



URZĄD OCHRONY KONKURENCJI I KONSUMENTÓW

Prawo konkurencji

Podstawowe pojęcia



Publikacja przygotowana dzięki wsparciu finansowemu Unii Europejskiej



URZĄD OCHRONY KONKURENCJI I KONSUMENTÓW

Prawo konkurencji

Podstawowe pojęcia

Warszawa 2007



Publikacja jest współfinansowana z funduszy Unii Europejskiej oraz Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów w ramach projektu Transition Facility 2004/016-829.02.03 „Ochrona konkurencji”, nr ref.: 2004/016-829.02.03.03/P2 – Część 3

Opracowanie:

Marta SENDROWICZ, Małgorzata SZWAJ



URZĄD OCHRONY KONKURENCJI I KONSUMENTÓW

Plac Powstańców Warszawy 1

00-950 Warszawa

tel. (22) 556 08 00

e-mail: uokik@uokik.gov.pl

www.uokik.gov.pl

© Copyright by Urząd Ochrony Konkurencji i Konsumentów

Warszawa 2007

Nakład 4000 egz.



Wykonawca Projektu:

CENTRUM SZKOLEŃ I EKSPERTYZ EUROPEJSKICH Sp. z o.o.

ul. Mazowiecka 13, 00-052 Warszawa

tel. (22) 826 10 47, 827 07 72

fax. (22) 826 69 91

e-mail: csee@csee.pl

www.csee.pl

Opracowanie graficzne i druk:

Pracownia C&C

Za treść niniejszej publikacji odpowiada wyłącznie Urząd Ochrony Konkurencji i Konsumentów i w żadnym razie nie można jej uważać za odzwierciedlenie poglądów Unii Europejskiej.

SPIIS TREŚCI

WSTĘP	4
HASŁA PODSTAWOWE	5
FUZJE I PRZEJĘCIA	11
KARTELE	15
POZYCJA DOMINUJĄCA	22
INDEKS	27

WSTĘP

Mając na celu upowszechnienie wiedzy na temat prawa konkurencji, pragniemy przekazać Czytelnikowi publikację zawierającą wyjaśnienie kluczowych w prawie konkurencji terminów. Przedstawienie tych kilkudziesięciu definicji jest uzasadnione, gdyż język prawa konkurencji w istocie jest dość trudny i rządzi się własnymi regułami interpretacyjnymi. Ma to dwojakiego rodzaju konsekwencje. Po pierwsze, w potocznym rozumieniu, z prawem konkurencji kojarzone są terminy, które tak naprawdę nie mają nic wspólnego z tą dziedziną prawa. Doskonałym przykładem jest posługiwanie się zwrotem *cena dumpingowa* w sytuacjach, gdy omawiana jest sprawa z zakresu stosowania cen rażąco niskich. Po drugie, używając pojęć dotyczących przepisów prawa konkurencji, należy mieć na względzie, iż wiele z nich dotyczy szczególnych działów tego prawa, a więc wymaga najpierw rozeznania z jakiego rodzaju sprawą mamy do czynienia. Modelowo wyróżnia się trzy rodzaje takich dziedzin:

- kartele, a więc – w szerokim znaczeniu – wszelkiego rodzaju porozumienia, które mają na celu ograniczanie konkurencji,
- nadużywanie pozycji dominującej,
- kontrola fuzji przedsiębiorców.

Dlatego też podczas opracowania tej publikacji terminy w niej zebrane pogrupowane zostały w rozdziały odpowiadające powyższym dziedzinom. Poprzedza je natomiast rozdział, który przedstawia tzw. hasła podstawowe. Są to pojęcia, które stanowią „bazę” do rozumienia i poprawnego stosowania terminów omówionych w kolejnych rozdziałach. Na przykład przedstawiony w części zawierającej hasła podstawowe termin *decyzja Prezesa UOKiK* jest często używany w rozdziałach o kartelach, nadużywaniu pozycji dominującej i fuzjach przedsiębiorców. Dlatego też wyjaśniony został w pierwszej części broszury. Podobne założenie przyjęte zostało w przypadkach, gdy wyjaśnienie danego terminu wymagało posłużenia się innym pojęciem opisanym w broszurze. W sytuacjach tego rodzaju wskazuje się, aby Czytelnik sprawdził również definicję tego dodatkowego pojęcia. Na przykład w omówieniu terminu *nadużycie pozycji dominującej* konieczne jest odwołanie się do terminu *pozycja dominująca*. Dla ułatwienia, pod koniec opisu pojęcia *nadużycie pozycji dominującej* znajduje się wskazówka „zob. też *pozycja dominująca*”.

Mamy nadzieję, że posługiwanie się niniejszą publikacją ułatwi Czytelnikowi zrozumienie prawa konkurencji.

Urząd Ochrony Konkurencji i Konsumentów

HASŁA PODSTAWOWE

decyzja Prezesa UOKiK – rozstrzygnięcie kończące postępowanie antymonopolowe w sprawach praktyk ograniczających konkurencję oraz zgłoszonych koncentracji (fuzji, przejęć etc.). Jeśli Prezes UOKiK stwierdzi naruszenie prawa konkurencji, nakazuje zaniechanie stosowania określonej praktyki oraz może wymierzyć karę pieniężną. Od decyzji Prezesa UOKiK przysługuje odwołanie do Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów, a następnie apelacja do Sądu Apelacyjnego. Zob. też *praktyki ograniczające konkurencję, decyzja Prezesa UOKiK w sprawie koncentracji, kara pieniężna*.

Europejska Sieć Konkurencji – (ang. *European Competition Network* – ECN) sieć, w ramach której współpracują Komisja Europejska oraz urzędy ochrony konkurencji wszystkich państw członkowskich UE, w tym Prezes UOKiK. Stanowi platformę wymiany informacji i współpracy w sprawach, w których stosowane są wspólnotowe przepisy prawa konkurencji. Ma zapewnić właściwy podział kompetencji pomiędzy poszczególnymi urzędami oraz skuteczne i jednolite stosowanie wspólnotowego prawa konkurencji. Współpraca odbywa się poprzez przekazywanie informacji o nowych sprawach i planowanych decyzjach, koordynację w ramach prowadzonych postępowań, udzielanie pomocy w prowadzonych postępowaniach, wymianę dowodów i innych informacji oraz prowadzenie dyskusji we wspólnym interesie. Przepisy regulujące funkcjonowanie ECN zawarte są w Rozporządzeniu 1/2003 oraz Wytycznych Komisji o współpracy w ramach Europejskiej Sieci Konkurencji. Zob. też *Traktat WE, Rozporządzenie 1/2003, art. 81 Traktatu WE, art. 82 Traktatu WE*.

Europejski Trybunał Sprawiedliwości (ETS) – najwyższy organ sądowy Unii Europejskiej. Jego głównym zadaniem jest kontrola legalności wspólnotowych aktów prawnych oraz zapewnienie jednolitej interpretacji i stosowania prawa wspólnotowego. W skład ETS wchodzi obecnie 27 sędziów oraz 8 rzeczników generalnych, wybieranych przez

rządy państw członkowskich na sześcioletnie kadencje. Rzecznicy generalni to urzędnicy ETS, których zadaniem jest przedstawienie obiektywnej i fachowej opinii prawnej w sprawie rozpatrywanej przez Trybunał. ETS, jako sąd drugiej instancji, jest właściwy do rozpatrywania i podejmowania ostatecznych decyzji m.in. w sprawach dotyczących naruszeń wspólnotowego prawa konkurencji. Pierwszym polskim sędzią w składzie ETS jest prof. Jerzy Makarczyk. Zob. też *Sąd Pierwszej Instancji*.

gmina – podstawowa jednostka samorządu terytorialnego w Polsce, będąca reprezentacją wspólnoty mieszkańców zamieszkałych na jej terytorium. Jeśli gmina świadczy – samodzielnie lub za pośrednictwem spółek komunalnych, które kontroluje – usługi użyteczności publicznej, w świetle prawa konkurencji traktowana jest jak przedsiębiorca. Usługami użyteczności publicznej są usługi, których celem jest zaspokajanie zbiorowych potrzeb mieszkańców, takie jak dostawy wody, usuwanie i oczyszczanie ścieków czy transport. Prezes UOKiK wkracza w działalność gospodarczą gmin m.in. wówczas, gdy gmina stosuje praktyki ograniczające konkurencję. Zob. też *przedsiębiorca, kontrola, praktyki ograniczające konkurencję*.

interes publiczny – interes dotyczący ogółu, dotykający szerokiego kręgu uczestników rynku, a nie jednostki czy grupy. Ustawa o ochronie konkurencji i konsumentów ma zastosowanie jedynie wówczas, gdy zagrożony jest interes publiczny. Stwierdzenie, że skutkami działań sprzecznych z ustawą dotknięty jest szerszy krąg uczestników rynku (a nie indywidualny przedsiębiorca), jest warunkiem koniecznym do prowadzenia postępowania i wydania decyzji przez Prezesa UOKiK. Zob. też *ustawa o ochronie konkurencji i konsumentów*.

kara pieniężna – sankcja stosowana przez urząd ochrony konkurencji za naruszenie krajowego i/lub wspólnotowego prawa konkurencji. Prezes UOKiK może nałożyć karę pieniężną w wysokości do 10%

przychodu osiągniętego przez przedsiębiorcę w poprzednim roku rozliczeniowym m.in. za stosowanie praktyk ograniczających konkurencję oraz dokonanie koncentracji bez wymaganej zgody. Prezes UOKiK nakłada również karę w wysokości do 50 milionów euro za udzielanie nieprawdziwych informacji lub brak współdziałania w trakcie kontroli. Ponadto Prezes UOKiK może nakładać kary pieniężne w celu przymuszenia przedsiębiorców, do których adresowane są jego decyzje lub postanowienia, do ich wykonania. Jedną z najwyższych kar Prezesa UOKiK to ponad 41 milionów zł nałożone na PGNiG za nadużywanie pozycji dominującej na rynku poprzez utrudnianie dostępu do infrastruktury technicznej. Również Komisja Europejska uprawniona jest do nakładania kar pieniężnych m.in. za stosowanie praktyk ograniczających konkurencję. Wysokość kary może stanowić do 10% obrotu osiągniętego w poprzednim roku obrotowym przez grupę kapitałową, do której należy przedsiębiorca dopuszczający się naruszenia. Jedną z najwyższych kar nałożonych przez Komisję Europejską na przedsiębiorcę to 479,67 milionów euro – tak ukarano spółkę Thyssen/Krupp w 2007 r. za uczestniczenie w kartelu producentów dźwigów i schodów ruchomych (łącznie kara nałożona na uczestników kartelu to 992,31 milionów euro). Zob. też *organ ochrony konkurencji, praktyki ograniczające konkurencję, kartel*.

Komisja Europejska – Komisja Europejska jest organem wykonawczym Unii Europejskiej odpowiedzialnym za bieżącą politykę Unii. Termin ten oznacza zespół 27 osób, członków Komisji zwanych komisarzami powołanych do kierowania tą instytucją i podejmowania decyzji. Każde państwo wchodzące w skład Unii ma jednego przedstawiciela. W drugim znaczeniu Komisja to instytucja wraz z jej personelem. Urzędnicy Komisji pracują w departamentach zwanych „dyrekcjami generalnymi” (DG) lub „służbami”. Każda z DG odpowiada za konkretny obszar polityki i jest kierowana przez dyrektora generalnego, który odpowiada przed jednym z komisarzy.

W obszarze polityki konkurencji Komisja Europejska jest uprawniona do stosowania wspólnotowych prze-

pisów prawa konkurencji zawartych w Traktacie WE oraz w innych przepisach wspólnotowego prawa konkurencji. W tym znaczeniu Komisja Europejska jest organem ochrony konkurencji. Obecnie Komisarzem ds. Konkurencji jest Neelie Kroes, której podlega Dyrekcja Generalna ds. Konkurencji kierowana przez Philipa Lowe. Zob. też *organ ochrony konkurencji*.

koncentracja – połączenie całego lub części potencjału ekonomicznego dwóch lub więcej wcześniej niezależnych od siebie przedsiębiorców w celu wspólnej realizacji określonych przedsięwzięć gospodarczych.

