

# DLACZEGO WARTO PRZESTRZEGAĆ PRAWA KONKURENCJI

Praktyczne narzędzia pomagające mniejszym firmom działać zgodnie z prawem

ZESTAW NARZĘDZI ICC DLA MŚP

## Czy prawo konkurencji mnie dotyczy?

Prawo konkurencji – w niektórych krajach zwane też prawem antymonopolowym (antytrustowym) lub prawem praktyk handlowych – określa zasady, według których firmy powinny konkurować na właściwych sobie rynkach. Jego celem jest promowanie i ochrona niezakłóconej i uczciwej konkurencji oraz karanie firm za postępowanie osłabiające innowacyjność i szkodzące konsumentom.

### Prowadzę małą firmę, więc nie muszę się przejmować prawem konkurencji...? Nieprawda!

**W większości krajów prawo konkurencji stosuje się do wszystkich branż i wszystkich graczy rynkowych na każdym szczeblu. Oznacza to również małe i średnie firmy (MŚP), właśnie takie jak Twoja, oraz osoby prowadzące działalność gospodarczą.**

Postępowanie kierownictwa, pracowników i przedstawicieli firmy może prowadzić do naruszenia przez nią prawa konkurencji. To z kolei może narazić firmę i jej pracowników (z Tobą włącznie) na poważne kary finansowe, utratę renomy i postępowania sądowe, na przykład wytoczone przez tych, którzy są dla Ciebie najważniejsi, czyli klientów. W niektórych krajach mogą Ci grozić sankcje karne.

Przepisy ochrony konkurencji istnieją w ponad 140 krajach, a organy nadzoru mają coraz szersze uprawnienia, o czym wciąż przypominają nam media. Zrozumienie podstaw prawa konkurencji jest zatem bardzo ważne. Nawet mała firma może wdrożyć politykę lub program przestrzegania prawa konkurencji – i nie oznacza to wcale dużego wysiłku czy kosztów.

### **Kluczem jest zaangażowanie we właściwie postępowanie.**

Pomocne informacje można znaleźć w wielu źródłach, a praktyczne porady znajdujące się w niniejszym zestawie narzędzi ICC dla MŚP są tego dobrym przykładem. Zestaw ten nie stanowi porady prawnej – tej trzeba zasięgnąć u prawnika – ale wskazuje **trzy niebezpieczne obszary**, gdzie rodzą się ryzyka, i zawiera **praktyczne rady** pomagające rozpocząć podróż przez krainę prawa konkurencji.



# ZESTAW NARZĘDZI ICC DLA MŚP

**“Trzeba dwudziestu lat, by zbudować renomę firmy; wystarczy pięć minut, by ją zniszczyć. Jeśli będziesz o tym pamiętać, zaczniesz działać inaczej.” – Warren Buffett**

## **W biznesie opłaca się przestrzegać prawa konkurencji**

Celem prawa konkurencji jest stworzenie równych szans dla wszystkich i w konsekwencji umożliwienie rozwoju dynamicznych, konkurencyjnych i innowacyjnych rynków. Istotą przestrzegania prawa konkurencji jest właściwe postępowanie wobec klientów i uczciwa konkurencja na rynku.

Niewłaściwe postępowanie uderza w podstawy działalności biznesowej. Kary za jedno naruszenie mogą wynieść nawet 10% światowego obrotu firmy. Klienci, którzy ucierpieli z powodu niezgodnych z prawem praktyk, mogą wystąpić o odszkodowanie; reputacja pracowników, a nawet cała ich kariera może leć w gruzach. Przestrzeganie prawa pomaga uniknąć tego ryzyka lub je ograniczyć.

