

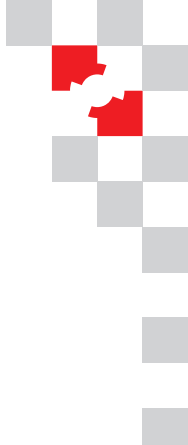
Informativna brošura o tržišnom natjecanju za poduzetnike

## Vodič za poduzetnike o ovlastima i djelokrugu rada Agencije za zaštitu tržišnog natjecanja



Competition Information Brochure for Businesses,  
for the Croatian Competition Agency

**A Short Guide For Businesses about  
Croatian Competition Law and the  
Croatian Competition Agency**



André Bywater, viši glavni pravni stručnjak projekta  
„Jačanje politika tržišnog natjecanja i državnih potpora“  
za Agenciju za zaštitu tržišnog natjecanja

André Bywater, Senior Key Legal Expert, Project  
“Implementing Croatian Competition And State Aid Policies”  
for the Croatian Competition Agency



# Sadržaj

Predgovor ( 4 )

Uvod ( 6 )

Agencija za zaštitu tržišnog natjecanja:

Ustrojstvo ( 6 )

Organizacijska struktura ( 8 )

Pravo tržišnog natjecanja u Hrvatskoj ( 8 )

Područja zaštite tržišnog natjecanja ( 10 )

Područja na koja se ne odnose pravila tržišnog natjecanja ( 10 )

Ograničavajući sporazumi ( 10, 12, 14, 16 )

Zlouporaba vladajućeg položaja ( 16, 18 )

Koncentracije ( 20, 22 )

Pokretanje postupka i provedba propisa ( 24, 26 )

Upravno-kaznene mjere i program oslobođenja  
i smanjenja upravno-kaznenih mjera ( 28, 30 )

Promicanje politike zaštite tržišnog natjecanja ( 32 )

Međunarodna suradnja ( 34 )

Nekoliko zlatnih pravila za poduzetnike ( 36 )

Pojmovnik ( 38, 40, 42, 44 )

Hrvatski propisi o zaštiti tržišnog natjecanja ( 46 )

# Contents

Foreword ( 5 )

Introduction ( 7 )

The Croatian Competition Agency

Overview ( 7 )

Organisational Chart ( 9 )

Croatian Competition Law ( 9 )

Areas of Competition Control ( 11 )

What competition law is not about ( 11 )

Restrictive Agreements ( 11, 13, 15, 17 )

Abuse of Dominance ( 17, 18 )

Mergers ( 21, 23 )

Investigative Procedures ( 25, 27 )

Fines and Leniency ( 29, 31 )

Competition Advocacy ( 33 )

The International Context ( 35 )

Some Golden Rules for Businesses ( 37 )

Glossary ( 39, 41, 43, 45 )

Croatian Competition Legislation ( 47 )



# Predgovor

Natjecanje između poduzetnika ključna je pokretačka snaga tržišne ekonomije, a konkurentna tržišta su korisna i za potrošače i gospodarstvo u cjelini. Kada se poduzetici natječu, cijene su niže, otvorena je mogućnost izbora između više proizvoda i usluga, potiču se izumi i inovacije kao i upotreba novih tehnologija, a raste poduzetnička motivacija za učinkovitijom organizacijom proizvodnje i smanjenjem troškova. U takvom je okruženju dostupnost i jasnoća informacija na temelju kojih potrošači donose odluke daleko bolja nego u društvima u kojima nema natjecanja na tržištu.

U današnjem globaliziranom gospodarstvu ta pravila jednako vrijede za Hrvatsku kao i za bilo koju drugu državu na svijetu. Uz to, konkurentno tržište je preduvjet povećanja gospodarske aktivnosti i rasta te jačanja ekonomske dobrobiti za svakog poduzetnika u Hrvatskoj. Osim toga, hrvatski poduzetnici trebaju biti visoko konkurentni kako bi mogli zadovoljiti i izazove članstva u EU.