Koncentracja może przybierać różnorodne formy, jak np. połączenie, przejęcie kontroli nad całym lub częścią innego przedsiębiorcy czy też utworzenie wspólnego podmiotu przez dwóch lub więcej niezależnych dotąd przedsiębiorców. W przypadku, gdy koncentracja przekracza progi zgłoszeniowe określone w ustawie o ochronie konkurencji i konsumentów lub w Rozporządzeniu 139/2004, może podlegać zgłoszeniu odpowiednio Prezesowi UOKiK, Komisji Europejskiej lub innemu krajowemu urzędowi ochrony konkurencji. Zob. też *próg zgłoszeniowy, Rozporządzenie 139/2004, ustawa o ochronie konkurencji i konsumentów*.

konkurencja – współzawodnictwo niezależnie działających przedsiębiorców zmierzających do osiągnięcia podobnych celów gospodarczych.

konkurenci – przedsiębiorcy, którzy obecnie lub potencjalnie wprowadzają albo nabywają, w tym samym czasie, towary na rynku właściwym. Zob. też *towar, rynek właściwy*.

konsument – osoba fizyczna dokonująca czynności prawnej niezwiązanej bezpośrednio z jej działalnością gospodarczą lub zawodową, czyli np. osoba dokonująca zakupu sprzętu AGD na swój „prywatny”, domowy użytek.

liberalizacja – proces wprowadzania mechanizmu konkurencji do sektorów gospodarki, które zazwyczaj funkcjonowały dotychczas jako monopole. Do sektorów liberalizowanych w ostatnich latach zali-

czyć można telekomunikację, sektor energetyczny (gaz ziemny i energia elektryczna), a także transport i pocztę. Oprócz urzędów ochrony konkurencji, zachowania przedsiębiorców działających w tych sektorach nadzorowane są przez powołane specjalnie w tym celu tzw. organy regulacyjne (w Polsce np. Urząd Komunikacji Elektronicznej, Urząd Regulacji Energetyki i Urząd Transportu Kolejowego).

monopol – sytuacja, w której na rynku funkcjonuje tylko jeden przedsiębiorca oferujący dane towary, dzięki czemu może on arbitralnie wpływać na zmiany wielkości produkcji lub cen, nie narażając się przy tym na znaczące straty. W efekcie pobiera on tzw. rentę monopolową tzn. ceny płacone przez jego kontrahentów lub konsumentów są wyższe od cen, które zapłaciłby, gdyby na rynku funkcjonowało kilku konkurujących ze sobą przedsiębiorców. Monopol może być skutkiem przyjętych rozwiązań prawnych (monopol prawny – np. Poczta Polska ma ustawowo zagwarantowany monopol na doręczanie przesyłek o masie do 50 g) lub też istniejącej sytuacji faktycznej. Wówczas ze względów technicznych jedno przedsiębiorstwo funkcjonujące na rynku może prowadzić działalność bardziej efektywną niż dwóch lub więcej konkurujących ze sobą przedsiębiorców (tj. w warunkach monopolu naturalnego, np. utrzymanie i eksploatacja sieci elektroenergetycznej lub gazowej czy usługi wodno-kanalizacyjne na danym obszarze). Zob. też *oligopol*, *nadużycie pozycji dominującej*.

niezapowiedziana kontrola – kontrola przeprowadzana u przedsiębiorcy przez urząd ochrony konkurencji zmierzająca do ustalenia istnienia dowodów na działalność niezgodną z prawem konkurencji. Kontrola przeprowadzana jest na podstawie upoważnienia Prezesa UOKiK. Może być również przeprowadzona na podstawie postanowienia Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów lub decyzji Komisji Europejskiej. Wówczas przyjmuje formę przeszukania, w trakcie którego przedstawicielom organów ochrony konkurencji może towarzyszyć policja. Przeszukanie może być przeprowadzone również w pomieszczeniach prywatnych, łącznie z lokalami mieszkalnymi i środkami transportu

kontrolowanego (wówczas przeszukanie prowadzone jest przez funkcjonariuszy policji, którym towarzyszą urzędnicy Komisji lub UOKiK). Kontrolujący mają m.in. prawo zabezpieczać akta, księgi, wszelkiego rodzaju dokumenty oraz inne nośniki informacji, żądać wydania dokumentów (lub ich poszukiwać w przypadku przeszukania) oraz je przeglądać, zabierać kopie lub oryginały dokumentów, prosić o wyjaśnienia treści każdego dokumentu lub faktu, który pozostaje w związku z zakresem kontroli. Ograniczenie dostępu organu ochrony konkurencji do informacji i dokumentów podczas niezapowiedzianej kontroli wynika z jej zakresu oraz ochrony tajemnicy korespondencji pomiędzy przedsiębiorcą a prawnikiem. Prezes UOKiK może również przeprowadzić kontrolę, w tym dokonać przeszukania, na wniosek Komisji Europejskiej lub innego krajowego urzędu ochrony konkurencji. Zob. też *doktryna legal privilege*.

oligopol – sytuacja na rynku, w której funkcjonuje niewielka liczba (zazwyczaj od 3 do 5) konkurujących przedsiębiorców posiadających relatywnie wysokie udziały rynkowe. Przykładem oligopolu jest sytuacja na rynku potocznie nazywanym rynkiem telefonii komórkowej, na którym funkcjonuje obecnie czterech graczy – operatorów sieci Orange, Plus GSM, Era oraz Play. Zob. też *monopol*.

organ ochrony konkurencji – urząd właściwy w sprawach antymonopolowych odpowiedzialny za kształtowanie polityki oraz kontrolę przestrzegania prawa konkurencji. W Polsce organem tym jest Prezes UOKiK, który uprawniony jest do stosowania przepisów ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów oraz art. 81 i 82 Traktatu WE. Na szczeblu europejskim organem ochrony konkurencji jest Komisja Europejska. Zob. też *Prezes UOKiK*, *Komisja Europejska*, *Traktat WE*.

porozumienie – wszelkie formy uzgodnień zawieranych pomiędzy przedsiębiorcami zarówno w formie wiążących umów sporządzonych na piśmie, jak i nieformalnych ustnych uzgodnień (tzw. *gentleman's agreements*). Różnego typu porozumienia stosowane są powszechnie w obrocie gospodar-

czym i służą uzyskaniu różnorodnych celów ekonomicznych (np. dystrybucyjne, czyli porozumienia zawierane przez przedsiębiorców działających na różnych szczeblach obrotu mające na celu prowadzenie odsprzedaży danych produktów). Zob. też *porozumienia dystrybucyjne, porozumienia bagatelne (doktryna de-minimis), porozumienia horyzontalne (poziome), porozumienia ograniczające konkurencję, porozumienia wertykalne (pionowe)*.

postępowanie antymonopolowe – podstawowy instrument sprawowania przez Prezesa UOKiK kontroli przestrzegania prawa konkurencji. W sprawach praktyk ograniczających konkurencję postępowanie antymonopolowe prowadzone jest z urzędu, a w sprawach koncentracji na wniosek przedsiębiorcy zobowiązanego do dokonania zgłoszenia. Jeśli przedsiębiorca tego obowiązku nie wykona, Prezes UOKiK może również z urzędu wsząć postępowanie w sprawie koncentracji. Postępowanie antymonopolowe w sprawach praktyk ograniczających konkurencję powinno trwać nie dłużej niż 5 miesięcy, zaś postępowanie w sprawie koncentracji nie dłużej niż 2 miesiące. Postępowanie antymonopolowe może zostać poprzedzone postępowaniem wyjaśniającym. Zob. też *postępowanie wyjaśniające, postępowanie w sprawie koncentracji, praktyki ograniczające konkurencję*.

postępowanie wyjaśniające – postępowanie prowadzone z urzędu przez Prezesa UOKiK wówczas, gdy poweźmie wiadomość o możliwości naruszenia prawa konkurencji. W jego ramach Prezes UOKiK sprawdza także, czy konkretna koncentracja podlegała obowiązkowi zgłoszenia zamiaru koncentracji. Ponadto postępowania wyjaśniające służą Prezesowi UOKiK do przeprowadzania badań poszczególnych sektorów gospodarki w celu ustalenia ich struktury i stopnia koncentracji. Wiedza uzyskana w trakcie takich badań wykorzystywana jest przez Prezesa UOKiK m.in. na potrzeby prowadzonych postępowań antymonopolowych. Postępowanie wyjaśniające powinno trwać nie dłużej niż 1 miesiąc, a w sprawach szczególnie skomplikowanych nie dłużej niż 2 miesiące. Zob. też *postępowanie antymonopolowe*.

praktyki ograniczające konkurencję – porozumienia ograniczające konkurencję oraz nadużywanie pozycji dominującej zakazane przez ustawę o ochronie konkurencji i konsumentów oraz art. 81 i 82 Traktatu WE. Zob. też *porozumienia ograniczające konkurencję, nadużycie pozycji dominującej, art. 81 Traktatu WE, art. 82 Traktatu WE*.

prawo konkurencji – zespół norm prawa, zarówno wspólnotowego, jak i prawa poszczególnych państw członkowskich, regulujących zachowania rynkowe przedsiębiorców. Podstawowym celem prawa konkurencji jest wspieranie rozwoju lub ochrona wolnej konkurencji rynkowej dokonywana w interesie publicznym. Termin „prawo konkurencji” używany jest wymiennie ze zwrotami „prawo ochrony konkurencji” czy też „prawo antymonopolowe”. W zakres norm prawa konkurencji wchodzi przede wszystkim przepisy zakazujące zawierania antykonkurencyjnych porozumień przez przedsiębiorców, nadużywania pozycji dominującej na rynku oraz przepisy regulujące kontrolę koncentracji przedsiębiorców. Wzorem doktryny prawa wspólnotowego w zakresie prawa konkurencji włącza się również normy dotyczące nadzorowania pomocy publicznej udzielanej przedsiębiorcom. Zob. też *konkurencja, konkurenci, interes publiczny*.

Prezes UOKiK – Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów jest krajowym organem ochrony konkurencji. Prowadzi postępowania antymonopolowe w sprawach praktyk ograniczających konkurencję, tj. niedozwolonych porozumień oraz nadużywania pozycji dominującej na rynku. Prezes UOKiK sprawuje również kontrolę nad koncentracjami przedsiębiorców. Opiniuje także projekty pomocy publicznej udzielanej przedsiębiorcom w ramach programów pomocowych oraz decyzji indywidualnych przed ich wystąpieniem do Komisji Europejskiej, która jest jedynym organem ochrony konkurencji właściwym w sprawach pomocy publicznej. Każdy może poinformować Prezesa UOKiK na piśmie o podejrzeniu stosowania praktyk ograniczających konkurencję. Takie zawiadomienie powinno zawierać uzasadnienie. Zob. też *porozumienia ograniczające konkurencję, kartele, nadużycie pozycji dominującej*.

przedsiębiorca – podmiot zobowiązany do przestrzegania przepisów prawa konkurencji określonych w ustawie o ochronie konkurencji i konsumentów oraz przepisach wspólnotowych. Przedsiębiorcą jest (a) osoba fizyczna, osoba prawna, a także jednostka organizacyjna nieposiadająca osobowości prawnej, organizująca lub świadcząca usługi o charakterze użyteczności publicznej, które nie są działalnością gospodarczą w rozumieniu przepisów o swobodzie działalności gospodarczej (np. gmina) oraz (b) osoba fizyczna wykonująca we własnym imieniu i na własny rachunek zawód lub prowadząca działalność w ramach takiego zawodu (np. lekarz, adwokat). Na potrzeby stosowania reguł kontroli koncentracji przedsiębiorcą jest także osoba fizyczna, która posiada kontrolę nad co najmniej jednym przedsiębiorcą i podejmuje działania stanowiące jakąkolwiek formę koncentracji. Jeśli oceniana jest zgodność działalności z przepisami zakazującymi stosowania praktyk ograniczających konkurencję, za przedsiębiorcę uznaje się również związek przedsiębiorców (czyli izby, zrzeszenia i inne organizacje zrzeszające przedsiębiorców, jak również związki tych organizacji). Zob. też *gmina, kontrola, uchwała albo inne akty związków przedsiębiorców lub ich organów statutowych*.

Rozporządzenie nr 1/2003 – Rozporządzenie Rady nr 1/2003/WE z dnia 16 grudnia 2002 r. w sprawie wprowadzenia w życie reguł konkurencji ustanowionych w art. 81 i 82 Traktatu WE regulujące zasady postępowania przed Komisją Europejską. W związku z Rozporządzeniem Komisja wydała szereg wytycznych wyjaśniających szczegółowo te zasady m.in. w zakresie:

- funkcjonowania Europejskiej Sieci Konkurencji (ECN),
 - współpracy pomiędzy Komisją Europejską a sądami krajowymi,
 - rozumienia pojęcia „wpływ na handel między państwami członkowskimi”,
 - zasad składania skarg do Komisji Europejskiej.
- Zob. też *Komisja Europejska, art. 81 Traktatu WE, art. 82 Traktatu WE*.

