



Kodeks Antymonopolistyczny

Antitrust



Opracował: Francesco Muscarà

Zatwierdził: Maurizio Muscarà

Ustawodawstwo **antymonopolistyczne** definiuje dwa podstawowe zachowania niedozwolone – nadużycie pozycji dominującej oraz zawieranie porozumień ograniczających konkurencję. Zadaniem prawa antymonopolistycznego jest ochrona interesów obywateli – konsumentów oraz ochrona wolnej konkurencji. Powstawanie monopoli jest jednym z przejawów zagrożenia, dotyczącego na szerszą skalę porządku demokratycznego, to jest uzyskania przewagi na rynku przez prywatny podmiot monopolistyczny [Wikipedia].

Rabugino dąży do wypracowania wartości dla swych interesariuszy. Postawa antymonopolistyczna charakteryzuje nasze relacje wewnętrzne oraz relacje z zewnętrznymi stronami zainteresowanymi.

Exemplarz niniejszego dokumentu w wersji włoskiej i polskiej zostanie udostępniony wszystkim interesariuszom, poprzez umieszczenie go na stronie internetowej i / lub doręczenie bezpośrednio. Należy przetłumaczyć go na język miejscowy i przekazać wszystkim zainteresowanym stronom. Istotne jest, aby strony zainteresowane zapoznały się z niniejszym dokumentem i były świadome jego zapisów.

PRZECIWIW MONOPOLOM

I. CEL I OBSZAR STOSOWANIA

Rabugino uznaje i broni wartości, takich jak: wolna przedsiębiorczość i uczciwa konkurencja. W wielu krajach, będących obszarem działalności Rabugino, obowiązują prawa antymonopolistyczne, których celem jest zagwarantowanie wolności i konkurencji rynkowej, w interesie konsumentów i uczciwej konkurencji. Przedsiębiorstwa naruszające prawo podlegają wysokim grzywnom, ponadto mogą zostać pociągnięte do odpowiedzialności za szkody. W niektórych krajach naruszenie prawa antymonopolistycznego stanowi przestępstwo karne, zagrożone karą pozbawienia wolności.

Z tych wszystkich powodów Rabugino wymaga od swych pracowników stosowania zasad uczciwej konkurencji oraz postępowania nienaganego pod względem prawnym i etycznym, przy pełnym poszanowaniu obowiązującego prawa antymonopolistycznego. Rabugino pragnie prowadzić swą działalność w oparciu o zasady merytokracji i konkurencyjności, zdobywając klientów poprzez oferowanie produktu lepszego niż konkurencja.

Istotne jest również wrażliwość, jakie odnosi obserwator naszej działalności, dlatego wszyscy pracownicy i partnerzy Rabugino zobowiązani są do unikania wszelkich zachowań, które mogłyby zostać zinterpretowane jako naruszenie zasad wewnętrznych oraz obowiązujących przepisów prawnych w zakresie monopolu i konkurencji. Celem niniejszego dokumentu jest wskazanie wzorców prawidłowego postępowania.

Niniejszy dokument ma zastosowanie wobec pracowników Rabugino oraz wszystkich osób i przedsiębiorstw pracujących dla oraz w imieniu Rabugino (**STRONY ZAINTERESOWANE**).

II. RELACJE Z KONKURENCJĄ

Prawo antymonopolistyczne zakazuje określonych typów porozumień i zachowań pomiędzy przedsiębiorstwami konkurencyjnymi. Poniżej podano podstawowe zasady, obowiązujące w kontaktach z konkurencją.

Pierwszą i najistotniejszą decyzją, jaką Organizacja podejmuje w sposób samodzielny i niezależny, jest ustalanie cen. Niedozwolone jest formalne lub nieformalne porozumienie z konkurencją, dotyczące „ustaleń” lub „stabilizacji” cen, to jest porozumienie w ramach którego przedsiębiorstwa konkurencyjne wspólnie, a nie w sposób niezależny, ustalają ceny swych wyrobów i usług.

Uzgadnianie cen wyklucza konkurencję, jest niekorzystne dla konsumentów. Prawo antymonopolistyczne zakazuje uzgodnień dotyczących nie tylko cen, lecz również wszelkich warunków sprzedaży, mających wpływ na cenę, takich jak: rabaty, warunki płatności, terminy zmian cen i zawiadomień o zmianach, formuły kalkulacji cen etc.