Da bi se osiguralo takvo konkurentno okruženje, a poduzetnicima jamčilo pravedno tržišno natjecanje, u zakonodavstvo je potrebno je ugraditi zaštitne mehanizme. U Hrvatskoj je to omogućeno Zakonom o zaštiti tržišnog natjecanja. Zakon provodi Agencija za zaštitu tržišnog natjecanja, neovisno tijelo čija je temeljna misija osigurati postupanje poduzetnika u skladu sa Zakonom, a u korist potrošača. Agencija ima široke ovlasti u provjeri ponašanja poduzetnika za koje postoji sumnja da krše Zakon te ovlasti izricanja kazni prekršiteljima.

Nijedan hrvatski poduzetnik ne smije zanemariti propise o zaštiti tržišnog natjecanja. Štoviše, poduzetnicima su potrebna znanja uz pomoć kojih će izbjeći da postanu žrtve netržišnog ponašanja konkurenata, ali i uz pomoć kojih će i oni sami izbjeći kršenje Zakona.

Stoga pozivam poduzetnike na korištenje ovog vodiča kako bi se upoznali s ključnim odredbama zakonodavstva o tržišnom natjecanju i ulogom Agencije za zaštitu tržišnog natjecanja te na taj način pomogli jačanje kulture tržišnog natjecanja i dobrog djelovanja tržišta u Republici Hrvatskoj.

Olgica Spevec, predsjednica Vijeća za zaštitu tržišnog natjecanja

# Foreword

Competition between businesses is the driving-force of a market economy and competitive markets are beneficial both for consumers and the economy as a whole. The benefits of competition include lower prices, better products, wider choice for consumers, innovation and more efficient companies. In such an environment, where information is clear and available, consumers can make their choices based on this in a better way than in societies where there is no market competition.

This applies as much to Croatia as to anywhere else in today's globalised economy. A competitive market is a pre-condition to enhance economic activity and for growth and to strengthen economic benefits for Croatian undertakings. Further, Croatian undertakings need to be highly competitive in order to meet the challenges of EU membership.

Ensuring the maintenance of such competition requires regulatory safeguard mechanisms. The Croatian Competition Act therefore sets out prescriptive legal rules to ensure that competitive conditions in the Croatian marketplace are not distorted. The guardian of these rules is the Croatian Competition Agency whose enforcement task is to deal with anti-competitive activity through investigative procedures. The Agency also has wide-ranging powers to investigate the behaviour of undertakings suspected of infringing the law, including the power to impose fines on such undertakings.

No businesses can afford to ignore competition law as they need to avoid becoming a victim of anti-competitive practices and to avoid breaking the law. I therefore invite businesses to consult this brochure and familiarise themselves with the key features of the Act and the role of the Agency and thereby enhance competition culture and a well-functioning market in the Republic of Croatia.

Olgica Spevec, President of the Competition Council

## Agencija za zaštitu tržišnog natjecanja

### Ustrojstvo

Zakonom o zaštiti tržišnog natjecanja (ZZTN-om), zaštita tržišnog natjecanja u Republici Hrvatskoj povjerena je Agenciji za zaštitu tržišnog natjecanja. Statutom Agencije detaljno su propisane aktivnosti i djelokrug rada Agencije, dok se u dijelu koji nije uređen Zakonom o zaštiti tržišnog natjecanja, supsidijarno primjenjuje Zakon o općem upravnom postupku. U nadležnost Agencije spada i provedba pravila o državnim potporama u Republici Hrvatskoj, no državne potpore nisu predmet ove knjžice.