Rozporządzenie nr 139/2004 – Rozporządzenie Rady nr 139/2004/WE z dnia 20 stycznia 2004 r. w sprawie kontroli koncentracji przedsiębiorców to podstawowy akt prawa wspólnotowego w tym zakresie. Wyjaśnia m.in., jaki rodzaj transakcji podlega zgłoszeniu Komisji Europejskiej, jakie są progi zgłoszeniowe oraz określa zasady postępowania przed organem ochrony konkurencji UE. Zob. też *wymiar wspólnotowy koncentracji*.

rynek właściwy – rynek towarów, które ze względu na takie ich cechy, jak przeznaczenie, cena oraz właściwości, w tym jakość, są uznawane przez nabywców za substytuty (rynek w ujęciu produktowym). Obejmuje on również obszar, na którym ze względu na rodzaj i właściwości towarów, istnienie barier dostępu do rynku, preferencje konsumentów, znaczące różnice cen i koszty transportu panują zbliżone warunki konkurencji (rynek w ujęciu geograficznym). Zastosowanie podanych kryteriów pozwoliło Prezesowi UOKiK stwierdzić, że rynkiem właściwym jest np. rynek ogólnopolskich dzienników zawierających informacje polityczno-społeczno-ekonomiczne o zasięgu krajowym. Zob. też *towar*.

Sąd Ochrony Konkurencji i Konsumentów – sąd okręgowy w Warszawie, do którego kierowane są odwołania od decyzji Prezesa UOKiK oraz zażalenia na jego postanowienia. Sąd jest również władny, na wniosek Prezesa UOKiK, udzielić zgody na dokonanie przeszukania w ramach niezapowiedzianej kontroli organu ochrony konkurencji. Zob. też *niezapowiedziana kontrola*.

Sąd Pierwszej Instancji – jeden z trzech sądów funkcjonujących w ramach Unii Europejskiej. W jego skład wchodzi co najmniej jeden sędzia z każdego państwa członkowskiego (obecnie jest to 27 sędziów), wybierany na okres sześciu lat w drodze porozumienia rządów państw członkowskich. Sąd Pierwszej Instancji jest właściwy m.in. w sprawach dotyczących naruszeń wspólnotowego prawa konkurencji, tj. np. odwołań od decyzji Komisji Europejskiej. Od wyroków Sądu Pierwszej Instancji można wnieść odwołanie do Europejskiego Trybunału Sprawiedliwości. Pierwszym polskim sę-

dzią w składzie Sądu Pierwszej Instancji jest prof. Irena Wiszniewska-Białecka. Zob. też *Europejski Trybunał Sprawiedliwości (ETS)*.

substytut – towar, który ze względu na podobne walory użytkowe oraz przeznaczenie może być używany przez np. konsumenta zamiast innego towaru. Przykładowo substytutem płytek ceramicznych są płytki gresowe. Zob. też *towar, rynek właściwy*.

towar – rzeczy, energia, papiery wartościowe, usługi, a także roboty budowlane.

Traktat amsterdamski – Traktat podpisany 2 października 1997 r. w Amsterdamie, zmieniający traktaty rzymskie stanowiące podstawę funkcjonowania Unii Europejskiej. Zmiany wprowadzone Traktatem amsterdamskim, oprócz reform instytucjonalnych, dotyczyły także polityki Unii Europejskiej w zakresie ochrony konsumentów, m.in. przyznano konsumentom prawo do informacji, edukacji i organizowania się w celu ochrony własnych interesów.

Traktat WE – zob. *Traktaty rzymskie*.

Traktat z Maastricht – Traktat o ustanowieniu Unii Europejskiej podpisany 7 lutego 1992 r. w Maastricht w Holandii. Akt ten ustanowił Unię Europejską (UE) opartą na trzech filarach, czyli istniejących dotychczas Wspólnotach Europejskich (I filar), a także nowych politykach, tj. wspólnej polityce zagranicznej i bezpieczeństwa (II filar) oraz współpracy w zakresie bezpieczeństwa wewnętrznego i wymiaru sprawiedliwości (III filar Unii Europejskiej).

Traktaty rzymskie – Traktat o ustanowieniu Europejskiej Wspólnoty Gospodarczej (EWG) oraz Traktat o ustanowieniu Europejskiej Wspólnoty Energii Atomowej (EWEA) podpisane 25 marca 1957 r. w Rzymie. Obecnie (po zmianie nazwy z EWG na Wspólnota Europejska (WE) wynikającej z traktatu z Maastricht z 1992 r.) Traktat

o ustanowieniu EWG zwany jest Traktatem ustanawiającym WE. Jest to jeden z traktatów założycielskich, stanowiący podstawę funkcjonowania dzisiejszej Unii Europejskiej. W Traktacie ustanawiającym WE zawarte zostały podstawowe przepisy wspólnotowego prawa konkurencji, tj. zakaz zawierania porozumień ograniczających konkurencję (art. 81) oraz zakaz nadużywania pozycji dominującej na rynku (art. 82). Zob. też *art. 81 Traktatu WE, art. 82 Traktatu WE*.

Urząd Ochrony Konkurencji i Konsumentów – urząd, za pomocą którego krajowy organ ochrony konkurencji – Prezes UOKiK wykonuje swoje zadania związane ze stosowaniem prawa konkurencji. W skład Urzędu wchodzi centrala oraz dziewięć delegatur: w Bydgoszczy, Gdańsku, Katowicach, Krakowie, Lublinie, Łodzi, Poznaniu, Warszawie i Wrocławiu. Zob. też *Prezes UOKiK*.

ustawa o ochronie konkurencji i konsumentów – podstawowy akt prawny zawierający przepisy prawa konkurencji w Polsce. Ustawa określa m.in. zasady, na jakich Prezes UOKiK podejmuje w interesie publicznym działania zmierzające do ochrony interesów przedsiębiorców i konsumentów przed stosowaniem praktyk ograniczających konkurencję oraz realizowaniem antykonkurencyjnych koncentracji przedsiębiorców. Obecnie obowiązująca jest ustawa z dnia 16 lutego 2007 r. Zob. też *konkurencja, interes publiczny, praktyki ograniczające konkurencję, koncentracja*.

ustawa o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji – ustawa z 16 kwietnia 1993 r., na podstawie której przedsiębiorcy mogą samodzielnie dochodzić przed sądami powszechnymi roszczeń z tytułu naruszenia ich indywidualnych praw, negatywnie wpływającego na ich pozycję konkurencyjną na rynku. W odróżnieniu od ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, uprawnienia wynikające z tej ustawy nie są dochodzone w interesie publicznym.

FUZJE I PRZEJĘCIA

decyzja Prezesa UOKiK w sprawie koncentracji

– rozstrzygnięcie, w którym Prezes UOKiK wyraża zgodę bądź zakazuje dokonania zgłoszonej koncentracji. Zgoda może być również warunkowa tzn. zezwalać na dokonanie koncentracji przy zachowaniu warunków określonych przez organ ochrony konkurencji. Warunki mogą mieć charakter strukturalny i polegać m.in. na zobowiązaniu do sprzedaży określonych składników majątkowych, np. na zobowiązaniu sieci sklepów wielkopowierzchniowych (Carrefour) do wyzbycia się praw do części własnych sklepów i/lub sklepów nabywanych (Albert i Hypernova). Warunki mogą mieć również tzw. charakter behawioralny i polegać na zobowiązaniu do określonego zachowania, np. na zobowiązaniu nabywcy (producenta i dystrybutora wódek, Carey Agri) do dokonywania przez określony czas sprzedaży własnych produktów za pośrednictwem konkurencyjnych dystrybutorów. Decyzja Prezesa UOKiK w sprawie koncentracji może być zaskarżona do Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów, od którego orzeczenia przysługuje apelacja do Sądu Apelacyjnego. Zob. też *decyzja Prezesa UOKiK*.

grupa kapitałowa – wszyscy przedsiębiorcy, którzy są kontrolowani bezpośrednio lub pośrednio przez jednego przedsiębiorcę, w tym również ten podmiot. Zob. też *kontrola*.

istotne ograniczenie konkurencji – kryterium stosowane przez urząd ochrony konkurencji w ocenie czy zgłoszona koncentracja jest dopuszczalna. Zakaz koncentracji wydawany jest tylko wówczas, gdy w wyniku zgłoszonej fuzji, połączenia etc. konkurencja zostanie istotnie ograniczona, w szczególności poprzez powstanie lub umocnienie pozycji dominującej na rynku. Przykładowo Prezes UOKiK w 2006 roku nie dopuścił do przejęcia przez producenta i dystrybutora napojów alkoholowych – Carey Agri International, konkurencyjnej firmy Jabłonna i jej spółek zależnych. Zob. też *pozycja dominująca*.

joint venture – angielski termin na określenie wspólnego przedsiębiorcy. Utworzenie przez dwóch lub więcej przedsiębiorców nowego podmiotu stanowi jedną z form koncentracji. *Joint venture* znajduje się pod tzw. wspólną kontrolą przedsiębiorców, którzy zachowują odrębną osobowość prawną. Podmioty takie powstają często w celu wspólnego przeprowadzenia dużej inwestycji lub prowadzenia badań zmierzających do poprawy innowacyjności produktów i rozwoju technologicznego. Przykładem transakcji tego typu dokonanej w Polsce i zgłoszonej Prezesowi Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów (patrz: *Prezes UOKiK*) jest utworzenie w 2005 roku przez TVN oraz Telewizję Polsat wspólnego przedsiębiorcy pod nazwą Polski Operator Telewizyjny. Jego działalność ma się wiązać z kosztownym procesem wprowadzania naziemnej telewizji cyfrowej w Polsce. Przykładem *joint venture* na szczeblu europejskim jest utworzenie w 2001 roku przez japońską spółkę SONY Corporation oraz szwedzką spółkę Ericsson AB wspólnego przedsiębiorcy zajmującego się projektowaniem, produkcją oraz sprzedażą telefonów komórkowych. Zgodę na utworzenie spółki SONY Ericsson wydała Komisja Europejska. Zob. też *koncentracja, kontrola*.

koncentracja horyzontalna – transakcja, której uczestnikami są przedsiębiorcy dotychczas konkurujący ze sobą, w wyniku której dochodzi do zespolenia w jednym organizmie gospodarczym działalności prowadzonej dotychczas przez niezależne podmioty. Koncentracją horyzontalną było np. przejęcie przez Cersanit – producenta płytek ceramicznych, kontroli nad spółką Opoczno.

koncentracja konglomeratowa – transakcja, której stronami są przedsiębiorcy nie będący konkurentami i nawet potencjalnie niepowiązani ze sobą relacją sprzedawca – odbiorca (relacją wertykalną). Koncentracją konglomeratową było zakazane przez Komisję Europejską przejęcie przez

General Electric, producenta m.in. silników odrzutowych, kontroli nad spółką Honeywell, producentem m.in. instalowanych na pokładzie samolotu urządzeń służących do nawigacji, komunikacji i monitorowania warunków lotu.

koncentracja wertykalna – transakcja, której stronami są przedsiębiorcy działający na różnych szczeblach obrotu, tzn. pomiędzy którymi może wystąpić relacja sprzedawca – odbiorca, nawet jeżeli do tej pory nie występowała w praktyce. Przykładem koncentracji wertykalnej, do której ostatecznie nie doszło ze względu na brak zgody Prezesa UOKiK, było nabycie przez PKN ORLEN spółki Przedsiębiorstwo Przetadunku Paliw Płynnych „Naftoport” w Gdańsku.

kontrola – zależność pomiędzy przedsiębiorcami polegająca na posiadaniu przez jednego z nich uprawnień, które umożliwiają wywieranie decydującego wpływu na działalność drugiego. Możliwość wywierania decydującego wpływu może wynikać m.in. z dysponowania większością głosów na zgromadzeniu wspólników bądź walnym zgromadzeniu lub też w zarządzie, uprawnienia do powoływania lub odwoływania większości członków zarządu lub rady nadzorczej, prawa do mienia lub jego części innego przedsiębiorcy (zależnego). Podmioty kontrolowane bezpośrednio lub pośrednio przez jednego przedsiębiorcę tworzą grupę kapitałową. Kontrola może być wykonywana wspólnie przez dwóch lub większą liczbę przedsiębiorców, którzy – jedynie działając wspólnie – są w stanie wywierać decydujący wpływ na działalność innego podmiotu. Zob. też *joint venture, grupa kapitałowa*.

obowiązek zgłoszeniowy – obowiązek dokonania zgłoszenia zamiaru koncentracji do organu ochrony konkurencji. Zob. też *koncentracja, zgłoszenie zamiaru koncentracji*.