## **Przestrzeganie prawa konkurencji daje Ci przewagę i pomaga wygrać z tymi, którzy nie przestrzegają zasad.**

Rzetelne podejście do przestrzegania prawa konkurencji daje firmie:

- silną kulturę korporacyjną i zaangażowanie pracowników na rzecz uczciwości biznesowej. Umocni to Twoją renomę wśród istniejących i potencjalnych klientów oraz pomoże pozyskać najlepszych pracowników;
- większą pewność siebie w kwestiach z zakresu prawa konkurencji podczas negocjacji handlowych – wiedza, kiedy należy zasięgnąć specjalistycznej porady prawnej, może pomóc konkurować bardziej agresywnie (ale nadal zgodnie z prawem);
- większą świadomość ryzyka, co pozwala zapobiegać sytuacjom niezgodnym z prawem i wcześniej je wykrywać, a w konsekwencji daje firmie lepszą ochronę;
- pewność, że łatwiej będzie sprzedać firmę, która przestrzegała prawa konkurencji: żaden potencjalny kupiec nie będzie chciał ryzykować późniejszej odpowiedzialności za udział w kartelu lub inną antykonkurencyjną działalność!



## Trzy kluczowe obszary ryzyka w prawie konkurencji

### 1. Kartele i zmony:

Obejmują one szeroki wachlarz nielegalnych porozumień między konkurentami – i nie są to tylko sekretne spotkania w pomieszczeniach pełnych papierosowego dymu bądź pisemne umowy. Wystarczy zwykła rozmowa – patrz następna strona!

### 2. Ograniczenia w porozumieniach wertykalnych:

Porozumienia między firmami na różnych szczeblach łańcucha dostaw (zazwyczaj porozumienia dystrybucyjne między dostawcami a dystrybutorami) zwane są porozumieniami „wertykalnymi”.

Jeśli takie porozumienie ma na celu ustalenie ceny odsprzedaży („utrzymanie” ceny odsprzedaży) lub ograniczenie miejsca, gdzie (lub komu) dystrybutor może sprzedawać towar, postanowienia takie mogą być niezgodne z prawem konkurencji obowiązującym w danym kraju. Musisz zatem znać zasady obowiązujące na rynkach, na których działasz.

### 3. Nadużywanie pozycji dominującej lub siły rynkowej:

Firma posiadająca znaczną siłę rynkową (np. o dużym udziale w rynku, zwykle >40%) może mieć tzw. „pozycję dominującą”.

Posiadanie pozycji dominującej nie jest samo z siebie zakazane, ale nadużywanie siły rynkowej może być. Przykładem nadużycia może być np. odmowa sprzedaży klientom lub bezpodstawne ich różnicowanie (dyskryminacja niezgodna z prawem). Jeśli uważasz, że możesz mieć znaczną siłę rynkową, zasięgnij porady prawnej i ustal, co możesz robić, a czego nie.



## Kartele i zmony

Kartele (i inne formy nielegalnej zmony) są potencjalnie najbardziej szkodliwe dla mechanizmów konkurencji, w szczególności dla klientów i konsumentów. Nawet nieformalne porozumienia (tzw. umowy dżentelmeńskie) i wymiana informacji z konkurentami mogą narazić Cię na poważne kary. Organy nadzoru mogą ukarać firmę bez konieczności wykazania, że takie porozumienie zostało wprowadzone w życie. Należy zatem zapewnić, by wszyscy rozumieli obowiązujące tu zasady i ich przestrzegali. Prawo konkurencji zabrania zazwyczaj następujących działań:

- **Ustalanie cen** — ma miejsce, gdy konkurenci omawiają ceny, które mają zapłacić klienci. Może to polegać na ustaleniu lub odstąpieniu od konkretnego elementu ceny, np. warunków kredytu, rabatów, opłat dodatkowych, a nawet promocji. W pewnych sytuacjach nawet wzajemne informowanie się o cenie może być niezgodne z prawem.
- **Podział rynku lub klientów** — dzieje się tak, gdy konkurenci uzgadniają, że nie będą ze sobą konkurować na danym obszarze geograficznym lub o niektórych klientach.
- **Zmowy przetargowe** — mają miejsce, gdy konkurenci uzgadniają wynik niektórych przetargów, np. oferując kolejno wyższe lub niższe ceny, nie stając do przetargu lub uzgadniając wycofanie oferty.
- **Umowy dotyczące zaprzestania działalności lub jej ograniczenia** — mają miejsce, gdy konkurenci postanawiają ograniczyć produkcję lub podaż poprzez zamknięcie lub niepowiększanie zakładów produkcyjnych albo ustalają, że ograniczą produkcję lub będą magazynować produkty zamiast dostarczać je na rynek.
- **Kolektywny bojkot innych uczestników rynku** — to uzgodnienie między firmami, że nie będą sprzedawać niektórym klientom lub kupować od niektórych dostawców. Ma również miejsce, gdy konkurenci uzgadniają, że będą wywierać presję na swoich dostawców lub klientów, by z kimś nie współpracowali.