Agencija je osnovana odlukom Hrvatskog Sabora, a s radom je započela sredinom 1997. Zadatak Agencije je sprječavanje ograničavanja i narušavanja tržišnog natjecanja kroz zabranjene sporzume i zlouporabu vladajućeg položaja, a u njezinoj nadležnosti je i kontrola koncentracija. U vođenju postupka te ispitivanju i analizi tržišta Agencija se koristi posebnim ovlastima koje su joj dane Zakonom. No, njezina je uloga i provođenje aktivne politike promicanja tržišnog natjecanja kroz davanje stručnih mišljenja o zakonima i drugim propisima koji sadrže pitanja koja mogu utjecati na tržišno natjecanje, a koja se daju na zahtjev Vlade, ministarstava i drugih državnih tijela Republike Hrvatske. Agencija je također vrlo aktivna u međunarodnoj suradnji. Aktivna je u radu međunarodnih tijelima, poput, primjerice, Europske komisije i OECD-a te surađuje s tijelima za zaštitu tržišnog natjecanja brojnih zemalja.

Agencijom upravlja Vijeće za zaštitu tržišnog natjecanja koje ima pet članova od kojih je jedan i Predsjednik Vijeća, a koje na prijedlog hrvatske Vlade imenuje i razrješava dužnosti Hrvatski Sabor. Predsjednik i članovi Vijeća imenuju se na razdoblje od pet godina, a uvjeti za imenovanje i trajanje mandata članova Vijeća kao i djelokrug njihova rada uređeni su Zakonom o zaštiti tržišnog natjecanja. Članovi Vijeća, primjerice, ne mogu biti državni dužnosnici, osobe koje obnašaju dužnosti u tijelima političkih stranaka, niti članovima uprava, nadzornim odborima ili upravnim vijećima poduzetnika. Također, ne smiju biti članovi bilo kojih drugih oblika interesnih udruživanja koji bi mogli dovesti do sukoba interesa. Svi su članovi Vijeća zaposleni u Agenciji, a koeficijente za njihove plaće odredila je Vlada RH. Vijeće u upravljanju Agencijom na svojim sjednicama donosi odluke o svim općim i pojedinačnim aktima Agencije, većinom od tri glasa. Član Vijeća ne može biti suzdržan.

Svakodnevne upravne, stručne i administrativne poslove za potrebe Vijeća obavlja Stručna služba Agencije koju čine diplomirani pravnici i ekonomisti, redom stručnjaci u području prava, politike i prakse tržišnog natjecanja.

# Introduction

## The Croatian Competition Agency

### Overview

The Croatian Competition Act (“the Competition Act”) entrusts the protection of competition in Croatia with the Croatian Competition Agency (“the Agency”). A further statute sets out the detailed activities of the Agency whose powers are also, in cases where the Competition Act does not provide for certain procedural rules, determined by Croatian administrative law. It should be noted that the Agency is also tasked with the enforcement of State aid in the Republic of Croatia, but this is not the subject of this brochure.

The Agency was established by a decision of the Croatian Parliament and became operational in 1997. The Agency deals with the major areas of competitive restraints, namely, restrictive agreements and abuses of a dominant position, and, it is also responsible for merger control. The Agency reviews these areas using particular investigatory powers granted to it under the Competition Act. Further, the Agency also has a competition advocacy role whereby it gives official opinions to the Croatian government and other State bodies on legislative proposals that raise competition issues. The Agency also acts at an international level co-operating with other countries and bodies such as the European Commission and the OECD.