połączenie (fuzja) – zespolenie majątku i dotychczasowej działalności prowadzonej przez dwóch lub więcej niezależnych wcześniej od siebie przedsiębiorców w nowy podmiot prawny,

połączone z jednoczesną utratą osobowości prawnej przez łączących się. Przykładem połączenia z ostatnich lat może być fuzja Vistuli i Wólczanki, w wyniku której powstała spółka Vistula & Wólczanka.

postępowanie w sprawie koncentracji – postępowanie antymonopolowe wszczynane na wniosek przedsiębiorcy lub przedsiębiorców zobowiązanych do dokonania zgłoszenia zamiaru koncentracji. W trakcie postępowania organ ochrony konkurencji bada wpływ koncentracji na rynki właściwe w celu wykluczenia, że w jej wyniku dojdzie do istotnego ograniczenia konkurencji. W przeciwnym razie zamiast zgody wydaje decyzję zakazującą koncentracji, względnie decyzję warunkową. Postępowanie antymonopolowe w sprawie koncentracji powinno zostać zakończone nie później niż w terminie 2 miesięcy od dnia jego wszczęcia. Termin postępowania ulega przedłużeniu o okres oczekiwania Prezesa UOKiK na uzupełnienie informacji zawartych przez przedsiębiorcę w zgłoszeniu zamiaru koncentracji. W przypadku niewykonania obowiązku zgłoszenia, postępowanie w sprawie koncentracji może zostać wszczęte z urzędu przez Prezesa UOKiK. Zob. też *istotne ograniczenie konkurencji, decyzja Prezesa UOKiK w sprawie koncentracji, zgłoszenie zamiaru koncentracji*.

próg zgłoszeniowy – wielkość obrotów uzyskanych przez przedsiębiorcę we wcześniejszym okresie, od której przepisy prawa konkurencji uzależniają powstanie obowiązku zgłoszenia zamiaru koncentracji właściwym organom ochrony konkurencji. Podstawowe progi zgłoszeniowe powodujące obowiązek zgłoszenia koncentracji Prezesowi UOKiK wynoszą 1 miliard euro (świat) lub 50 milionów euro (Polska). Odnosnie do progów zgłoszeniowych warunkujących zgłoszenie do Komisji Europejskiej patrz *wymiar wspólnotowy koncentracji*. Zob. też *koncentracja*.

przejęcie kontroli – uzyskanie przez przedsiębiorcę możliwości wywierania decydującego

wpływu na działalność gospodarczą prowadzoną przez inny, wcześniej niezależny podmiot, poprzez nabycie akcji lub udziałów, jego majątku lub w jakikolwiek inny sposób. Zob. też *kontrola*.

test SSNIP (ang. *Small but Significant and Non-Transitory Increase of Price*, w wolnym tłumaczeniu: niewielki, ale istotny, stały wzrost ceny) – test stosowany przez organ ochrony konkurencji w procesie wyznaczania rynków właściwych, w szczególności w sprawach dotyczących koncentracji. Polega na ustaleniu, jak konsumenci zachowaliby się w przypadku hipotetycznego, niewielkiego (o 5 – 10%), ale stałego podwyższenia ceny przez przedsiębiorców uczestniczących w koncentracji. Za pomocą testu SSNIP organ ochrony konkurencji sprawdza, czy zwiększy się popyt na jeden produkt w sytuacji podwyższenia ceny drugiego. Jeśli tak się dzieje, organ zdobywa dowód na istnienie zastępowalności produktów pozwalający na zaliczenie ich do jednego rynku produktowego. Komisja Europejska zastosowała test SSNIP np. w sprawie *Procter & Gamble/VP Schickedanz* dotyczącej nabycia przez międzynarodowy koncern Procter & Gamble niemieckiej spółki Schickedanz. Zob. też *rynek właściwy, koncentracja*.

wymiar wspólnotowy koncentracji – europejski charakter koncentracji mierzony poziomem obrotów osiąganych przez jej uczestników decydujący o obowiązku zgłoszenia jedynie Komisji Europejskiej. Podstawowe progi zgłoszeniowe przesądzające o konieczności zgłoszenia do Komisji wynoszą:

- powyżej 5 miliardów euro łącznego światowego obrotu uczestników koncentracji i powyżej 250 milionów euro obrotu osiągniętego w UE, gdy jednocześnie każdy z uczestników koncentracji uzyskuje mniej niż 2/3 swoich wspólnotowych obrotów w jednym państwie członkowskim, lub
- 2,5 miliarda euro łącznego światowego obrotu uczestników koncentracji oraz jednocześnie:
 - (a) przekroczenie łącznego obrotu w wysokości 100 milionów euro w co najmniej trzech państwach,

- (b) przekroczenie 25 milionów euro obrotu w każdym z co najmniej tych trzech państw oraz

- (c) przekroczenie przez co najmniej dwóch uczestników koncentracji progu obrotu w wysokości 100 milionów euro na poziomie europejskim. Ponadto konieczne jest wykluczenie, że uczestnicy koncentracji uzyskują co najmniej 2/3 swoich obrotów w jednym i tym samym państwie członkowskim.

Zgłoszenie koncentracji Komisji Europejskiej co do zasady wyklucza obowiązek zgłoszenia Prezesowi UOKiK czy innemu urzędowi ochrony konkurencji w państwie członkowskim nawet wówczas, gdy krajowe progi zgłoszeniowe zostały przekroczone. Zob. też *koncentracja, próg zgłoszeniowy*.

zamiar koncentracji – istniejąca po stronie przedsiębiorców wola zrealizowania transakcji, która w przypadku przekroczenia progów zgłoszeniowych nie może być dokonana bez uzyskania wcześniejszej zgody organu ochrony konkurencji. Przedsiębiorca dokonujący zgłoszenia zamiaru koncentracji musi przedstawić Prezesowi UOKiK dokumenty potwierdzające istnienie takiego zamiaru (np. warunkową umowę nabycia akcji lub udziałów) w stosunku do określonego podmiotu. Zob. też *próg zgłoszeniowy, koncentracja, obowiązek zgłoszeniowy, zgłoszenie zamiaru koncentracji*.

zasada one-stop-shop – reguła, zgodnie z którą koncentracja o wymiarze wspólnotowym podlega zgłoszeniu tylko Komisji Europejskiej. Oznacza to, że wystarczy uzyskać jej zgodę zamiast kilku krajowych urzędów ochrony konkurencji. Na przykład koncentracja na rynku gazów technicznych polegająca na przejęciu przez niemiecką spółkę Linde kontroli nad brytyjską spółką BOC – ze względu na osiągane przez te spółki znaczne obroty w poszczególnych krajach – podlegałaby zgłoszeniu wielu krajowym urzędów ochrony konkurencji m.in. Prezesowi UOKiK. Ponieważ łączne obroty Linde i BOC wskazywały, że koncentracja ma wymiar wspólnotowy, jedynym

adresatem zgłoszenia zamiaru koncentracji była Komisja Europejska. Zob. też *wymiar wspólnotowy koncentracji*.

zgłoszenie zamiaru koncentracji – czynność polegająca na skierowaniu do Prezesa UOKiK wniosku o wydanie zgody na zawarcie transakcji. Terminu tego używa się również na określenie dokumentu, który powinien zawierać wszystkie informacje określone w Rozporządzeniu z dnia 17 lipca 2007 r. w sprawie zgłoszenia zamiaru koncentracji przedsiębiorców. Zob. też *koncentracja, próg zgłoszeniowy*.

KARTELE

art. 81 Traktatu WE – postanowienia Traktatu ustanawiającego Wspólnotę Europejską stanowiące podstawę prawną do wszczynania postępowań dotyczących porozumień ograniczających konkurencję, które wywierają skutek na rynku Unii. Art. 81 Traktatu WE uznaje za zakazane m.in.:

- ustalanie przez przedsiębiorców cen zakupu lub sprzedaży towarów,
- ustalanie warunków transakcji z osobami trzecimi,
- ograniczanie wielkości produkcji,
- podział rynku.

Odpowiednikiem art. 81 Traktatu WE w ustawie o ochronie konkurencji i konsumentów jest art. 6. Zob. też *porozumienia ograniczające konkurencję, podział rynku, ograniczenie wielkości produkcji lub zbytu*.

cena maksymalna – uzgodniona przez przedsiębiorców cena, powyżej której nie mogą być sprzedawane towary. Co do zasady, praktyka taka nie stanowi naruszenia prawa konkurencji pod warunkiem, że cena nie będzie mieć charakteru ceny sztywnej. Zob. też *cena sztywna*.

cena minimalna – uzgodniona przez przedsiębiorców cena, poniżej której nie mogą być sprzedawane towary. Praktyka taka jest jednym z najpoważniejszych naruszeń prawa konkurencji, ponieważ w konsekwencji prowadzi do eliminacji rywalizacji między przedsiębiorcami. Dotyczy to zarówno porozumień wertykalnych, jak i horyzontalnych. Zob. też *porozumienia wertykalne (pionowe), porozumienia horyzontalne (poziome), ustalenie ceny od sprzedaży, klauzule typu hard-core*.

cena rekomendowana (sugerowana) – cena, po której dostawca zaleca odbiorcy sprzedaż towarów. Rekomendacja tego rodzaju bywa umieszczona na opakowaniu produktu. Dostawca może również zakomunikować cenę rekomendowaną odbiorcy w inny sposób, na przykład w aneksie do umowy, pocztą elektroniczną etc. Ceny sugerowane są zgodne z prawem konkurencji tylko

wtedy, gdy dostawca w żaden sposób nie przymusza odbiorcy do stosowania jego rekomendacji. Jeżeli jednak dostawca stosuje jakiegokolwiek system formalnego lub nieformalnego przymusu (np. uzależnia realizację dostaw lub wypłatę premii od stosowania cen rekomendowanych) narusza prawo konkurencji. Zob. też *ustalenie ceny od sprzedaży, klauzule typu hard-core*.

cena sztywna – uzgodniona przez przedsiębiorców cena, po której nabywca zobowiązuje się sprzedawać towary. Stosowana w porozumieniach pionowych. Praktyka taka należy do najpoważniejszych naruszeń prawa konkurencji. Zob. też *ustalenie ceny od sprzedaży, klauzule typu hard-core*.

doktryna *legal privilege* – koncepcja ochrony tajemnicy korespondencji wymienianej pomiędzy prawnikiem zewnętrznym (ang. *external counsel*) a przedsiębiorcą. Wypracowana przez Trybunał Sprawiedliwości w sprawie AM & S Europe Limited v Komisja Europejska. Gwarantuje przedsiębiorcom, w siedzibie których przeprowadzana jest kontrola przez urzędników Komisji Europejskiej, prawo do odmowy udostępnienia korespondencji (opinii prawnych, e-maili lub innych dokumentów), sporządzonej przez zewnętrznego prawnika udzielającego porady klientowi-przedsiębiorcy w sprawie dotyczącej prowadzonego przez Komisję postępowania. Nie wszystkie państwa członkowskie UE przyjęły do swojego porządku prawnego koncepcję *legal privilege*. Nie obowiązuje ona m.in. w Polsce.

doktryna skutku (*effect doctrine*) – doktryna, która ma zastosowanie w sytuacji, gdy porozumienie naruszające wspólnotowe prawo konkurencji zawarte zostało poza obszarem UE. Zgodnie z nią porozumienie takie będzie mogło być „ścigane” przez Komisję Europejską tylko wtedy, gdy jego skutki dotyczą rynku UE. Doktryna skutku wypracowana została przez Trybunał Sprawiedliwości w sprawie Wood Pulp, w której Komisja zarzuciła

światowym producentom miazgi drzewnej (m.in. z Kanady i Norwegii) naruszenie wspólnotowego prawa konkurencji poprzez uczestniczenie w uzgodnionej praktyce skutkującej koordynacją cen tego towaru na rynku światowym. Trybunał zajął w sprawie stanowisko, że Komisja może zastosować wspólnotowe prawo konkurencji tylko wtedy, gdy udowodni, że skutki porozumienia zawartego poza UE dotknęły wspólnego rynku.

dystrybucja selektywna – rodzaj porozumienia dystrybucyjnego, w którym dostawca towarów zobowiązuje się do ich sprzedaży jedynie podmiotom spełniającym obiektywne kryteria o charakterze jakościowym. Mogą one dotyczyć m.in. lokalizacji salonu sprzedaży, wystroju wnętrza, sposobu ekspozycji towarów dostawcy czy też kwalifikacji pracowników sprzedających towary dostawcy. System dystrybucji selektywnej stosowany jest w organizacji sprzedaży towarów wysokiej jakości. Modelowe przykłady towarów, które oferowane są w tym systemie dystrybucji selektywnej to: zaawansowany technologicznie sprzęt audio-wideo, biżuteria, ale również ekskluzywne kosmetyki oraz elementy wyposażenia wnętrz. Zob. też *porozumienia dystrybucyjne*.

