze podmioty nie są zdolne wykonać zamówienia samodzielnie
- Zwiększa efektywność działania przedsiębiorców
- Ich działalność **jest komplementarna**

gdy konsorcjum służy słabszym przedsiębiorcom którzy samodzielnie nie są w stanie pokonać konkurentów

Wyrok Krajowej Izby Odwoławczej z 9 marca 2017

- Orzekła o współpracy **konsorcjum Forst i spółka** w kontekście naruszenia konkurencji poprzez jej wyeliminowanie
- W rozpatrzeniu tej sprawy KIO oparła się na wyroku SA z 8.06 2016 r. sygn. ACa 651/15
- Zamawiający uznał za najkorzystniejszą ofertę złożoną przez konsorcjum **11 firm** na wykonanie prac leśnych na **rzecz Lasy Państwowe Nadleśnictwo Wymiarki**
- Odwołujący zarzucił naruszenia zasady uczciwej konkurencji
- Art. 6, ust. 1 pkt 7. uokik zakazuje porozumień polegające na uzgadnianiu przez przedsiębiorców przystępujących do przetargu lub przez tych przedsiębiorców i przedsiębiorcę będącego organizatorem przetargu warunków składanych ofert, w szczególności zakresu prac lub ceny

Konsorcjum jako zmowa przetargowa

- Konsorcjanci mogą zatem wpływać na wynik przetargu poprzez dokonanie wzajemnych uzgodnień odnośnie do jej warunków w **szczególności ceny , zakresu prac, terytorium, podziału rynku**
- Opis wyroku SA z **8.06 2016** r: porozumienie zawarło *dwóch przedsiębiorców* na lokalnym rynku odbioru i transportu odpadów komunalnych polegające na uzgodnieniu warunków składanych ofert dotyczących zakresu usług i ceny usługi.
- W ramach konsorcjum strony dokonały podziału zasobów mieszkaniowych i podzieliły się obsługą wydzielonych części
- W istocie **nie doszło do współpracy polegającej na uzupełnieniu i wymianie posiadanych zasobów tylko do podziału rynku i utrzymania (zachowaniu) udziałów w rynku.**
- Z dowodów wynikało że, każda ze spółek mogła samodzielnie obsługiwać cały rynek bez zawarcia porozumienia

Wyrok SA z 8 czerwca 2016 r. - konsorcjum

- Zamawiający nie może zakazać złożenia oferty przez konsorcjum
- Po wybraniu oferty stają się jedynym wykonawcą ale nie jednym przedsiębiorcą
- Sąd I Instancji (SOKiK) ,stwierdził, że zastosowanie ustawy antymonopolowej zależy od liczby złożonych ofert i nie dopatrywał się naruszenia ustawy okik i uchylił decyzję Prezesa UOKiK stwierdzającej zawarcie zmowy przetargowej
- Błąd SOKiK, bo gdyby została złożona tylko oferta przez konsorcjum **zastosowanie ustawy byłoby niemożliwe**
- W ten sposób można by **obchodzić** rygor prawny ustawy antymonopolowej i za każdym **razem wyłączyć prawo** konkurencji poprzez złożenie wspólnej oferty
- Byłoby to sprzeczne z interesem publicznym, którym jest ochrona efektywnej konkurencji w tym gwarancja równych szans dostępu do rynku i funkcjonowania na nim

Kryteria ewaluacji praktyki

- Wg SA konsorcja jako porozumienia podobnie jak inne formy umownej kooperacji między przedsiębiorcami są porozumieniami, **których cele i skutki** powinny być oceniane w aspekcie ograniczenia konkurencji.
- Aby konsorcjum było dopuszczalne powinno zawierać prokonkurencyjne efekty co powinno ją różnić od zmów kartelowych
- Konsorcjum będzie **sprzeczne z prawem konkurencji jeśli uczestnicy byliby w stanie samodzielnie** złożyć ofertę z realną szansą na wygranie przetargu.
- Jeśli **mogliby konkurować** a nie robią tego to eliminują konkurencję i gdyby jego uczestnicy w ogóle nie przystąpili do przetargu to konsorcjum nie zostałoby zawiązane.
- W związku z tym SA stwierdził, że decyzja Prezesa UOKiK była prawidłowa, gdyż konsorcjum **miało na celu wyłączenie konkurencji**