Bezwzględnie obowiązujące jest więc ustalanie ceny lub marży w sposób niezależny, w oparciu o własne analizy, informacje zwrotne od klientów oraz informacje ogólnie dostępne. Niedozwolone jest porozumiewanie się z konkurencją w sprawie cen, ofert przetargowych, przychodów, podziału klientów lub obszarów rynku, lub innych warunków

sprzedaży. Dokonywanie powyższych uzgodnień, w sposób formalny lub nieformalny, jest bezwzględnie zabronione.

III. STOWARZYSZENIA BRANŻOWE

Stowarzyszenie branżowe to grupa osób lub przedsiębiorstw (nie wyłączając konkurencyjnych), spotykających się w celu dyskusowania na temat prowadzonej działalności gospodarczej.

Cele działalności stowarzyszeń branżowych oraz stowarzyszeń innego rodzaju są zgodne z prawem. Jednakże, uczestnictwo Organizacji w stowarzyszeniach tego rodzaju należy uznać za czynnik, wiążący się z ryzykiem – członkowie stowarzyszenia uczestniczą we wspólnych spotkaniach, w tym z przedsiębiorstwami konkurencyjnymi, na których mogą być poruszane tematy wrażliwe, takie jak na przykład:

- o *ceny, marże, prowizje, podatki i inne koszty;*
- o *procentowa wartość i termin podwyższenia lub obniżenia cen;*
- o *koszty i przychody;*
- o *warunki płatności;*
- o *sposoby płatności, plany (rzeczywiste lub potencjalne) i strategie cenowe;*
- o *oferty przetargowe.*

Pracownicy Organizacji nie mogą uczestniczyć lub w inny sposób wiązać się ze stowarzyszeniami branżowymi, bez uprzedniego uzyskania zgody. W razie uzyskania zgody należy postępować w sposób nie naruszający przyjętych przez firmę zasad antymonopolistycznych.

IV. KLIENCI I DOSTAWCY

Przedsiębiorstwo w sposób swobodny wybiera dostawców, poddostawców i klientów. Decyzje w tym zakresie podejmowane są w sposób niezależny, nie zawiera się porozumień z jednym lub więcej niż jednym przedsiębiorstwem konkurencyjnym.

a. NIEZAMIERZONE UZYSKANIE INFORMACJI

W wielu przypadkach Organizacja może wykorzystać informacje otrzymane od klienta, dostawcy lub poddostawcy. Jeżeli informacje takie zostały przekazane w sposób niezamierzony, należy podjąć odpowiednie działania.

Ponadto, niedozwolone jest korzystanie z pośrednictwa dostawcy lub poddostawcy w celu zdobycia informacji wrażliwych od konkurencji lub dotyczących konkurencji.

Pracownik Organizacji, który w sposób niezamierzony uzyskał od strony zainteresowanej informacje, dotyczące przedsiębiorstwa konkurencyjnego, kontaktuje się z nim i ustala, jakie działania mają zostać podjęte. Zwykle usunięcie wiadomości mailowej, przekazanie jej innym adresatom, lub wykorzystanie informacji bez konsultacji, może stać się źródłem problemów.

b. POROZUMIENIA O WZAJEMNOŚCI

Porozumienie o wzajemności polega na zawarciu uzgodnienia, że produkt zostanie zakupiony od dostawcy pod warunkiem, że dostawca zakupi produkt od klienta lub innego podmiotu powiązanego z klientem.

Prawo antymonopolistyczne zazwyczaj nie zezwala na tego typu porozumienia, ponieważ uderzają one w zasadę konkurencyjności – jedna ze stron jest zobowiązana do dokonania transakcji, której nie dokonałaby w warunkach niezależności.