holding – struktura kapitałowa polegająca na stworzeniu piętrowego systemu własności różnych, samodzielnych pod względem prawnym przedsiębiorców. Jeden z tych podmiotów odgrywa rolę „spółki-matki” dla pozostałych. „Spółka-matka” dzierży (ang. *hold*) większość udziałów (lub akcji) w kilku „spółkach-córkach”, które z kolei mają udziały większościowe w spółkach niższego „piętra” zarządzania. Istotą holdingu jest zarządzanie grupą tych podmiotów oraz kontrolowanie ich działalności dzięki występującym zależnościom kapitałowym.

import równoległy – zjawisko polegające na tym, że towary sprzedawane na rynku jednego państwa są odsprzedawane przez przedsiębiorców na nim działających podmiotom gospodarczym lub konsumentom z innego kraju. Import równoległy stymulowany jest różnicą cen towarów w poszczególnych

krajach. Dotyczy m.in. rynku leków czy samochodów, które sprzedawane są przez producentów po różnej cenie w poszczególnych krajach członkowskich UE. Zjawisko to jest oceniane ze wszech miar pozytywnie przez Komisję Europejską, która upatruje w nim skuteczność zasady wolnego przepływu towarów na rynku UE. Inne spojrzenie na tę sprawę mają natomiast przedsiębiorcy, którzy próbują import równoległy ograniczać. Na przykład zakazują swoim krajowym dystrybutorom sprzedaży towarów klientom z innych państw, a nieprzestrzeganie takiego zakazu obwarowują konsekwencją niewypłacenia premii rocznej.

kartel – w szerokim znaczeniu jest nim każde porozumienie pomiędzy przedsiębiorcami, które narusza prawo konkurencji. Zwykle jednak poprzez porozumienie kartelowe rozumie się zmwę konkurentów (na przykład producentów czy też hurtowników) w sprawie ustalenia cen towarów, podziału rynku lub ograniczenia wielkości produkcji. Porozumienia kartelowe są szczególnie groźne dla gospodarki, gdyż z uwagi na ich tajny charakter oraz długotrwały okres oddziaływania powodują trwałe zniekształcenie konkurencji na danym rynku. W jednym ze spektakularnych postępowań kartelowych zakończonych przez Komisję Europejską w 2007 roku europejski organ ochrony konkurencji dowiódł istnienia kartelu angażującego producentów wind oraz schodów ruchomych, który funkcjonował ponad 30 lat. Zob. też *podział rynku, ograniczenie wielkości produkcji lub zbytu, art. 81 Traktatu WE*.

klauzule typu *hard-core* – w potocznym języku prawa konkurencji – najpoważniejsze naruszenia tego prawa. Za takie uważa się kartele oraz narzucanie cen sztywnych lub minimalnych. Przepisy prawa konkurencji bezwzględnie zakazują stosowania praktyk tego rodzaju. Oznacza to, że nie istnieje możliwość objęcia ich ani wyłączeniem indywidualnym, ani wyłączeniem grupowym. Zob. też *kartel, cena sztywna, cena minimalna, porozumienia bagatelne (doktryna de-minimis), wyłączenia indywidualne, rozporządzenia w sprawie wyłączeń grupowych*.

klauzule typu RPM – zob. *ustalenie ceny od sprzedaży*.

klauzule w sprawie wyłączności – postanowienia w porozumieniach dystrybucyjnych, które zobowiązują odbiorców do zakupu towarów wyłącznie od określonego dostawcy (zobowiązanie wyłącznego zakupu) lub, które zobowiązują do stawce do sprzedawania produktów wyłącznie określonym odbiorcy (zobowiązanie wyłącznej dostawy). Przykładem zobowiązania wyłącznego zakupu jest zobowiązanie się producenta okien do kupowania szkła tylko od jednego producenta szkła. Klauzula w sprawie wyłącznej dostawy ma natomiast zastosowanie, gdy np. importer rowerów zobowiązuje się do ich sprzedaży tylko przez jednego dystrybutora. Zob. też *porozumienia dystrybucyjne*.

koncern – forma organizacji skupiająca przedsiębiorców samodzielnych pod względem prawnym, ale należących do jednego właściciela. Koncern tworzy więc grupę kapitałową w rozumieniu przepisów ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów. Przykładem są światowe koncerny farmaceutyczne, których „spółki-córki” funkcjonują w poszczególnych państwach. Zob. też *grupa kapitałowa*.

leniency – program łagodzenia kar dla przedsiębiorców, którzy poinformują organ ochrony konkurencji o istnieniu porozumienia ograniczającego konkurencję. Jest stosowany na poziomie europejskim (na zasadach opisanych w Stanowisku Komisji Europejskiej z 2006 roku w sprawie *leniency*), jak i na gruncie ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów (art. 109). Łagodzenie kary może polegać zarówno na odstąpieniu od jej wymierzenia przez organ ochrony konkurencji, jak też na obniżeniu jej wysokości. Skorzystanie z dobrodziejstwa programu *leniency* uzależnione jest od spełnienia przez skruszonego uczestnika porozumienia szeregu warunków. Są nimi m.in. współpraca z organem ochrony konkurencji w toku prowadzonego postępowania, przedstawienie wiarygodnych dowodów na istnienie kartelu, zaprzestanie uczestniczenia w porozumieniu kartelowym przed

zgłoszeniem się do urzędu, nieodgrywanie wiodącej roli w porozumieniu. Program *leniency* cieszy się dużą popularnością w postępowaniach przed Komisją Europejską, do której rocznie wpływa od przedsiębiorców kilkadziesiąt wniosków w sprawie *leniency*.

ograniczenie terytorialne – zobowiązanie nakładane na stronę porozumienia wertykalnego, w świetle którego odbiorca podejmuje się sprzedaży towarów na terytorium wyznaczonym przez dostawcę. Dodatkowo zobowiązuje się on do niesprzedawania produktów na innych terytoriach, które dostawca zastrzegł dla siebie lub swoich innych odbiorców. Na przykład hurtownia sprzętu fotograficznego sprzedaje towary określonego producenta tylko do sklepów w Polsce i nie realizuje dostaw do sprzedawców z innych państw członkowskich. Zob. też *porozumienia wertykalne (pionowe)*.

ograniczenie wielkości produkcji lub zbytu – praktyka przedsiębiorców polegająca na „sztucznym” zmniejszeniu (albo zwiększaniu) wielkości produkcji lub podaży towaru. Może być ona zarówno wynikiem zawarcia przez kilka podmiotów porozumienia ograniczającego konkurencję, jak też przejawem nadużycia siły rynkowej przez przedsiębiorcę dominującego. Pierwszą sytuację ilustruje przykład: spółki deweloperskie, korzystając z bardzo dużego zainteresowania kupujących nowymi mieszkaniami, porozumiewają się w sprawie czasowego wstrzymania się od negocjowania przedwstępnych umów sprzedaży lokali; w ten sposób oczekują, że trzymani w niepewności kupujący będą skłonni zgodzić się na wyższą cenę za mieszkanie. W drugim przypadku przykładem jest zachowanie dominującego dostawcy szczepionek przeciw grypie, który w okresach szczepień zmniejsza podaż szczepionek, aby użyć argumentu ich ograniczonej ilości w negocjowaniu umów z hurtowniami. Zob. też *porozumienia ograniczające konkurencję, nadużycie pozycji dominującej*.

podział rynku – porozumienie pomiędzy przedsiębiorcami, na skutek którego dochodzi do podziału:

- terytorium, na którym mają prowadzić działalność przedsiębiorcy (np. porozumienie właścicieli sieci telewizji kablowej, w świetle którego operator A będzie obsługiwał osiedle X, a operator B będzie świadczył usługi na osiedlu Y),
- produktów, których wytworzeniem lub sprzedażą mają zajmować się przedsiębiorcy (na przykład: producenci sprzętu AGD uzgadniają pomiędzy sobą, że producent A będzie dostarczał na rynek sprzęt AGD z wyjątkiem zmywarek, zaś producent B zaprzestanie dostawy na ten rynek lodówek),
- klientów, których obsługą mają zajmować się przedsiębiorcy (np. hurtownia farmaceutyczna X zobowiązuje się sprzedawać leki tylko do aptek, w zamian za obietnicę hurtowni Y dostawy leków tylko do szpitali).

Każda z powyższych form podziału rynku stanowi poważne naruszenie prawa konkurencji, gdyż prowadzi do wyeliminowania bądź istotnego ograniczenia na nim konkurencji.

porozumienia bagatelne (*doktryna de-minimis*) – porozumienie, które pomimo swojego antykonkurencyjnego charakteru jest zgodne z prawem z uwagi na jego znikomy stopień negatywnego oddziaływania na rynek. W świetle art. 7 ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów są to:

- porozumienia pomiędzy konkurentami, jeżeli ich łączny udział w rynku nie przekracza 5%,
oraz
- porozumienia pomiędzy przedsiębiorcami nie będącymi konkurentami, jeżeli udział w rynku żadnego z nich nie przekracza 10%.

Prawo konkurencji szczególnie jednak traktuje cztery rodzaje porozumień, które nigdy nie będą mogły być uznane za bagatelne. Są to: zmony cenowe, porozumienia w sprawie podziału rynku lub ograniczenia wielkości produkcji oraz zmony przetargowe. Porozumienia te, z natury rzeczy szkodliwe dla konkurencji, są zawsze zakazane.

porozumienia dystrybucyjne – rodzaj porozumień wertykalnych, których celem jest zakup towarów dokonywany przez dystrybutora z zamiarem

ich dalszej odsprzedaży, jaka może być realizowana zarówno na poziomie hurtowym (są to np. umowy sprzedaży zawierane przez hurtownie farmaceutyczne z aptekami), jak też na poziomie detalicznym (przykładem jest sprzedaż leków pacjentom realizowana przez apteki). Typem porozumień dystrybucyjnych są również umowy, na mocy których przedsiębiorca dokonuje sprzedaży towarów w imieniu dostawcy (tak np. funkcjonują agenci ubezpieczeniowi). Zob. też *porozumienia wertykalne (pionowe)*.

porozumienia horyzontalne (poziome) – porozumienia zawierane pomiędzy konkurentami. Mogą mieć zarówno charakter praktyk ograniczających konkurencję (przykładem jest zмова cenowa producentów cukru), jak też służyć realizacji celów zgodnych z prawem konkurencji, np. stymulowaniu postępu technologicznego. Formą takiego dozwolonego porozumienia może być m.in. porozumienie zawarte przez dwóch producentów leków innowacyjnych mające na celu prowadzenie wspólnych badań nad wynalezieniem leku na groźną chorobę. Zob. też *porozumienia ograniczające konkurencję*.

porozumienia ograniczające konkurencję – umowy zawierane między podmiotami gospodarczymi, uzgodnione praktyki, uchwały związków przedsiębiorców lub ich organów statutowych, których celem lub skutkiem jest wyeliminowanie, ograniczenie lub naruszenie w inny sposób konkurencji na rynku. Zakaz ich stosowania wynika na gruncie prawa europejskiego z art. 81 Traktatu WE, a na gruncie prawa polskiego z art. 6 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów. Porozumienie ograniczające konkurencję może być zawierane zarówno pomiędzy konkurentami (porozumienia horyzontalne), jak też pomiędzy podmiotami działającymi na różnych szczeblach obrotu (porozumienia wertykalne). Zob. też *uzgodniona praktyka, uchwała albo inne akty związków przedsiębiorców lub ich organów statutowych*, art. 81 Traktatu WE, *porozumienia horyzontalne (poziome)*, *porozumienia wertykalne (pionowe)*.

porozumienia wertykalne (pionowe) – forma porozumień zawieranych między przedsiębiorcami działającymi na tzw. różnych szczeblach obrotu. Służą realizacji takich celów przedsiębiorców, jak: zakup, sprzedaż, dostawa lub odsprzedaż towarów. Przykłady porozumień wertykalnych to: umowa dostawy szkła pomiędzy hutą szkła a producentem okien, porozumienie pomiędzy mleczarnią a sklepami spożywczymi w sprawie zakupu mleka, umowa pomiędzy importerem samochodów i dealerami etc. Prawo konkurencji rozróżnia wiele rodzajów porozumień pionowych: dystrybucyjne, franczyzowe, dystrybucji selektywnej. Zob. też *umowy franczyzowe, dystrybucja selektywna, porozumienia dystrybucyjne, rozporządzenia w sprawie wyłączeń grupowych*.

rozporządzenia grupowe – zob. *rozporządzenia w sprawie wyłączeń grupowych*.