Planując współpracę lub kontakt z konkurencją pamiętaj o kategoriycznym zakazie tworzenia karteli. Zawsze zasięgaj porady prawnej, by zyskać pewność, że planowane działanie jest prokonkurencyjne a projekt jest wyposażony w stosowne mechanizmy ochronne. Przykładowo, **porozumienia o współpracy w ramach przetargu** są dopuszczalne, jeśli uczestnicy nie są w stanie złożyć samodzielnych ofert, jednak nie mogą prowadzić do zmony przetargowej. Podobnie porównywanie się do konkurentów (**benchmarking**) może sprzyjać ostrej konkurencji, ale nie może prowadzić do nielegalnej wymiany informacji.

## Jak postępować – pięć prostych kroków

Przystępując do wdrażania zasad działania zgodnego z prawem konkurencji należy pamiętać o pięciu elementach:

1. **Zaangażowanie.** Czynnikiem decydującym w tworzeniu kultury działania zgodnego z prawem jest przykład idący z góry. Całe kierownictwo firmy musi wyraźnie, jednoznacznie i osobiście zaangażować się w prawidłowe postępowanie, co wzmocni pewność wszystkich pracowników w dokonywaniu właściwych wyborów i wypowiedaniu się na ten temat. Odpowiednio nagłośniona deklaracja kierownictwa wspiera zaangażowanie w działania etyczne i zgodne z prawem.
2. **Określenie profilu ryzyka.** Konieczne jest zrozumienie **rzeczywistych zagrożeń związanych z prawem konkurencji**, którym firma musi stawić czoła. Pomocna w tym będzie lista kontrolna zamieszczona na stronie 7. Pozwoli to uniknąć marnowania cennych zasobów na rozważanie zagrożeń, które są mało prawdopodobne.
3. **Ograniczanie ryzyka.** Rozwiń **odpowiedni system kontroli** ograniczający ryzyko – sugestie podajemy na stronie 8 i kolejnych. Istotą takiego systemu jest minimalizacja prawdopodobieństwa wystąpienia problemów wynikających z działań zidentyfikowanych jako źródła ryzyka (np. kontakty z konkurencją na targach handlowych). Ponieważ zagadnienia prawa konkurencji to tylko jeden z wielu aspektów ryzyk prawnych, z którymi firma musi się zmierzyć, należy także przeanalizować mechanizmy zapewniające przestrzeganie innych przepisów prawa (antykorupcyjnego, o ochronie danych osobowych itd.)
4. **Bieżące kontrole.** Zastanów się, jak można **w praktyce sprawdzić**, czy wszystkie osoby reprezentujące firmę naprawdę przestrzegają prawa. W razie potrzeby wprowadź stosowne zmiany do polityki i systemu kontroli w miejscach, gdzie pojawiły się problemy.
5. **Aktualizacje.** Świat nie stoi w miejscu. Zaangażowanie w prawidłowe postępowanie należy pielęgnować i odnawiać tak, by przestrzeganie prawa stało się trwałym elementem działania firmy i uwzględniało zmieniający się profil jej ryzyka.

## Jak zidentyfikować konkretne zagrożenia związane z prawem konkurencji?

Na stronie 3 opisano trzy kluczowe obszary ryzyka:

1. **Kartele i zmony (w tym antykonkurencyjna wymiana informacji)**
2. **Ograniczenia w umowach wertykalnych**
3. **Nadużywanie pozycji dominującej lub siły rynkowej**

Prawdopodobieństwo zaistnienia konkretnych rodzajów ryzyka związanych z prawem konkurencji należy oceniać w kontekście środowiska biznesowego, w którym działa firma. W tym celu możesz skorzystać z poniższej listy kontrolnej. Zastanów się:

- Czy jesteś pewien, że pracownicy firmy rozumieją, że dyskusowanie z konkurencją o cenach, ilości, klientach i obszarach działalności może być niezgodne z prawem (a w niektórych krajach nawet stanowić przestępstwo)?
- Czy Twoi pracownicy wiedzą, co robić, jeśli konkurent zacznie z nimi rozmowę naruszającą prawo? Czy przekazałeś im wskazówki, jak wyrazić sprzeciw wobec niewłaściwych sugestii ze strony konkurencji?
- Czy wysyłając swoich pracowników na imprezy branżowe (spotkania stowarzyszeń branżowych, konferencje lub imprezy towarzyskie) jesteś pewien, że są wystarczająco świadomi tematów, których należy unikać, by nie doszło do niewłaściwych rozmów?
- Czy możesz wykazać, że Twoja firma stosuje właściwe mechanizmy ochronne?



# ZESTAW NARZĘDZI ICC DLA MŚP

## Identyfikacja ryzyka związanego z prawem konkurencji – lista kontrolna

	TAK	NIE
<input type="checkbox"/> Czy osoby reprezentujące Twoją firmę rozmawiają lub kontaktują się z konkurencją?		
<input type="checkbox"/> Czy Ty lub Twoi pracownicy uczestniczą w spotkaniach stowarzyszeń branżowych lub konferencjach branżowych?		
<input type="checkbox"/> Czy Twoi konkurenci są jednocześnie Twoimi partnerami biznesowymi?		
<input type="checkbox"/> Czy razem ze swoimi konkurentami tworzysz spółkę joint venture?		
<input type="checkbox"/> Czy Twoi konkurenci są Twoimi klientami lub dostawcami?		
<input type="checkbox"/> Czy konkurujesz ze swoimi dystrybutorami?		
<input type="checkbox"/> Czy w Twojej branży pracownicy często przechodzą między konkurującymi firmami?		
<input type="checkbox"/> Czy Twoi pracownicy posiadają informacje o cenach lub planach biznesowych Twoich konkurentów?		
<input type="checkbox"/> Czy zawierasz długoterminowe umowy na wyłączność z klientami lub dostawcami?		
<input type="checkbox"/> Czy Twoje umowy zawierają postanowienia o wspólnej sprzedaży lub zakupach?		
<input type="checkbox"/> Czy Twoje umowy wymagają przekazywania wrażliwych i poufnych informacji?		
<input type="checkbox"/> Czy Twoja firma nakłada na dystrybutorów, przedstawicieli lub klientów ograniczenia odsprzedaży?		

Ocena ryzyka nadużycia pozycji dominującej jest trudna i złożona oraz wymaga specjalistycznej porady prawnej. Zadaj sobie jednak pytanie, czy Twoja firma posiada duży udział w którymkolwiek rynku, na którym działa (patrz strona 3).



## Jak ograniczyć zidentyfikowane rodzaje ryzyka?

W prawdziwym świecie **nie ma czegoś takiego, jak „zero ryzyka”**. Jeśli odpowiedziałeś „tak” na którekolwiek z pytań na poprzedniej stronie, będziesz potrzebował systemu kontroli w celu ograniczenia zidentyfikowanych rodzajów ryzyk związanych z prawem konkurencji. Poniżej przedstawiamy **10 najważniejszych praktycznych rad**, jak stworzyć dobry program przestrzegania prawa:

- 1. Zdecyduj, kto będzie kierował działaniami na rzecz przestrzegania prawa.** Nie sposób jest powierzyć pojedynczej osobie wszystkich spraw związanych z przestrzeganiem prawa konkurencji; każdy pracownik ma w tym swój udział, a ostateczną odpowiedzialność ponosi kierownictwo. Tym niemniej warto wyznaczyć osobę na wyższym stanowisku do kierowania tymi działaniami i sprawdzania, czy firma osiąga oczekiwane wyniki. Dobrym kandydatem do tej roli może być dyrektor finansowy lub prawnik, a w bardzo małej firmie może to być jeden z dyrektorów lub wyższych rangą kierowników.
- 2. Zidentyfikuj rodzaje ryzyka i stwórz plan ich ograniczenia.** Warto porównać go z innymi planami tego rodzaju, korzystając z ogólnie dostępnych informacji o dobrych praktykach w zakresie programów przestrzegania prawa. Małe firmy mają do dyspozycji sporo materiałów dostępnych w Internecie.
- 3. Przeanalizuj istniejące praktyki biznesowe i zastanów się, z czym należy skończyć.** Działania obarczone wysokim ryzykiem, takie jak dyskusje z konkurencją, bywają kiepskim pomysłem. Chcąc kontynuować praktyki wymagające dodatkowych zabezpieczeń, należy bezzwłocznie opracować i wdrożyć odpowiednie mechanizmy ochronne.
- 4. Upewnij się, że pracownicy rozumieją zasady** obowiązujące na Twoim rynku. Dotyczy to szczególnie osób mających kontakty z konkurencją lub z dystrybutorami. Warto zorganizować dla nich **proste szkolenie lub przekazać im odpowiednie wytyczne**, a co najmniej upewnić się, że rozumieją, iż oczekuje się od nich przestrzegania prawa.



## ZESTAW NARZĘDZI ICC DLA MŚP

### 5. Szkolenie i edukacja pracowników nie musi dużo kosztować.

W Internecie jest sporo bezpłatnych źródeł informacji, a wiele instytucji zajmujących się prawem konkurencji opublikowało proste wyjaśnienia specjalnie dla małych firm.

### 6. Upewnij się, że pracownicy unikają kontaktów z konkurencją

(bezpośrednich lub pośrednich) w zakresie wrażliwych informacji handlowych, takich jak ceny lub plany i strategie konkurowania. Bądź ostrożny przy korzystaniu z pomocy konsultantów pracujących dla konkurencji – zawsze wymagaj takich warunków współpracy, które gwarantują poufność Twoich informacji biznesowych!

### 7. Wyznacz osobę, która będzie wiedziała, którzy pracownicy uczestniczą w spotkaniach stowarzyszeń lub branżowych wydarzeniach.

Pracownicy tacy wymagają szczególnego wcześniejszego przeszkolenia w kwestii zasad obowiązujących podczas takich spotkań. Najlepszym kandydatem będzie osoba rozumiejąca biznesowe (zgodne z prawem) przyczyny kontaktów branżowych, która narzuci stosowanie odpowiednich mechanizmów ochronnych.

### 8. Zastanów się, jak postępować z pracownikami „wyższego ryzyka”. Odpowiedz sobie na pytanie, czy osobom odpowiedzialnym za decyzje cenowe (np. kierownikom sprzedaży) należy zabronić udziału w imprezach branżowych, w których najprawdopodobniej będzie uczestniczyć konkurencja.

### 9. Pomyśl, jak zapewnić i wykazać, że podejmujesz decyzje handlowe i strategiczne niezależnie od konkurentów.

### 10. Na koniec zastanów się, jak zareagujesz, jeśli coś pójdzie nie tak. W kryzysowej sytuacji najważniejsze jest zachowanie spokoju i podjęcie odpowiednich kroków w obronie firmy i jej pracowników. Przygotowanie się na taką okoliczność jest zatem bardzo istotne.



## Przykłady podstawowych nakazów i zakazów

Poniżej podajemy kilka przykładów przedstawionych przez członków ICC. Warto jednak samemu przygotować własny zestaw („zdroworozsądkową listę kontrolną”) pozwalający zmierzyć się z konkretnymi rodzajami ryzyka, na które firma może być narażona.

### Przykład 1: Lista kontrolna dla pracowników

- DLACZEGO** dzielę się informacją (czy mam zgodny z prawem powód?)
- Z KIM** dzielę się informacją (czy jest to konkurent lub potencjalny konkurent?)
- CZYM** się dzielę? (czy jest to konkurencyjnie istotna informacja?)
- CZY** informacja ta może wpłynąć na rynkowe zachowanie mojego konkurenta? (jeśli tak, nie dziel się nią)
- JAKIE** są moje odczucia?
  - Jak wyglądałoby to w prasie lub w wiadomościach?
  - Czy uważam, że jest to „w porządku”?
  - Czy gdybym był na miejscu klienta, czułbym się oszukany?
- CZY** mogę wykazać, że firma podjęła decyzje samodzielnie?
- CZY JESTEM PEWIEN**, że to jest zgodne z prawem?  
Jeśli nie, muszę skontaktować się z prawnikiem.

