AGENCJE BRANDINGOWE I MARKETINGOWE – POSTĘPOWANIE UOKIK

* **Namawianie agencji brandingowych do rezygnacji z udziału w określonych konkursach.**
* **Organizowanie wymiany informacji, które mogło ograniczać konkurencję.**
* **To zarzuty UOKiK wobec Stowarzyszenia Komunikacji Marketingowej SAR. Urząd wszczął postępowanie przeciwko temu związkowi branżowemu.**

**[Warszawa, 18 grudnia 2019 r.]** Zgodnie z ustawą o ochronie konkurencji i konsumentów zakazane są porozumienia, których celem lub skutkiem jest wyeliminowanie, ograniczenie lub naruszenie w inny sposób konkurencji. Za tego typu porozumienia uważa się również uchwały lub inne działania  związku przedsiębiorców, ich organów statutowych czy samorządów zawodowych.

UOKiK wszczął postępowanie przeciwko Stowarzyszeniu Komunikacji Marketingowej SAR. Zrzesza ono ponad 130 podmiotów zajmujących się szeroko pojętymi usługami marketingowymi. Zastrzeżenia urzędu wzbudziły m.in. ustalenia dotyczące udziału agencji brandingowych w konkursach (nazywanych przez agencje marketingowe oraz klientów również przetargami).

Z informacji posiadanych przez UOKiK, zdobytych m.in. podczas przeszukań w siedzibach przedsiębiorców, wynika że stowarzyszenie namawiało agencje, żeby nie ubiegały się o zamówienia, w których nie była oferowana opłata za złożenie oferty (tzw. rejection fee).

- *Chciałbym podkreślić, że nie kwestionujemy faktu, że agencje brandingowe żądają opłaty za udział w przetargu. Może to być uzasadnione ze względu na nakład pracy konieczny do przygotowania oferty. Powinna to jednak być indywidualna decyzja każdej firmy, a nie wynikać z porozumienia. Ustalanie wspólnych zachowań, w tym rezygnacji z udziału w konkursie, w którym taka opłata nie została przewidziana może być niezgodne z prawem* – mówi Michał Holeksa, wiceprezes UOKiK.

Drugi zarzut dotyczy organizowania niedozwolonej wymiany informacji, nie tylko pomiędzy agencjami brandingowymi, ale wszystkimi zrzeszonymi w SAR. Stowarzyszenie udostępniło specjalną platformę elektroniczną, na której agencje marketingowe zamieszczały informacje, w jakich przetargach zamierzają wziąć udział, a w przypadku zgłoszenia na platformie przetargowej tego samego przetargu przez kilka agencji, SAR łączył je do wspólnego „pokoju przetargowego”. Wiedza o zachowaniu konkurentów mogła ograniczać konkurencję pomiędzy agencjami zrzeszonymi w SAR.

**Za stosowanie praktyk ograniczających konkurencję grozi kara finansowa do 10 proc. obrotu.** Praktyka SAR mogła mieć wpływ na handel między krajami UE, dlatego UOKiK prowadzi postępowanie w związku ze złamaniem przepisów polskich, jak i unijnych.

**Zawiadom UOKiK**

Dotkliwych sankcji można uniknąć dzięki [programowi łagodzenia kar](https://www.uokik.gov.pl/aktualnosci.php?news_id=13198) (leniency). Daje on przedsiębiorcy, a także menadżerom, którzy uczestniczą w nielegalnym porozumieniu, szansę zyskania statusu „świadka koronnego”. Pozwala to na całkowite uniknięcie kary pieniężnej lub jej obniżenie. Z programu można skorzystać pod warunkiem dostarczenia dowodów lub informacji dotyczących istnienia niedozwolonego porozumienia oraz współpracy z UOKiK. Przedsiębiorców i menadżerów zainteresowanych programem łagodzenia kar zapraszamy do kontaktu z urzędem. Pod specjalnym numerem telefonu 22 55 60 555 prawnicy UOKiK odpowiadają na wszystkie pytania dotyczące wniosków leniency, również anonimowe.

Jeżeli wiesz o niedozwolonym porozumieniu w swojej byłej lub obecnej firmie, zawiadom UOKiK. Urząd prowadzi program pozyskiwania informacji od anonimowych sygnalistów. Wejdź na <https://konkurencja.uokik.gov.pl/sygnalista/> i skorzystaj z prostego formularza. Zastosowany przez nas system gwarantuje, że twoja tożsamość nie zostanie ujawniona.