Dowody na zawarcie porozumienia

- Oferta została złożona przez dużych graczy
- Uczestnicy oddzielnie **spełniali warunki SIWZ**, byli w stanie samodzielnie wziąć udział w przetargu i złożyć odrębne oferty, a zamówienie **nie zawierało wyśrubowanych** warunków
- Konsorcjanci oddzielnie mieli szanse wygrania przetargu
- Konsorcjanci byli w stanie samodzielnie **wykonać** zadanie określone w przetargu
- Po zawarciu umowy nie doszło do **połączenia potencjałów** konsorcjantów
- Doszło pomiędzy nimi **do d podziału zamówienia** w zakresie jego wykonania
- W kontekście wyroku SA **KIO** w sprawie **konsorcjum 11 firm na wykonanie prac leśnych** stwierdziła, że odwołujący nie wykazali, że konsorcjanci **mieli samodzielnie szanse** na wygranie przetargu ze względu na zakres usług i ich potencjał oraz ich zaangażowanie w innych zamówieniach.

Dowody ekonomiczne w postępowaniach kartelowych

Istotnym krokiem w rozwoju skutecznej polityki kartelowej była adaptacja w procedurze kartelowej:

- **dowodów pośrednich**, głównie ekonomicznych do potwierdzenia, iż przedsiębiorstwa uczestniczą w nielegalnym porozumieniu,
- **holistycznego podejścia** do ich oceny, czyli rozpatrywanie ich nie rozłącznie, indywidualnie tylko kumulatywnie.

2. Paralelne zachowania jako dowód ekonomiczny:

- identyczne lub prawie identyczne ceny, redukcja zdolności produkcyjnych, takie same formy sprzedaży, nadmiernie wysoki zysk, stabilne udziały w rynku.

3. Inne dowody ekonomiczne. Struktura rynku, koncentracja bariery, wejścia, standaryzowany produkt, wysoki poziom kosztów stałych, oraz tzw. **praktyki ułatwiające**, komunikacji cenowej (praktyka lidera cenowego), czy wymiana informacji kosztowo-cenowych

Podejście holistyczne

2. Holistyczne podejście

- zmienia niejednoznaczność dowodów indywidualnych ,
- można poznać, czy zachowanie przedsiębiorstw jest zgodne z **modelami ekonomicznymi**, które opisują:
 - a) niezależne, indywidualne zachowania przedsiębiorstw,
 - b) czy też z tymi modelami ekonomicznymi, które opisują zachowania skoordynowane, będące rezultatem wcześniej, zawartego porozumienia,
 - c) **czy skutkiem inteligentnego naśladowania lidera rynku.**

3. W większości przypadków istnienie praktyki lub porozumienia antykonkurencyjnego musi być wywnioskowane na podstawie szeregu zbieżnych *okoliczności lub przesłanek, które rozpatrywane łącznie mogą stanowić, w braku innego możliwego wytłumaczenia, dowód naruszenia reguł konkurencji* (stanowisko **Trybunału Sprawiedliwości** w sprawie Knauf Gips - 2010).

Rozszerzony krąg zakazanych porozumień kartelowych na podstawie analizy spraw antymonopolowych

- 1. Wymiana pomiędzy konkurentami informacji cenowo – kosztowych** (samoistne porozumienie kartelowe), pozwalająca stronom dojść do tego samego poziomu cen.
- 2. Kartel marketingowy**, czyli uzgadnianie zachowań marketingowych, który poprzez izolację swoich nabywców od informacji marketingowych (wstrzymanie się od reklamy, targów, wystaw, promocji) pozwala ustalać ceny własnych produktów na wyższym poziomie (stosowany przy produktach bardziej zróżnicowanych).