Jeśli masz wątpliwości ... **POPROŚ O POMOC.**



# ZESTAW NARZĘDZI ICC DLA MŚP

## Przykład 2:

### Wskazówki dotyczące potencjalnie antykonkurencyjnej wymiany informacji z konkurentami

- Nie rozmawiaj z konkurencją, nawet nieformalnie (także za pośrednictwem poczty elektronicznej) o cenach, produkcji, klientach lub rynkach, jeśli nie masz zgodnego z prawem powodu. Zawsze zasięgaj porady prawnej, czy takie działanie jest zgodne z prawem.
- Decyzje dotyczące cen, produkcji, klientów i rynków musimy podejmować samodzielnie.
- Nie rozmawiaj z konkurentami o tym:
  - z jakimi dostawcami, klientami lub podwykonawcami współpracujemy lub chcemy współpracować; ani
  - na jakich rynkach albo na jakich warunkach zamierzamy sprzedawać.
- Opuść spotkanie branżowe, jeśli zostaną poruszone kwestie wrażliwe z punktu widzenia prawa konkurencji. Nalegaj, by Twoje wyjście zostało odnotowane.
- Natychmiast zgłoś taką sytuację przełożonym.
- Zawsze sygnalizuj antykonkurencyjne praktyki lub sytuacje, w których nie jesteś pewien zgodności takich działań z prawem.

## Przykład 3:

### Wytyczne dotyczące kontaktów branżowych

- Pamiętaj, że omawianie z konkurencją wrażliwych kwestii dotyczących cen, rynków, produkcji, klientów i innych istotnych konkurencyjnie informacji może być antykonkurencyjne i nielegalne.
- Zasięgnij porady prawnej przed przystąpieniem lub odnowieniem członkostwa w stowarzyszeniu branżowym; upewnij się, że stowarzyszenie zobowiązało się do przestrzegania prawa konkurencji.
- Postaraj się o agendę przed każdym spotkaniem stowarzyszenia branżowego lub rozmową telefoniczną. Konkurenci nie powinni uczestniczyć w spotkaniu, dla którego nie podano wcześniej agendy. Upewnij się, że protokół z posiedzenia stowarzyszenia branżowego został sprawdzony i zgłoś ewentualne nieścisłości.
- Bądź ostrożny podczas wydarzeń organizowanych przez stowarzyszenia branżowe – uważaj szczególnie na te rozmowy, które mogą budzić obawy.
- Jeśli dojdzie do niestosownych dyskusji, wyjdź i upewnij się, że Twoje wyjście zostało odnotowane.
- Każde takie zdarzenie natychmiast zgłaszaj w firmie (pracownikowi ds. przestrzegania prawa, radcy prawnemu lub innej osoby wskazanej w programie przestrzegania prawa przez firmę lub – w przypadku bardzo małej firmy – członkowi zarządu).

## Dodatkowe informacje

Celem niniejszego przewodnika Międzynarodowej Izby Handlowej (International Chamber of Commerce - ICC) dotyczącego przestrzegania prawa konkurencji przez mniejsze firmy („Zestaw Narzędzi ICC dla MŚP”) jest zapewnienie, by – tak jak w dużych firmach – Twoja firma i Twoi pracownicy rozumieli zasady prawa konkurencji oraz postępowali etycznie i zgodnie z prawem.

To staje się coraz ważniejsze. Niniejszy przewodnik nie jest „podręcznikiem” prawa i nie stanowi porady prawnej; zawiera on krótki przegląd zagadnień, o których Twoja firma powinna wiedzieć oraz praktyczne porady mające pomóc w tworzeniu lub wzmocnieniu rzetelnego podejścia do przestrzegania prawa konkurencji.