rozporządzenia w sprawie wyłączeń grupowych – akty prawa wspólnotowego oraz krajowego, które określają warunki zgodności z prawem konkurencji różnych kategorii porozumień. Na przykład wskazują postanowienia w porozumieniach wertykalnych, które nie naruszają prawa konkurencji, czy też wymieniają klauzule zakazane typu *hard-core*. Spełniając warunki określone w rozporządzeniu grupowym, przedsiębiorca eliminuje ryzyko uznania danego porozumienia za niezgodne z prawem konkurencji. Zob. też *porozumienia wertykalne (pionowe), klauzule typu hard-core*.

sektorowe badanie rynku – analiza, którą przeprowadzają urzędy ochrony konkurencji w celu stwierdzenia, czy na danym rynku dochodzi do naruszenia prawa konkurencji. Badanie nie jest skierowane przeciwko indywidualnym przedsiębiorcom, lecz dotyczy danej branży, sektora przemysłu, a więc obejmuje wszystkie grupy podmiotów prowadzących związaną z nim działalność. Przykładem jest prowadzona przez Komisję Europejską analiza europejskiego rynku ubezpieczeń dla klientów korporacyjnych. Po jej zakończeniu Komisja opublikuje raport opisujący zdiagnozowane

problemy na gruncie prawa konkurencji, które dotyczą firm ubezpieczeniowych i reasekuracyjnych, pośredników ubezpieczeniowych (agentów i brokerów) oraz stowarzyszeń branżowych.

test bagatelności – zob. *porozumienia bagatelne (doktryna de-minimis)*.

uchwała albo inne akty związków przedsiębiorców lub ich organów statutowych – akty samorządów zawodowych (decyzje, statuty, zalecenia o mocy wiążącej dla członków związku), które mogą prowadzić do zniekształcenia konkurencji i przynieść równie szkodliwe skutki dla rynku co zmony indywidualnych przedsiębiorców czy uzgodnione praktyki. Przykładem jest decyzja Izby Notarialnej, na mocy której ustalone zostały minimalne stawki wynagrodzenia za usługi świadczone przez notariuszy. Prawo konkurencji pozwala na wszczynanie postępowań przeciwko związkom przedsiębiorców oraz na nakładanie na nie kar pieniężnych w przypadku stwierdzenia złamania reguł konkurencji. Zob. też *porozumienia ograniczające konkurencję, uzgodniona praktyka*.

umowy franczyzowe – umowy pomiędzy dostawcą a odbiorcą w sprawie sprzedaży towarów opatrzonej 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. Przystąpienie do takiej sieci przez nowego dystrybutora uwarunkowane jest jego zobowiązaniem do urządzenia i wystroju lokalu restauracyjnego według wskazówek franczyzodawcy, jak też wytwarzania sprzedawanych produktów żywnościowych według ściśle określonych przepisów czy posługiwania się spójnymi dla sieci narzędziami marketingowymi. W zamian franczyzobiorca otrzymuje prawo posługiwania się znaną na całym świecie nazwą McDonald's, która do pewnego stopnia gwarantuje sukces prowadzonej przez niego działalności.

ustalenie ceny odsprzedaży (ang. *resale price maintenance* lub klauzule typu *RPM*) – postanowienie w porozumieniu wertykalnym, na mocy którego dostawca nakłada na nabywcę obowiązek sprzedaży towarów po cenie sztywnej lub minimalnej. Stosowanie klauzul tego rodzaju należy do grupy najpoważniejszych naruszeń prawa konkurencji. Zob. też *klauzule typu hard-core, cena sztywna*.

uzgodniona praktyka – praktyka przedsiębiorców polegająca na podobnym ich działaniu w tym samym (lub zbliżonym) czasie, np. podwyżka lub obniżka cen towarów, ograniczenie wielkości produkcji, wycofanie się przedsiębiorców z rynku. Nie jest ona wynikiem umowy przedsiębiorców, lecz cichego przyzwolenia danej branży na postępowanie w określony sposób. Na przykład skutkiem uzgodnionej praktyki producentów cukru jest wprowadzenie przez kilka cukrowni w podobnym czasie zmiany ceny lub ograniczenie podaży w okresie największego zapotrzebowania na ten towar. I tak, jeżeli dla podobnego zachowania producentów nie istnieje obiektywne uzasadnienie (jak np. wzrost ceny buraków cukrowych w skupie w związku z nieudanymi zbiorami), może ono zostać uznane za uzgodnioną praktykę skierowaną na ograniczenie konkurencji na rynku. Zob. też *zachowanie paralelne*.

wyłączenia grupowe – zob. *rozporządzenia w sprawie wyłączeń grupowych*.

wyłączenia indywidualne – mechanizm pozwalający na uznanie określonego porozumienia, które może mieć charakter antykonkurencyjny, za zgodne z prawem. Ocena przeprowadzana jest samodzielnie przez przedsiębiorców na podstawie następujących czterech kryteriów:

- porozumienie przyczynia się do polepszenia produkcji lub dystrybucji produktów bądź stymuluje postęp techniczny lub gospodarczy,
- konsumenci otrzymują w słusznej części wymierne korzyści z porozumienia,
- ograniczenia nakładane na strony porozumienia są proporcjonalne do celów, którym porozumienie ma służyć,

- porozumienie nie skutkuje eliminacją konkurencji w stosunku do znacznej części danych produktów.

Spełnienie wszystkich z ww. wymienionych kryteriów pozwala uznać dane porozumienie za zgodne z prawem konkurencji. Na przykład przepisy prawa konkurencji zezwalają, co do zasady, aby klauzule w sprawie zakazu konkurencji obowiązywały w porozumieniach wertykalnych na czas nie dłuższy niż 5 lat. Wyobraźmy sobie jednak przypadek wprowadzenia na rynek systemu wentylacji przeciwpożarowej, niestylizowanego skomplikowanego technologicznie i wymagającego wieloletnich badań. Jego producent poniósł ogromne koszty związane z opracowaniem tego produktu i zainteresowany jest pozyskaniem dystrybutorów, którzy będą promować tylko jego system i zobowiążą się do niesprzedawania klientom produktów konkurencyjnych firm przez 10 lat od podpisania umowy dystrybucyjnej. Producent jest bowiem w stanie udowodnić na gruncie ww. czterech kryteriów zgodność z prawem konkurencji takiej klauzuli. Zob. też *porozumienia ograniczające konkurencję*.

wymiana informacji – praktyka polegająca na wymianie tajnych informacji handlowych przez przedsiębiorców. Jest zakazana, jeżeli obejmuje dane m.in. na temat kształtowania cen, polityki rabatowej, warunków sprzedaży towarów kontrahentom, planów marketingowych. Przekazywanie tego typu informacji pozwala bowiem przedsiębiorcom na koordynację działań na rynku, a więc osiąga ten sam skutek, co porozumienie ograniczające konkurencję. Stosowanie tego rodzaju praktyki zakwestionowane zostało na przykład przez paryski sąd apelacyjny, który w grudniu 2006 roku ukarał trzech operatorów telefonii komórkowej działających we Francji grzywną w wysokości ponad 530 tysięcy euro za uczestniczenie w systematycznej wymianie informacji o pozyskanych abonentach i tych planujących zmianę operatora. W ocenie francuskiego sądu taka praktyka pozwalała przedsiębiorcom na podejmowanie wspólnych działań na rynku, a więc wywierała skutek porozumienia ograniczającego konkurencję. Zob. też *porozumienia ograniczające konkurencję*.

zachowanie paralelne – działania przedsiębiorców, które wykazują podobieństwa w ich zachowaniu. Na przykład producent cukru X podnosi cenę za tonę tego produktu o 100 złotych, a gdy informacja ta dociera do producenta Y, ten również decyduje się na wprowadzenia takiej samej podwyżki. Oba producentów nie łączy zmowa cenowa, choć skutek naśladownictwa cenowego opisane- go w tym przykładzie jest taki, jakby rzeczywiście przedsiębiorcy uczestniczyli w porozumieniu ograniczającym konkurencję. Istotą zachowania paralelnego jest jednak to, że decyzja przedsiębiorcy w sprawie naśladowania działań innego podmiotu jest zawsze podejmowana indywidualnie, a nie w uzgodnieniu z innym uczestnikiem rynku. Zob. też *porozumienia ograniczające konkurencję, uzgodniona praktyka*.

zakaz konkutowania – zobowiązanie do powstrzymania się od wytwarzania, zakupu lub sprzedaży towarów uznawanych za substytuty wobec produktów objętych danym porozumieniem, zwykle wertykalnym. Klauzula tego typu jest zgodna z prawem konkurencji, jeżeli spełnia warunki określone w rozporządzeniach w sprawie wyłączeń grupowych. Zobowiązanie tego rodzaju może być nakładane albo na dostawcę, albo na nabywcę. Ilustruje je następujący przypadek: umowa dystrybucyjna zawierana przez producenta proszku do prania X zobowią-

zuje dystrybutorów do niesprzedawania proszków wyprodukowanych przez konkurentów tego producenta. Zakaz konkutowania będzie miał miejsce również w sytuacji, gdy dystrybutor zobowiązany zostanie do dokonywania ponad 80% zakupów proszku do prania tylko u tego producenta. Postanowienie tego rodzaju faktycznie bowiem ograniczy możliwość dystrybutora do nabywania i odsprzedaży towarów konkurencyjnych. Zob. też *substytut, porozumienia wertykalne (pionowe), porozumienia horyzontalne (poziome), rozporządzenia w sprawie wyłączeń grupowych*.

zmowa przetargowa – forma porozumienia ograniczającego konkurencję z udziałem przedsiębiorców uczestniczących w przetargach. Może polegać albo na uzgodnieniu warunków przetargu z zamawiającym, albo na wspólnych ustaleniach oferentów. Pierwszą sytuację ilustruje przykład: szpital, rozpisując przetarg na zakup sprzętu medycznego, umawia się z wybranym dostawcą sprzętu, że to jego towar zostanie wybrany w procedurze przetargowej. W drugim przypadku przykładem jest nieformalne porozumienie się firm budowlanych uczestniczących w przetargu na budowę mostu w sprawie ceny, jaką „branża” powinna zaoferować za realizację takiego przedsięwzięcia. Zob. też: *porozumienia ograniczające konkurencję*.

POZYCJA DOMINUJĄCA

art. 82 Traktatu WE – postanowienia Traktatu ustanawiającego Wspólnotę Europejską stanowiące podstawę prawną do prowadzenia postępowania z zakresu nadużywania pozycji dominującej. Art. 82 Traktatu WE uznaje za niezgodne z prawem nadużywanie przez jedno lub większą liczbę przedsiębiorstw pozycji dominującej na wspólnym rynku lub na znacznej jego części, jeżeli może wpływać na handel między państwami członkowskimi. Odpowiednikiem tego przepisu w ustawie o ochronie konkurencji i konsumentów jest art. 9. Zob. też *pozycja dominująca, nadużycie pozycji dominującej, art. 81 Traktatu WE*.

bait pricing – oferowanie produktu A po niskiej cenie z zamiarem skłonienia klienta do zakupu towaru B również będącego w ofercie tego przedsiębiorcy. Praktyka ta, gdy stosowana jest przez podmiot dominujący, może mieć na celu eliminację konkurentów oferujących substytut produktu B. W takiej sytuacji będzie więc ona przejawem nadużycia zajmowanej przez przedsiębiorcę siły rynkowej. Jeżeli zaś *bait pricing* stosowane jest przez podmiot niedominujący, wtedy pozostaje w zgodzie z regułami prawa konkurencji. Stanowisko takie zajęła Komisja Europejska np. w sprawie przeciwko producentowi głośników B&W, który zakazał swoim dystrybutorom stosowania w salonach sprzedaży przynęt cenowych w celu przyciągnięcia klientów. Komisja uznała zakaz tego rodzaju za zbyt daleko idącą ingerencję producenta w wolność handlową dystrybutora. Zob. też *pozycja dominująca, nadużycie pozycji dominującej, art. 82 Traktatu WE*.

bariery wejścia na rynek – okoliczności utrudniające przedsiębiorcy wejście na rynek. Istnienie ich naturalnie wzmacnia pozycję przedsiębiorców już na nim obecnych. Najważniejsze z barier wejścia to: po pierwsze, bariery prawne (np. konieczność uzyskania zezwoleń niezbędnych, aby rozpocząć działalność danego rodzaju); po drugie, konieczność posiadania specjalistycznej wiedzy oraz zna-

jomość technologii niezbędnych do rozpoczęcia danej działalności (np. produkcja specjalistycznego sprzętu medycznego czy innowacyjnych leków); po trzecie, lojalność konsumentów wobec danej marki (często klienci przedsiębiorców już obecnych na danym rynku mogą wykazywać przywiązanie do ich marki; powoduje to, że wejście na rynek nowego gracza może być faktycznie trudne).