Ocena karteli w polityce konkurencji UE

Doskonale funkcjonujący kartel, nawet, jeśli nie skupia wszystkich firm w danej gałęzi, doprowadza do takich samych co monopol rynkowych rezultatów, czyli do podobnego stopnia **nieefektywności alokacyjnej** i produkcyjnej oraz **nieefektywności wewnętrznej**.

2. Na rynku wewnętrznym **Unii Europejskiej** kartele poprzez tworzenie sztucznych barier rozrywają też jego integralność, utrudniając tym samym swobodny przepływ towarów między państwami członkowskim.
3. Działalność karteli ogranicza penetrację rynków państw członkowskich poprzez mające konkurować przedsiębiorstwa oraz w sposób istotny ogranicza wzajemne przenikanie rynków narodowych.

Skutek przyjęcia koncepcji jednego celu pol. konkurencji: dobrobyt konsumenta

Wprowadzenie do analizy antymonopolowej rozważań opartych na analizie efektywnościowej.

2. Szukanie odpowiedzi w sprawach antymonopolowych w teorii ekonomii.
3. Kierowanie się kryterium skutku z punktu widzenia korzyści i strat dla konsumentów.
4. Komisja w związku z tym stoi obecnie na stanowisku, że porozumienia zawierane pomiędzy przedsiębiorstwami **nawet horyzontalne (zakupowe)**, ze względu na małą siłę rynkową nie zakłócają procesów konkurencji (wyłączone: art. 101 ust.3).
5. Reguła siły rynkowej nie wyłącza spod zakazu kartelu natomiast ze względu na cel lub skutki porozumień „**twardymi porozumieniami kartelowymi**”.
6. Kartele w świetle prawa kartelowego oceniane są według reguły ***per se illegal***.

Wyodrębnienie się polityki kartelowej jako polityki odrębnej

1. Na przestrzeni lat polityka kartelowa Unii Europejskiej wyraźnie wyodrębniła się od polityki w sprawie porozumień wertykalnych.
2. Polityka porozumień wertykalnych jest głównie kształtowana prawem wtórnym a kartelowa pierwotnym.
- 3. Nazwa polityka kartelowa jest obecnie zawężona do porozumień horyzontalnych obejmujących ustalanie cen, podział rynku, ustalanie wielkości produkcji, alokację klientów,**
4. Zwalczanie karteli stało się priorytetowym celem Polityki konkurencji UE.

Polityka konkurencji jako najważniejszy czynnik destabilizacji i upadku karteli

Stały rozwój orzecznictwa kartelowego, który pozwolił na objęcie zakazem prawa kartelowego bardziej wyszukanych i sekretnych form współpracy konkurentów, kwalifikowanych jako uzgodnione praktyki lub decyzje związków przedsiębiorstw, oraz przedsiębiorstw niebędących bezpośrednio sprawcami tylko współnikami.

- 2. Stały rozwój orzecznictwa, który poszerzył krąg przedsiębiorstw odpowiedzialnych za udział w kartelu,**
3. Stanowcze egzekwowane prawa kartelowego przez Komisję,
4. Dopuszczenie dowodów pośrednich o charakterze ekonomicznym oraz holistycznej metody ich oceny, który sprawił, że aktualnie nawet kartele działające w głębokim ukryciu i zacierające bezpośrednie dowody współpracy nie mogą czuć się bezpieczne, że nie zostanie im udowodnione naruszenia prawa kartelowego

Czynniki podnoszące skuteczność prawa kartelowego

5. Wprowadzenie (*Leniency program*) instrumentu łagodzenia kar, poprawiającego wykrywalność porozumień kartelowych i wzmacniającego sferę dowodową w zakresie wymagań prawnych.
6. Wprowadzenie instytucji ugodowej skracającej czas trwania postępowań kartelowych i ułatwiającej Komisji udowodnienie przedsiębiorstwom winy udziału w nielegalnym kartelu.