Zestaw obejmuje trzy obszary zagrożeń, pięć elementów programu przestrzegania prawa i 10 najważniejszych praktycznych porad ICC. Firmy potrzebujące dalszych informacji powinny przyjrzeć się „pełnemu” Zestawowi narzędzi ICC do tworzenia programów przestrzegania przepisów prawa konkurencji i poprosić o indywidualną poradę prawną. <http://www.iccwbo.org/Advocacy-Codes-and-Rules/Areas-of-work/Competition/Antitrust-compliance-toolkits-for-companies-of-all-sizes/>

## O Międzynarodowej Izbie Handlowej (ICC)

ICC jest światową organizacją biznesową, której podstawową misją jest promowanie otwartego handlu i inwestycji oraz pomaganie firmom w sprostaniu wyzwaniom i wykorzystaniu szans, jakie stwarza coraz bardziej zintegrowana światowa gospodarka.

Międzynarodowa sieć ICC obejmuje każdą branżę gospodarki, skupiając ponad 6 milionów przedsiębiorstw, izb handlowych i stowarzyszeń branżowych w ponad 130 krajach. Członkowie ICC pracują w ramach krajowych komitetów, omawiając wszelkie sprawy biznesowe oraz przedstawiając poglądy ICC rządom swoich krajów.

ICC przedstawia poglądy i priorytety międzynarodowego biznesu biorąc czynny udział w pracach ONZ, ŚOH, G20 i innych międzynarodowych forów. Prawie 3 000 ekspertów z firm członkowskich ICC dzieli się swoją wiedzą i doświadczeniem podczas opracowywania stanowiska ICC w sprawach istotnych dla biznesu. [www.iccwbo.org](http://www.iccwbo.org)

Copyright © 2015 International Chamber of Commerce (ICC)

ICC posiada prawa autorskie i inne prawa własności intelektualnej do niniejszej pracy zbiorowej, z zastrzeżeniem wcześniej istniejących praw do obrazów lub fragmentów tekstów osób trzecich, takich jak badania przypadku lub najlepsze praktyki, które należą do właściciela praw autorskich. ICC zachęca do kopiowania i rozpowszechniania niniejszego dokumentu, pod warunkiem że:

- ICC zostanie wskazana jako źródło i właściciel praw autorskich z podaniem tytułu dokumentu, © International Chamber of Commerce (ICC), 2015
- Zostanie wydana wyraźna pisemna zgoda na wprowadzanie zmian, adaptacji lub tłumaczenia dokumentu, a także na użycie go w celach komercyjnych lub w sposób sugerujący, że inna organizacja lub osoba jest źródłem dzieła lub jest z nim powiązana. Za kopiowanie lub tłumaczenie tego produktu nie można pobierać opłat bez wyraźnej zgody ICC.
- Dzieła nie należy kopiować ani udostępniać na stronach internetowych, chyba że jako link do właściwej strony ICC (a nie samego dokumentu).

O zgodę można wystąpić do ICC, pisząc na adres [ipmanagement@iccwbo.org](mailto:ipmanagement@iccwbo.org)

## ZESTAW NARZĘDZI ICC DO TWORZENIA PROGRAMÓW PRZESTRZEGANIA PRAWA KONKURENCJI



Zestaw narzędzi ICC do tworzenia programów przestrzegania prawa konkurencji stanowił podstawę do stworzenia niniejszego zestawu dla MŚP. Zestaw narzędzi ICC do tworzenia programów przestrzegania prawa konkurencji, stworzony przez biznes dla biznesu, zawiera praktyczne rozwiązania w zakresie prawa konkurencji dla firm chcących stworzyć solidny program przestrzegania prawa lub wzmocnić go.

Inauguracja Zestawu narzędzi ICC do tworzenia programów przestrzegania prawa konkurencji miała miejsce 22 kwietnia 2013 roku w Warszawie podczas 5. Okrągłego Stołu ICC poświęconego polityce konkurencji. Jego różne wersje językowe są dostępne w Internecie bezpłatnie.

<http://www.iccwbo.org/Advocacy-Codes-and-Rules/Areas-of-work/Competition/Antitrust-compliance-toolkits-for-companies-of-all-sizes/>



The world business organization

33-43 avenue du Président Wilson, 75116 Paris, France

T +33 (0)1 49 53 28 28 F +33 (0)1 49 53 28 59 E [icc@iccwbo.org](mailto:icc@iccwbo.org) [www.iccwbo.org](http://www.iccwbo.org)