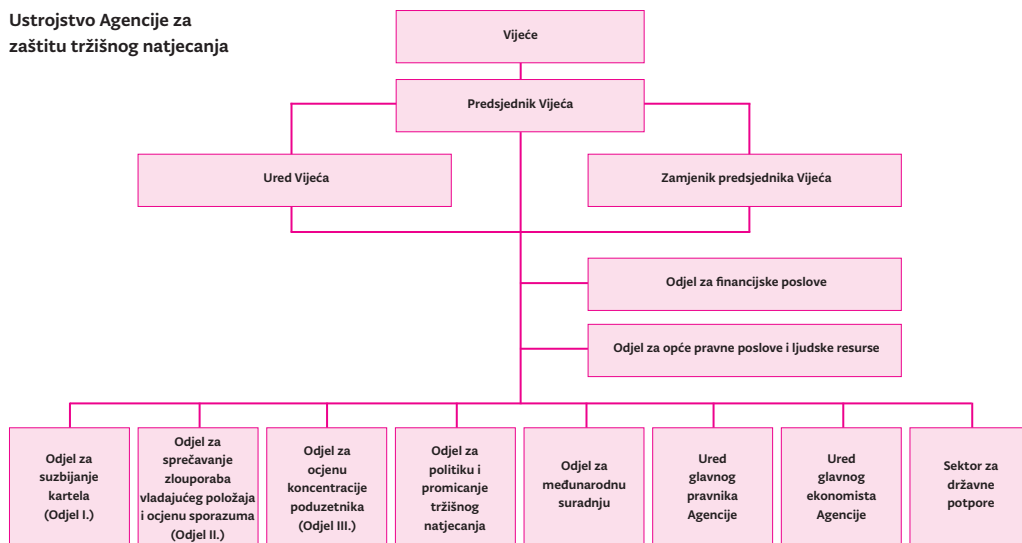
The managing body of the Agency is the Competition Council (“the Council”). The Council consists of five members appointed by the Croatian Parliament, one of whom is appointed as president. The Council is appointed for a five-year-term. The conditions for the appointment of the Council members and the duration of their mandate as well as the scope of their work are regulated under the Competition Act. Members of the Council are not allowed to be State officials or persons performing functions in the administrative body of a political party, nor may they be management members or supervisory board members or board members of undertakings. They are also not allowed to be members of any other special interest group that could lead to a conflict of interest. All Council members are Agency employees and their salaries are determined by the Government of the Republic of Croatia. The Council, in its sessions, adopts general and individual decisions with a majority of at least three votes with no Council member abstaining.

The day-to-day administrative and professional activities of the Agency are undertaken by an expert team of case-handlers. This team consists of university-educated lawyers and economists, all specialists in competition law, policy and practice.



# Organizacijska struktura Agencije za zaštitu tržišnog natjecanja

Ustrojstvo Agencije za  
zaštitu tržišnog natjecanja



## Pravo tržišnog natjecanja u Hrvatskoj

Pravo tržišnog natjecanja u Hrvatskoj uređeno je Zakonom o zaštiti tržišnog natjecanja i nizom podzakonskih akata (uredbi). Ti propisi uređuju, kako materijalno-pravna, tako i postupovna pravila, odnosno, daju Agenciji određene istražne ovlasti, nadležnost za pokretanje postupaka, donošenje rješenja i izravno izricanje potrebnih mjera, uključujući i upravno-kaznene mjere za prekršitelje Zakona.

**Važeći je Zakon Hrvatski sabor donio 2009. godine, a stupio je na snagu 1. listopada 2010.**

Pravo tržišnog natjecanja u Hrvatskoj primjenjuje se na sve oblike sprječavanja, ograničavanja i narušavanja tržišnog natjecanja od strane poduzetnika u gotovo svim gospodarskim sektorima. Općenito govoreći, zabranjeno je svako netržišno ponašanje poduzetnika, iako u određenim, jasno definiranim slučajevima, pojedini ograničavajući sporazumi mogu biti obuhvaćeni izuzećem od zabrane. Međutim, izuzeće se nikako ne odnosi na zlouporabu vladajućeg položaja. Također, poduzetnicima su zabranjene sve one koncentracije koje imaju značajan negativan učinak na tržišno natjecanje.