W Polsce jest to instytucja **dobrowolnego poddania się karze**

5. Nakładanie na przedsiębiorstwa uczestniczące w pracach kartelu **bardzo wysokich kar pieniężnych**, pełniących nie tylko funkcję represyjną, ale także środka odstraszenia.
6. Przeznaczenie do walki z kartelami większych środków i zasobów kadrowych, mających zwiększyć ich wykrywalność. Postęp Komisji w zakresie wykrywalności karteli stanowi dodatkowe wzmocnienie środka odstraszenia od angażowania się przedsiębiorstw w działalność kartelową.
7. **Współpraca międzynarodowa** Komisji z organami antymonopolowymi państw spoza Unii Europejskiej w walce z kartelami międzynarodowymi.

Współczesna stabilność działania karteli – upadek karteli

1. Sprawna organizacja wewnętrzna i zarządzanie.
2. Ograniczyły działanie wewnętrznych czynników destabilizacji.
3. Wewnętrzną równowagę zapewnia skuteczny monitoring , mechanizm. koordynacji zachowań i komunikowania się, system rekompensat jako środek przeciwko oszukiwaniu.
4. Bez władczej zewnętrznej interwencji KE kartele mogłyby trwać na rynku UE znacznie dłużej

Polityka kija i marchewki – leniency program i surowość kar

1. Analiza przypadków porozumień kartelowych z pierwszej dekady XXI w. pokazuje, iż najczęstszą przyczyną rozpoczynającą ich upadek, było ujawnienie tej działalności Komisji przez jedną ze stron porozumienia, w zamian za zwolnienie z kary w ramach programu leniency.
2. Oznacza to, iż czynnik odstraszenia, na skutek wzrostu wysokości nakładania kar pieniężnych zaczął przynosi oczekiwane rezultaty

Ekonomizacja postępowań kartelowych

1. Uwzględnianie dowodów ekonomicznych (dowody pośrednie) w dowiedzeniu firmom uczestniczenia w zмовie kartelowej wzmocnione dowodem komunikowania się.
2. **Akceptacja holistycznego** podejścia do oceny zgromadzonych dowodów, tzn., że przy braku dowodów bezpośrednich istnienie porozumienia może zostać wywnioskowane na **podstawie szeregu zbieżnych okoliczności lub przesłanek, które łącznie, przy braku innego wiarygodnego wyjaśnienia, tworzą dowód naruszenia reguł konkurencji.** Rekonstrukcja pojedynczych faktów i zdarzeń w całość.
2. Komisja i organy sądowe UE sięgają teorii oligopolu jak np. do modelu lidera cenowego, modelu zachowań paralelnych, gry uzgodnionej i warunków gry konkurencyjnej,
3. Jak przedsiębiorstwa oligopolistyczne zmierzają do **maksymalizacji łącznego zysku poprzez unikanie konkurencji, opisané w modelach teoretycznych oligopolu, są wzorcem** odniesienia dla oceny konkretnych przypadków analizowanych porozumień

Współpraca międzynarodowa KE w walce z kartelami

1. Istnieje pełna zbieżność co do oceny prawnej i ekonomicznej porozumień kartelowych.
2. Podjęta została współpraca bilateralna Komisji z innymi państwami, głównie USA. .
3. Współpraca między państwami Unii odbywa się w ramach ECN, utworzonej w 2004

Program leniency w polskiej ustawie

- **Art. 113a.**

1. Przedsiębiorca, który zawarł porozumienie, o którym mowa w art. 6 ust. 1 ustawy lub w art. 101 TFUE, może złożyć do Prezesa Urzędu wnioszek o odstąpienie od wymierzenia kary pieniężnej lub jej obniżenie,

Leniency

2. Wniosek zawiera opis porozumienia wskazujący w szczególności:

- 1) przedsiębiorców, którzy zawarli porozumienie;
- 2) produkty lub usługi, których dotyczy porozumienie;
- 3) terytorium objęte porozumieniem;
- 4) cel porozumienia;
- 5) okoliczności zawarcia porozumienia;
- 6) okoliczności i sposób funkcjonowania porozumienia;
- 7) czas trwania porozumienia;
- 8) rolę poszczególnych przedsiębiorców uczestniczących w porozumieniu;
- 9) imiona, nazwiska i stanowiska służbowe osób pełniących w porozumieniu znaczącą rolę wraz z jej opisem;