cena nadmiernie wygórowana – cena, której nadmierna wysokość nie jest możliwa do uzasadnienia na podstawie obiektywnych kalkulacji (zwykle powinna opierać się na analizie kosztów poniesionych przez przedsiębiorcę w procesie wytwarzania danego towaru). Stosowanie cen nadmiernie wygórowanych narusza prawo konkurencji, gdy oferuje je przedsiębiorca dominujący. W ten sposób nadużywa on bowiem swojej siły rynkowej. Badanie, czy określona cena jest w istocie nadmiernie wygórowana, odbywa się na podstawie analizy kosztów ponoszonych przez przedsiębiorcę w procesie wytwarzania danego towaru i porównywania ofert, np. jeżeli przedsiębiorstwo wodno-kanalizacyjne w określonej gminie podnosi drastycznie cenę za dostawę wody, należy się przyjrzeć, czym owa podwyżka jest spowodowana. Może bowiem być uzasadniona np. inwestycją gminy w budowę nowego wodociągu. Brak obiektywnego uzasadnienia takiej podwyżki będzie jednak sugerował, że przedsiębiorstwo wodno-kanalizacyjne nadużyło swojej siły rynkowej. Zob. też *pozycja dominująca, nadużycie pozycji dominującej, art. 82 Traktatu WE*.

cena rażąco niska (drapieżna) – cena ustalona na bardzo niskim poziomie w celu wyeliminowania z rynku konkurentów. Na stosowanie takiej praktyki może sobie pozwolić, co do zasady, jedynie przedsiębiorca dominujący. Godzi się on bowiem na mniejszy zysk ze sprzedaży towarów tylko dlatego, że widzi perspektywę eliminacji z rynku przedsiębiorców konkurencyjnych. Zwykle, gdy osiągnięcie tego celu następuje, ceny oferowane

przez dominanta wzrastają. W języku potocznym cena drapieżna bywa nazywana ceną dumpingową, który to termin jest jednak błędnie używany w omawianym kontekście. Cena dumpingowa nie jest bowiem pojęciem z dziedziny prawa konkurencji, lecz prawa międzynarodowego handlowego. Oznacza sprzedaż towarów na rynek innych państw poniżej kosztów ich wytworzenia z zamiarem „pogrążenia” danego sektora gospodarki w innych krajach. Zob. też *pozycja dominująca, nadużycie pozycji dominującej*, art. 82 Traktatu WE, *cena nadmiernie wygórowana*.

delivered pricing – system oferowania przez dostawcę cen towarów, które uwzględniają koszty dostawy. Taka polityka może budzić wątpliwości na gruncie prawa konkurencji, gdy stosuje ją dominujący dostawca, a w finalnym rozrachunku ceny te okazują się nadmiernie wygórowane. Na przykład: w danej miejscowości jest tylko jeden skład z materiałami budowlanymi i to w nim zaopatrują się wszyscy klienci z tej miejscowości i jej okolic. Skład oferuje materiały budowlane wyłącznie z dostawą. Powoduje to, że cena jest niewspółmiernie wyższa od oferowanej przez podobne składy w innych miejscowościach. Tam bowiem kupujący może odebrać towary własnym transportem i oszczędzić, nie płacąc za dodatkową usługę dostawcy. Zob. też *pozycja dominująca, nadużycie pozycji dominującej*, art. 82 Traktatu WE, *cena nadmiernie wygórowana*.

doktryna essential facility – koncepcja, która przywoływana jest w sprawach przeciwko podmiotom o pozycji monopolistycznej. Termin *essential facility* oznacza tu posiadanie przez monopolistę dobra X (np. sieci wodno-kanalizacyjnej), bez dostępu do którego nie jest możliwe prowadzenie działalności przez inne podmioty. Ważne jest, że wytworzenie dobra podobnego do X przez innych przedsiębiorców nie jest możliwe lub jest niezmieennie trudne (takim będzie bez wątpienia budowa drugiej sieci wodno-kanalizacyjnej na danym obszarze). Przejawem nadużycia posiadanej siły rynkowej przez monopolistę jest zatem nieuzasadniona odmowa dostępu do dobra X innym

przedsiębiorcom. Doktryna *essential facility* ma najczęściej zastosowanie w sytuacjach ograniczania dostępu do infrastruktury telekomunikacyjnej, energetycznej, transportowej czy – jak w powyższym przykładzie – wodno-kanalizacyjnej przez właścicieli tych sieci. Zob. też *monopol, nadużycie pozycji dominującej*, art. 82 Traktatu WE.

dyskryminacja – praktyka polegająca na odmiennym traktowaniu parterów handlowych przedsiębiorcy. Jej skutkiem jest stworzenie kontrahentom nierównych warunków do prowadzenia działalności, a więc ograniczenie im możliwości efektywnego konkurowania. Stosowanie takiej praktyki budzi ryzyko na gruncie prawa konkurencji, gdy jest ona stosowana przez podmiot dominujący. Jeżeli więc dominujący producent drożdży sprzedaje swój produkt do kilkunastu hurtowni spożywczych po różnej cenie lub oferuje im odmienne warunki płatności (jedne hurtownie muszą płacić gotówką, inne mają odroczony termin płatności), taki system jest przejawem dyskryminacji. Praktyka tego rodzaju jest dopuszczalna tylko wtedy, gdy odmienne traktowanie jest obiektywnie uzasadnione. Na przykład różne wielkości zakupów dokonanych przez kontrahentów w danym okresie mogą uzasadniać różne poziomy upustów, jakich dostawca udziela takim przedsiębiorcom. Zob. też *pozycja dominująca, nadużycie pozycji dominującej*.

efekty sieciowe – ze zjawiskiem takim mamy do czynienia, gdy znaczenie danej usługi lub towaru oferowanych przez przedsiębiorcę uzależnione jest od liczby ich użytkowników. Na przykład użyteczność sieci telefonii komórkowej dla nowego operatora jest niewielka, gdy obejmuje tylko jednego abonenta, wzrasta natomiast w miarę dołączania się nowych abonentów. Podobną zależność można zaobserwować w przypadku budowania sieci telewizji kablowej. W początkowej fazie rozwoju sieci kluczowym celem operatora jest zatem zwiększanie liczby użytkowników. Zwykle odbywa się ono kosztem strat finansowych poniesionych na tym etapie, które w późniejszej fazie rozwoju sieci zostaną zrekompensowane dzięki zbudowa-

niu dużej bazy klientów. Godzenie się przedsiębiorcy na poniesienie tych strat nie powoduje naruszenia przez niego prawa konkurencji.

kolektywna pozycja dominująca – polega na tym, że kilku przedsiębiorców przyjmuje wspólne założenia prowadzonej polityki i razem (kolektywnie) zachowują się w znacznym stopniu niezależnie od innych uczestników rynku, a więc konkurentów, kontrahentów oraz konsumentów. Zjawisko kolektywnej pozycji dominującej zwykle występuje na rynkach zdominowanych przez tylko kilku graczy. Na przykład, w świetle postanowień Prezesa UOKiK, trzech operatorów telefonii komórkowej – PTK Centertel, PTC oraz Polkomtel – ma kolektywną pozycję dominującą na niektórych rynkach usług telekomunikacyjnych. Trudność spraw z tego zakresu polega na zdolności udowodnienia, że realizacja polityki przez przedsiębiorców wynika ze wspólnej siły rynkowej, nie jest zaś skutkiem zakazanego porozumienia pomiędzy tymi podmiotami. Taki błąd w ocenie sprawy popełniła Komisja Europejska np. w sprawie Italian Flat Glass, za który przyszło zapłacić wspólnotowemu organowi ochrony konkurencji uchyleniem jego decyzji przez Sąd Pierwszej Instancji.

nadużycie pozycji dominującej – działania przedsiębiorcy posiadającego pozycję dominującą na rynku właściwym, skutkujące zakłóceniem mechanizmów wolnej konkurencji. Nadużywanie takie może polegać w szczególności na:

- narzucaniu cen nadmiernie wygórowanych lub rażąco niskich,
- ograniczaniu wielkości produkcji towarów,
- dyskryminowaniu partnerów handlowych,
- zawieraniu umów wiązanych.

Zob. też *pozycja dominująca*, art. 82 Traktatu WE, *cena nadmiernie wygórowana*, *cena rażąco niska* (drapieżna), *dyskryminacja*, *ograniczenie wielkości produkcji lub zbytu*, *monopol*.

odmowa sprzedaży – zachowanie polegające na odmowie realizacji dostawy lub sprzedaży na rzecz odbiorcy zamawiającego towar tego przed-

siębiorcy. Praktyka tego rodzaju budzi zastrzeżenia na gruncie prawa konkurencji, jeżeli jest stosowana przez rynkowego dominanta i nie istnieje dla niej obiektywne uzasadnienie, takie jak np. brak towaru w magazynie dostawcy czy nieuiszczenie należności za poprzednie dostawy przez odbiorcę etc. Zob. też *doktryna essential facility*.

pozycja dominująca – szczególna siła rynkowa przedsiębiorcy, która umożliwia mu prowadzenie działalności w zasadzie niezależnie od innych uczestników rynku, a więc bez brania pod uwagę decyzji podejmowanych przez konkurentów, kontrahentów oraz konsumentów. W świetle wspólnotowego i polskiego prawa konkurencji posiadanie pozycji dominującej nie jest zakazane. Niedozwolone jest natomiast jej nadużywanie. Zgodnie z art. 4 pkt. 10 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów domniemywa się, że jeżeli udział przedsiębiorcy w rynku przekracza 40% ma on pozycję dominującą. Termin „domniemywa się” oznacza, że jego przekroczenie automatycznie nie przesądza jeszcze o dominacji. Tę należy bowiem udowodnić na podstawie analizy całokształtu sytuacji panującej na danym rynku, a przede wszystkim oceny jego struktury oraz istnienia barier wejścia. Na przykład udział spółki A w rynku produkcji nawozów sztucznych na poziomie 45% nie musi od razu oznaczać dominacji tego przedsiębiorcy, jeżeli jego dwaj konkurenci mają odpowiednio po 35% i 20% udziału w rynku. Ich siła stanowi bowiem realną przeciwwagę dla decyzji podejmowanych przez producenta A. Z drugiej zaś strony, ten sam producent A z udziałem w rynku na poziomie 45% będzie mógł być uznany za dominanta w sytuacji, gdy każdy z pozostałych piętnastu konkurujących z nim producentów nawozów sztucznych ma niewielki udział w tym rynku (ok. 1–2%). Zob. też *nadużycie pozycji dominującej*, art. 82 Traktatu WE.

price squeezing – praktyka dominującego dostawcy surowca lub półproduktu, który jest również producentem towaru finalnego X. Polega ona na oferowaniu ceny produktu X na niskim poziomie dzięki temu, że dominant nie odzwierciedla w niej kosztów surowców lub półproduktów, które

sam wytwarza. Na przykład dominująca fabryka szkła ma spółkę, która zajmuje się produkcją okien. W związku z posiadaną siłą rynkową fabryki na rynku produkcji szkła, ceny okien wytwarzanych w tej fabryce znacznie odbiegają od ceny konkurencyjnych producentów okien, którzy, ustalając cenę swoich towarów, nie mogą sobie pozwolić na nieodzwierciedlenie ceny zakupu szkła. Stosowanie praktyki tego rodzaju jest więc przejawem nadużycia pozycji dominującej przez producenta szkła. Zob. też *pozycja dominująca, nadużycie pozycji dominującej*, art. 82 Traktatu WE, *cena rażąco niska (drapieżna)*.

rabaty docelowe (*target rebates*) – forma polityki rabatowej stosowanej przez przedsiębiorcę. Polega na ustaleniu wielkości lub wartości zamówień, których zrealizowanie w danym okresie uprawnia odbiorcę towaru do uzyskania upustu. Stosując praktykę tego rodzaju, dostawca z reguły określa wartość lub wielkość zamówień na poziomie wyższym od tego, który obowiązywał w poprzednim okresie. Rabaty docelowe stanowią naruszenie prawa konkurencji, jeżeli stosowane są przez dominującego dostawcę. W ten sposób bowiem wiążą one odbiorcę z dostawcą i zniechęcają go do zakupów u konkurentów. Mechanizm rabatów docelowych obrazuje sytuacja: dystrybutor rowerów otrzyma rabat od importera Y za sprzedaż towarów w roku 2007 tylko wtedy, gdy poziom sprzedanych produktów w tym roku przekroczy 200 sztuk. W roku 2006 dystrybutor sprzedał 180 rowerów i otrzymał upust za osiągnięcie takiego progu sprzedaży. W roku 2007 dostawca postanowił więc podnieść poprzeczkę dla swojego dystrybutora. Rabat docelowy powoduje zatem, że z praktycznego punktu widzenia odbiorca nie realizuje zakupów towarów u innych dostawców. Wtedy przecież ryzykowałby nieosiągnięciem pułapu zakupu u dostawcy, a więc nieotrzymaniem rabatu.

rabaty ilościowe – najczęściej stosowana forma polityki rabatowej. Polega na ustaleniu wielkości rabatu dla odbiorcy w zależności od ilości zamówionego przez niego lub sprzedanego towaru.