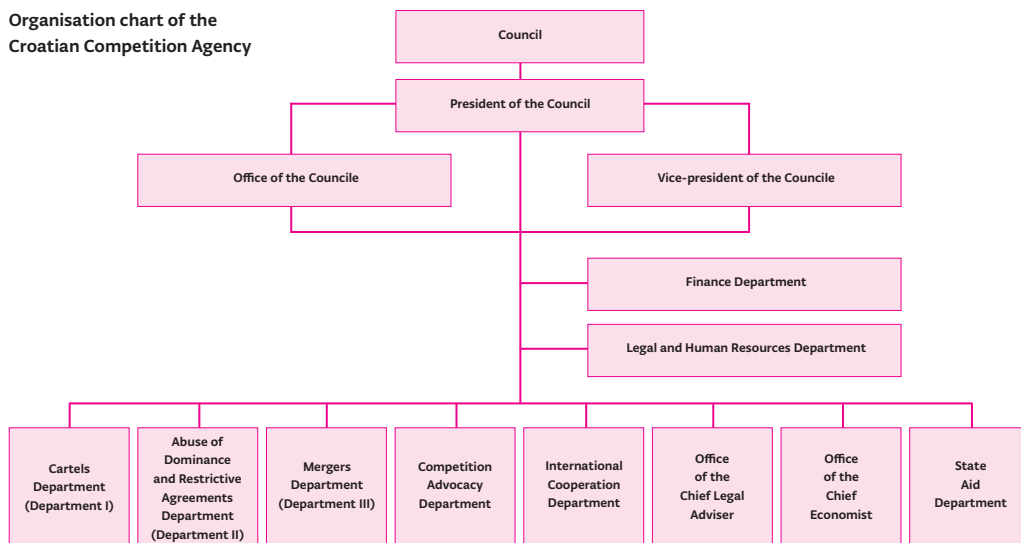
Određenje mjerodavnog tržišta ključ je prava tržišnog natjecanja u Hrvatskoj. U svim predmetima iz područja tržišnog natjecanja koji se vode pred Agencijom provodi se detaljna analiza tržišta kako bi se odredilo mjerodavno tržište, odnosno, utvrdila tržišna snaga poduzetnika na tom tržištu i na temelju toga proveo postupak utvrđivanja učinaka na tržišno natjecanje.

Kako bi se provele sve posebne odredbe ZZTN-a, donesen je čitav niz podzakonskih akata (uredbi) kojima se detaljno uređuju pitanja tržišnog natjecanja. Hrvatski poduzetnici moraju biti svjesni da se i podzakonski akti primjenjuju na njihove poslovne aktivnosti. Ovisno o poslovima kojima se bave, to se, primjerice, odnosi na spajanja ili pripajanja s drugim poduzetnicima, ili pak stjecanje kontrole nad drugim poduzetnikom (koncentracije) te, primjerice, na ugovore o distribuciji.

Tekstovi Zakona i uredbi koje reguliraju tržišno natjecanje mogu se naći u „Narodnim novinama” i na internetskoj stranici Agencije ([www.aztn.hr](http://www.aztn.hr)). Važno je naglasiti da su i Zakon i uredbi u cijelosti usklađeni sa zakonodavstvom Europske Unije u tom području.

# Organisation chart of the Croatian Competition Agency

Organisation chart of the Croatian Competition Agency



## Croatian Competition Law

Croatian competition law consists of the Competition Act, supported by various secondary rules. This sets out both the substantive and procedural competition rules and provides the Agency with certain investigatory powers, the competence to take decisions, the ability to initiate proceedings and directly impose sanctions including fines, and, to apply remedies where necessary.

**The current Competition Act was adopted by the Croatian Parliament in 2009 and entered into force on 1 October 2010.**

Croatian competition law applies to all forms of distortion of competition by businesses in most economic sectors. Generally-speaking, under these rules, anti-competitive behaviour is prohibited, although in certain prescribed circumstances restrictive agreements may be exempted (but this is not the case for an abuse of a dominant position). Further, businesses are prohibited from merging where detriment to competition is significant.

Croatian competition law is underpinned throughout by the notion of the market. Defining the relevant market is essential in all competition cases and to this end the Agency undertakes a thorough market analysis in order to determine the market power of businesses subject to a competition investigation.