Leniency

3. Wnioskodawca jest obowiązany współpracować z Prezesem Urzędu w pełnym zakresie od złożenia wniosku, w szczególności:

- 1) z własnej inicjatywy i na żądanie Prezesa Urzędu dostarczać niezwłocznie wszelkie dowody lub informacje dotyczące porozumienia, którymi dysponuje albo którymi może dysponować, mające istotne znaczenie dla sprawy;
- 2) nie utrudniać złożenia wyjaśnień przez osoby zatrudnione przez przedsiębiorcę oraz osoby pełniące funkcję kierowniczą lub wchodzące w skład organu zarządzającego przedsiębiorcy;
- 3) nie niszczyć, nie fałszować, nie zatajać dowodów lub informacji związanych ze sprawą;
- 4) nie ujawniać faktu złożenia wniosku bez zgody Prezesa Urzędu.

4. Wnioskodawca, który nie zaprzestał uczestnictwa w porozumieniu przed **złożeniem wniosku, jest obowiązany zaprzestać tego uczestnictwa niezwłocznie po złożeniu wniosku.**

Zwolnienie z kary -całkowite

- **Art. 113b.** Prezes Urzędu **odstępuje od nałożenia kary pieniężnej, o** której mowa w art. 106 ust. 1 pkt 1 lub 2, na przedsiębiorcę, który zawarł porozumienie, o którym mowa w art. 6 ust. 1 ustawy lub w art. 101 TFUE, w przypadku gdy przedsiębiorca ten łącznie:
 - 1) jako pierwszy z uczestników porozumienia złożył wniosek zgodny z wymogami, określonymi w art. 113a ust. 2 oraz spełnił warunki określone w art. 113a ust. 3, 5 i 6;
 - 2) przedstawił:
 - a) dowód wystarczający do wszczęcia postępowania antymonopolowego lub informacje umożliwiające Prezesowi Urzędu uzyskanie takiego dowodu, albo
 - b) jeżeli wniosek został złożony po wszczęciu postępowania **antymonopolowego - dowód, który w istotny sposób przyczyni się do wydania decyzji, o której** mowa w art. 10, lub na żądanie Prezesa Urzędu przedstawił informacje umożliwiające uzyskanie takiego dowodu - o ile Prezes Urzędu nie posiadał w tym czasie tych informacji lub dowodów;
 - 3) **nie nakłaniał innych przedsiębiorców do uczestnictwa w porozumieniu – nie był inicjatorem.**

Częściowe zwolnienie z kary

Art. 113c. 1. W przypadku gdy przedsiębiorca, który zawarł porozumienie, o którym mowa w art. 6 ust. 1 ustawy lub w art. 101 TFUE, **nie spełnia łącznie warunków**, o których mowa w art. 113b, Prezes Urzędu obniża karę pieniężną nakładaną na tego przedsiębiorcę, jeżeli przedsiębiorca ten łącznie:

- 1) złożył wniosek zgodny z wymogami określonymi w art. 113a ust. 2;
 - 2) spełnił warunki określone w art. 113a ust. 3, 5 i 6;
 - 3) przedstawił dowód mający istotne znaczenie dla rozpatrywanej sprawy, którego Prezes Urzędu nie posiadał.
2. W przypadku, o którym mowa w ust. 1, Prezes Urzędu nakłada karę pieniężną obniżoną o:
- 1) **30-50% w** stosunku do wysokości kary, jaka zostałaby nałożona na przedsiębiorcę, gdyby nie złożył wniosku - na przedsiębiorcę, który jako pierwszy spełnił warunki, o których mowa w ust. 1;
 - 2) **20-30%** w stosunku do wysokości kary, jaka zostałaby nałożona na przedsiębiorcę, gdyby nie złożył wniosku - na przedsiębiorcę, który jako drugi spełnił warunki, o których mowa w ust. 1;
 - 3) **maksymalnie 20%** w stosunku do wysokości kary, jaka zostałaby nałożona na przedsiębiorcę, gdyby nie złożył wniosku - na pozostałych przedsiębiorców, którzy spełnili warunki, o których mowa w ust. 1.