Wszelkie decyzje zakupowe należy podejmować w oparciu o: cenę, jakość, warunki sprzedaży, niezawodność dostawcy. Niedozwolone jest zawieranie „porozumień” w celu wzajemnego zwiększenia przychodów. Organizacja dopuszcza podejmowanie decyzji zakupowych jedynie na podstawie wyżej wymienionych elementów.

c. UMOWY O WYŁĄCZNOŚĆ

Umowa o wyłączność polega na ograniczeniu prawa klienta lub dostawcy do relacji biznesowych z konkurencją, bez uzasadnionego powodu. Uzasadnionym powodem może być na przykład znacząca inwestycja wstępną.

Jeżeli w celu zapewnienia dostaw przedsiębiorstwo dokonuje znaczącej inwestycji wstępnej, może ono proponować zawarcie w zamian umowy o wyłączność. Umowy o wyłączność są dozwolone w określonych przypadkach.

V. PRAKTYKI JEDNOSTRONNE

STRATEGIA CEN ELIMINUJĄCYCH KONKURENCJĘ

Prawo antymonopolistyczne zakazuje zachowań monopolistycznych, między innymi: działań mających na celu uzyskanie monopolu, oraz nadużywania pozycji dominującej. Jednym z zachowań monopolistycznych jest stosowanie strategii cen eliminujących konkurencję - cena ustalana jest na bardzo niskim poziomie (zazwyczaj na pewien okres poniżej kosztów), w celu wyeliminowania istniejącej konkurencji lub niedopuszczenia do udziału w rynku nowych konkurentów. Jeżeli przedsiębiorstwa konkurencyjne nie są w stanie oferować cen na podobnym poziomie bez ponoszenia strat, są zmuszone do wycofania się z rynku lub nie wchodzenia na rynek.

Przedsiębiorstwo stosujące strategię zaniżonych cen zdobywa w ten sposób pozycję monopolistyczną. Strategia cen eliminujących konkurencję oraz inne zachowania monopolistyczne, są niedozwolone.

Zaniżanie cen, w celu wyeliminowania konkurentów oraz – w dalszej perspektywie – zdobycia pozycji monopolistycznej, nosi nazwę strategii cen eliminujących konkurencję. Jeżeli przedsiębiorstwo posiadające pozycję dominującą na rynku stosuje takie praktyki, stanowi to naruszenie prawa antymonopolistycznego. Organizacja nie zezwala pracownikom na stosowanie cen eliminujących konkurencję oraz innych praktyk, które mogłyby zostać uznane za wymierzone w konkurencję.

VI. WSPARCIE

Niektóre aspekty prawa antymonopolistycznego są złożone i niejednoznaczne. W razie wątpliwości należy zawsze prosić o wsparcie!

Pracownicy są zobowiązani do zgłaszania wiadomych im lub podejrzewanych przypadków naruszenia niniejszych zasad oraz

obowiązujących przepisów antymonopolistycznych, korzystając z kanałów **WHISTLE BLOWING POLICY**, aby można było podjąć problem jak najszybciej.

VII. ZASADY PODSTAWOWE

d. PRZEDSIĘBIORSTWA KONKURENCYJNE

- o Zakaz uzgadniania cen;
- o Zakaz podejmowania dyskusji na tematy wrażliwe (ceny, nakłady, marże, koszty, etc.);
- o Zakaz manipulacji przetargowych;
- o Zakaz uzgodnień w sprawie podziału rynku lub klientów;
- o Zakaz eliminowania z rynku konkurentów;
- o Zakaz postępowania się pośrednikami w celu zdobycia informacji o konkurencji.

e. STOWARZYSZENIA BRANŻOWE

- o Zakaz uczestniczenia bez uzyskania zgody;
- o W razie uczestnictwa – obowiązek przestrzegania zasad i praw antymonopolistycznych.

f. KLIENCI I DOSTAWCY

- o W przypadku niezamierzonego uzyskania informacji wrażliwych należy niezwłocznie skontaktować się z osobami odpowiedzialnymi.
- o Bez wyraźnej zgody:
 - zakaz zawierania wiążących porozumień;
 - zakaz porozumień o wzajemności;
 - zakaz zawierania umów o wyłączność.

g. WSPARCIE

- o Jeżeli podejrzewasz naruszenie zasad antymonopolistycznych lub nie jesteś pewien / pewna jak należy postąpić, działaj zgodnie z **WHISTLE BLOWING POLICY** w Kodeksie Postępowania Rabugino.