Na przykład dostawca X postanawia, że za każdą tonę zakupionego cementu hurtownik będzie dostawał rabat w wysokości 5% ceny towaru. System rabatów ilościowych jest, co do zasady, neutralny z punktu widzenia prawa konkurencji, gdyż nie prowadzi do zakłócenia reguł gry rynkowej. Wspiera wręcz konkurencję pomiędzy dostawcami, gdyż każdy z nich, udzielając rabatów ilościowych swoim odbiorcom, stara się przyciągnąć w ten sposób nowego kontrahenta do współpracy. Ponadto stymuluje konkurencję pomiędzy odbiorcami, zachęcając ich do działań sprzedażowych. System rabatów ilościowych zostanie jednak zakwestionowany na gruncie prawa konkurencji, jeżeli stosuje go podmiot o pozycji dominującej, który ustala niejasne zasady udzielania rabatów swoim odbiorcom, prowadzące do ich dyskryminacji. Sprawa tego rodzaju miała miejsce w przypadku spółki PKP Cargo, która udzielała upustów w różnej wysokości swoim kontrahentom bez obiektywnego uzasadnienia tak nierównego ich traktowania. Zob. też *dyskryminacja, pozycja dominująca*.

rabaty lojalnościowe – forma polityki rabatowej polegająca na udzieleniu rabatu odbiorcy w zamian za jego zobowiązanie do nabywania towarów tylko od jednego dostawcy. Dostawca nagradza w taki sposób lojalność odbiorcy wobec siebie. Rabaty lojalnościowe, tak jak i docelowe, stanowią naruszenie prawa konkurencji w sytuacji, gdy są stosowane przez rynkowych dominantów. Faktycznie bowiem prowadzą one do zniechęcenia odbiorcy do zakupu towarów u konkurentów dostawcy. Mechanizm rabatów lojalnościowych zakwestionowany został przez Komisję Europejską m.in. w sprawie przeciwko spółce British Airways, która nagradzała w ten sposób lojalność biur podróży za sprzedaż biletów lotniczych tego przewoźnika (dominującego na rynku brytyjskim). Zob. też *rabaty docelowe (*target rebates*), pozycja dominująca*.

subsydiowanie skrośne – praktyka cenowa najczęściej stosowana przez przedsiębiorców z tzw. sektorów regulowanych (np. usługi pocztowe, te-

lekomunikacyjne). Polega na ustalaniu cen za usługi dla poszczególnych grup odbiorców na poziomie odbiegającym od ponoszonych kosztów z takim skutkiem, że odbiorcy płacący zawyżone ceny subsydują odbiorców, którzy płacą niższe ceny. Przykładem takiej praktyki będzie ustalenie przez operatora telekomunikacyjnego stawek za połączenia lokalne na poziomie „sztucznie” niskim i odbiegającym od kosztów realizacji połączeń przy jednoczesnym określeniu taryf za połączenia międzynarodowe na poziomie nadmiernie wysokim.

umowy wiązane typu bundling – forma sprzedaży polegająca na dążeniu do sprzedawania dwóch lub większej liczby produktów jednocześnie w taki sposób, że towary A i B oferowane są po cenie, która jest niższa niż suma cen tych produktów nabywanych osobno. Praktyka tego rodzaju może stanowić naruszenie prawa konkurencji, gdy stosuje ją podmiot dominujący. Modelową sprawą, w której taki system sprzedaży został zakwestionowany przez Komisję Europejską, jest postępowanie Microsoft. Polegało ono na oferowaniu systemów operacyjnych PC wraz z przeglądarką internetową. Komisja uznała, że w związku z posiadaniem przez spółkę Microsoft ponad 90% udziałem w światowym rynku systemów operacyjnych PC nadużywa ona pozycji rynkowej, wiążąc ze swoim wiodącym produktem inny produkt (przeglądarkę). Skutkiem

takiej praktyki było, w ocenie Komisji, ograniczenie konkurencji na rynku przeglądarek. Zob. też *pozycja dominująca, nadużycie pozycji dominującej, art. 82 Traktatu WE*.

umowy wiązane typu tying – forma sprzedaży polegająca na dążeniu do sprzedawania dwóch lub większej liczby produktów jednocześnie. Realizowana jest przez przedsiębiorcę w taki sposób, że zobowiązuje on klientów do zakupu produktu A wraz z produktem B. Praktyka ta stanowi naruszenie prawa konkurencji, gdy stosuje ją podmiot dominujący na rynku. Taki system sprzedaży ilustruje następujący przypadek: spółka X wydzierżawia mleczarniom maszyny do produkcji opakowań kartonowych do mleka i jednocześnie zastrzega w umowie, że warunkiem jej realizacji będzie nabywanie papieru do produkcji tych opakowań wyłącznie od niej. Przedsiębiorca X ma dominującą pozycję na rynku produkcji papieru. Na rynku tym obecnych jest również kilku innych, mniejszych przedsiębiorców, którzy oferują klientom papier tej samej jakości co spółka X, lecz w niższej cenie. System sprzedaży wiązanej zastosowany przez firmę X w umowach z mleczarniami skutecznie ich jednak pozbawia możliwości sprzedaży mleczarniom papieru do produkcji opakowań do mleka. Zob. też *pozycja dominująca, nadużycie pozycji dominującej, art. 82 Traktatu WE*.

INDEKS

art. 81 Traktatu WE	15	konsument	6
art. 82 Traktatu WE	22	kontrola	12
<i>bait pricing</i>	22	<i>leniency</i>	17
bariery wejścia na rynek	22	liberalizacja	6
cena maksymalna	15	monopol	7
cena minimalna	15	nadużycie pozycji dominującej	24
cena nadmiernie wygórowana	22	niezapowiedziana kontrola	7
cena rażąco niska (drapieżna)	22	obowiązek zgłoszeniowy	12
cena rekomendowana (sugerowana)	15	odmowa sprzedaży	24
cena sztywna	15	ograniczenie terytorialne	17
decyzja Prezesa UOKiK	5	ograniczenie wielkości produkcji lub zbytu	17
decyzja Prezesa UOKiK		oligopol	7
w sprawie koncentracji	11	organ ochrony konkurencji	7
<i>delivered pricing</i>	23	podział rynku	17
doktryna <i>essential facility</i>	23	połączenie (fuzja)	12
doktryna <i>legal privilege</i>	15	porozumienia bagatelne	
doktryna skutku (<i>effect doctrine</i>)	15	(doktryna <i>de-minimis</i>)	18
dyskryminacja	23	porozumienia dystrybucyjne	18
dystrybucja selektywna	16	porozumienia horyzontalne (poziome)	18
efekty sieciowe	23	porozumienia ograniczające konkurencję	18
Europejska Sieć Konkurencji	5	porozumienia wertykalne (pionowe)	19
Europejski Trybunał Sprawiedliwości (ETS)	5	porozumienie	7
gmina	5	postępowanie antymonopolowe	8
grupa kapitałowa	11	postępowanie w sprawie koncentracji	12
holding	16	postępowanie wyjaśniające	8
import równoległy	16	pozycja dominująca	24
interes publiczny	5	praktyki ograniczające konkurencję	8
istotne ograniczenie konkurencji	11	prawo konkurencji	8
<i>joint venture</i>	11	Prezes UOKiK	8
kara pieniężna	5	<i>price squeezing</i>	24
kartel	16	próg zgłoszeniowy	12
klauzule typu <i>hard-core</i>	16	przedsiębiorca	9
klauzule typu RPM	17	przejęcie kontroli	12
klauzule w sprawie wyłączności	17	rabaty docelowe (<i>target rebates</i>)	25
kolektywna pozycja dominująca	24	rabaty ilościowe	25
Komisja Europejska	6	rabaty lojalnościowe	25
koncentracja	6	rozporządzenia grupowe	19
koncentracja horyzontalna	11	rozporządzenia w sprawie	
koncentracja konglomeratowa	11	wyłączeń grupowych	19
koncentracja wertykalna	12	Rozporządzenie nr 1/2003	9
koncern	17	Rozporządzenie nr 139/2004	9
konkurenci	6	rynek właściwy	9
konkurencja	6	Sąd Ochrony Konkurencji i Konsumentów	9

Sąd Pierwszej Instancji	9	Urząd Ochrony Konkurencji i Konsumentów	10
sektorowe badanie rynku	19	ustalenie ceny odsprzedaży	20
substytut	10	ustawa o ochronie konkurencji	
subsydiowanie skrośne	25	i konsumentów	10
test bagatelności	19	ustawa o zwalczaniu nieuczciwej	
test SSNIP	13	konkurencji	10
towar	10	uzgodniona praktyka	20
Traktat amsterdamski	10	wyłączenia grupowe	20
Traktat WE	10	wyłączenia indywidualne	20
Traktat z Maastricht	10	wymiana informacji	20
Traktaty rzymskie	10	wymiar wspólnotowy koncentracji	13
uchwała albo inne akty związków		zachowanie paralelne	21
przedsiębiorców lub		zakaz konkurowania	21
ich organów statutowych	19	zamiar koncentracji	13
umowy franczyzowe	19	zasada <i>one-stop-shop</i>	13
umowy wiązane typu <i>bundling</i>	26	zgłoszenie zamiaru koncentracji	14
umowy wiązane typu <i>tying</i>	26	zmowa przetargowa	21

ORGANY OCHRONY KONKURENCJI

POLSKA

URZĄD OCHRONY KONKURENCJI I KONSUMENTÓW

Pl. Powstańców Warszawy 1
00-950 Warszawa
Tel. (22) 556 08 00
Fax: (22) 826 50 76
E-mail: uokik@uokik.gov.pl

DELEGATURY UOKIK

DELEGATURA W BYDGOSZCZY

ul. Jagiellońska 34
85-097 Bydgoszcz
Tel.: (52) 345 56 44, 325 42 67
Fax: (52) 345 56 17
E-mail:
bydgoszcz@uokik.gov.pl

DELEGATURA W GDAŃSKU

ul. Podwałe Przedmiejskie 30
80-824 Gdańsk
Tel.: (58) 301 51 75
Fax: (58) 346 29 32
E-mail: gdansk@uokik.gov.pl

DELEGATURA W KATOWICACH

ul. Powstańców 41a
40-024 Katowice

Tel.: (32) 255 26 47,
(32) 256 46 96, (32) 255 44 04
Fax: (32) 256 37 64
E-mail: katowice@uokik.gov.pl

DELEGATURA W KRAKOWIE

Pl. Szczepański 5
31-011 Kraków
Tel.: (12) 422 96 16,
(12) 421 75 79
Fax: (12) 421 75 79,
(12) 421 74 98
E-mail:
krakow@uokik.gov.pl

DELEGATURA W LUBLINIE

ul. Dolna 3-go Maja 5
20-079 Lublin
Tel.: (81) 532 35 31,
(81) 532 54 48
Fax: (81) 532 08 26
E-mail: lublin@uokik.gov.pl

DELEGATURA W ŁODZI

ul. Piotrkowska 120
90-006 Łódź
Tel.: (42) 636 36 89,
(42) 637 51 51
Fax: (42) 636 07 12
E-mail: lodz@uokik.gov.pl

DELEGATURA W POZNANIU

ul. Zielona 8
61-851 Poznań
Tel.: (61) 852 15 17, (61) 852 77 50
Fax: (61) 851 86 44
E-mail: poznan@uokik.gov.pl

DELEGATURA W WARSZAWIE

Pl. Powstańców Warszawy 1
00-950 Warszawa
Tel.: (22) 826 89 54
Fax: (22) 827 67 41
E-mail:
warszawa@uokik.gov.pl

DELEGATURA WE WROCŁAWIU

ul. Walońska 3–5
50-413 Wrocław
Tel.: (71) 344 65 87
Fax: (71) 340 59 22
E-mail: wroclaw@uokik.gov.pl

UNIA EUROPEJSKA

Komisja Europejska
Dyrekcja Generalna
ds. Konkurencji
Rue Joseph II 70
1000 Bruksela
Belgia