Leniency bis

Art. 113d. 1. W przypadku gdy przedsiębiorca, o którym mowa w art. 113c ust. 1, przed wydaniem decyzji w sprawie, w której złożył wniosek, jako pierwszy z uczestników innego porozumienia, w sprawie którego nie zostało wszczęte postępowanie antymonopolowe lub wyjaśniające, złożył również wniosek dotyczący tego innego porozumienia i przedstawił Prezesowi Urzędu dowód lub informacje, o których mowa w art. 113b pkt 2 lit. a, Prezes Urzędu w sprawie, w której został złożony:

- 1) **pierwszy wniosek** - obniża wysokość kary pieniężnej nakładanej na tego przedsiębiorcę, o której mowa w art. 113c ust. 2, **o 30% (dodatkowo)**;
- 2) **wniosek dotyczący innego porozumienia** - **odstępuje od** nałożenia na tego przedsiębiorcę kary pieniężnej, o której mowa w art. 106 ust. 1 pkt 1 lub 2, jeżeli spełnił on łącznie warunki, o których mowa w art. 113b.

2. W przypadku złożenia wniosku, o którym mowa w art. 113e, dotyczącego innego porozumienia, o którym mowa w ust. 1 pkt 2, Prezes Urzędu obniża wysokość kary pieniężnej nakładanej na przedsiębiorcę w sprawie, w której został złożony pierwszy wniosek, o którym mowa w ust. 1 pkt 1, jeżeli brakujące informacje lub dowody zostały uzupełnione w terminie, o którym mowa w art. 113e ust. 2.

- Przepisy te odpowiednio **stosuje się także do osób** zarządzających

Dobrowolne poddanie się karze art. 89a uokik

- Przed zakończeniem postępowania antymonopolowego Prezes UOKiK może wystąpić z urzędu lub na wniosek strony, do wszystkich stron z propozycją przystąpienia **do procedury dobrowolnego poddania się karze pieniężnej** jeżeli uzna że przyspieszy to zakończenie postępowania
- W przypadku zastosowania tej procedury wysokość kary pieniężnej może zostać **obniżona o 10%** w stosunku do kary która zostałaby nałożona
- Ostateczne stanowisko zawiera oświadczenie strony o dobrowolnym poddaniu się karze pieniężnej oraz potwierdzeniu wysokości kary zaakceptowanej przez stronę i o poinformowaniu o zarzucanych jej naruszeniach i skutkach wniesieniu odwołania.
- W UE jest to postępowanie ugodowe, w którym strony przyznają **się do udziału w kartelu co ma przyspieszyć** zakończenie postępowania.

ustawa z 21.04. 2017 o roszczeniach o naprawienie szkody wyrządzonej przez naruszenie prawa konkurencji

- Ustawa określa zasady odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez naruszenie prawa konkurencji oraz roszczeń o naprawienie szkody wyrządzonej przez naruszenie prawa konkurencji (kartele w prawie cywilnym) – komukolwiek
- Termin przedawnienia wynosi 5 lat – od dnia zaprzestania praktyk lub wszczęcia Przez Prezesa UOKiK, Komisję wszczęcia postępowania lub orana państwa Członkowskiego
- Sprawy te należą do właściwości sądu okręgowego
- W przypadku kartelu członkowie kartelu ponoszą **solidarną odpowiedzialność** za całą szkodę.
- Współsprawca ma prawo uzyskania od innych **nadwyżki**, jeśli zapłacił on więcej niż przypadająca na nie go część
- Decyzje w zakresie takiej części i kryteriów jej wyznaczania podejmuje sąd
- Z takim powództwem może wystąpić każdy, konsument, przedsiębiorca, instytucje publiczne