In order to further implement specific aspects of the Competition Act, secondary competition legislation was subsequently adopted. It is important for Croatian businesses to understand that this secondary Croatian competition legislation may also apply to their business affairs, depending on the nature of the business activity, for example, if their business is merging with another business, or, if their business involves distribution networks.

Both the Competition Act and the secondary Croatian legislation can be found in the Official Gazette and on the Agency's website (website: <http://www.aztn.hr/>), and, it should also be noted that all these laws have been brought into compliance with the relevant EU legislation.

# Područja zaštite tržišnog natjecanja

## Područja na koja se ne odnose pravila tržišnog natjecanja

Prije nego što se detaljnije objasni što sve spada u pravo tržišnog natjecanja i što je sve u djelokrugu rada Agencije potrebno je posebno istaći što pravo tržišnog natjecanja ne regulira.

Hrvatsko pravo tržišnog natjecanja ne regulira:

- određene „nepoštene“ prakse nelojalne konkurencije koje imaju negativan učinak na potrošače, kao što su, primjerice, lažno oglašavanje ili nepravedni uvjeti u ugovorima o potrošačkim kreditima.
- problematiku javne nabave, osim ako se ne radi o tzv. namještanju javnih natječaja dogovorom natjecatelja o umjetnom podizanju cijene u ponudama ili podjeli tržišta i kupaca
- ne kontrolira cijene robe jer se pravom tržišnog natjecanja ne regulira utvrđivanje cijena

## Ograničavajući sporazumi

### Što je ograničavajući sporazum?

Ograničavajući sporazum je vrlo često ono što uobičajeno zovemo kartel. Najjednostavnije, kartel je sporazum između poduzetnika kojim se oni obvezuju da si međusobno neće konkurirati na tržištu. Takav je sporazum najčešće tajan, usmen i neformalan.

Članovi kartela se uobičajeno dogovaraju o:

- cijenama,
- količini proizvodnje,
- rabatima,
- izboru kupaca koje će opskrbljivati robom, i
- izboru područja koje će opskrbljivati.

Temeljem prava tržišnog natjecanja u Hrvatskoj svaki od tih sporazuma se smatra zabranjenim (kao što su zabranjene i ostale vrste sporazuma kojima se ograničava tržišno natjecanje).

### **NAKLADNICI OPĆEINFORMATIVNIH DNEVNIKA - kartel**

Nakon medijskih napisa o povećanju cijene općeinformativnih dnevnika, Agencija je u postupku ocjene sporazuma utvrdila da je devet nakladnika općeinformativnih dnevnika (Slobodna Dalmacija d.d., Europapress holding d.o.o., Vjesnik naklada d.o.o., Glas Slavonije d.d., Glas Istre d.o.o., Novi list d.d., Večernji list d.d., RTD d.o.o. i Datapress d.o.o.) sklopilo zabranjeni sporazum (kartel) izričitim dogovorom o povećanju cijene općeinformativnih dnevnika („Jutarnjeg lista“, „Slobodne Dalmacije“, „Zadarskog lista“, „Glasa Istre“, „Novog lista“, „Glasa Slavonije“, „Večernjeg lista“, „Vjesnika“, „Slavonskog doma“) za isti iznos od jedne kune čime su izravno utvrdili maloprodajne cijene tih dnevnika. Time su spomenuti poduzetnici sklopili zabranjeni sporazum koji za cilj ima

# Areas of Competition Control

## What competition law is not about

In order to avoid confusion and misunderstanding it is important to understand what Croatian competition law does not deal with. Croatian competition law is not concerned with certain “un-fair” competition practices that affect consumers, for example, misleading advertising or unfair terms in consumer credit contracts. Although Croatian competition law is concerned with so-called “bid-rigging” that occurs in procurement tendering procedures (where competitors agree to artificially increase prices offered in bids) as this is a form of price-fixing, competition law does not deal with other issues concerning public procurement. Further, although Croatian competition law is concerned with various types of unlawful pricing practices such as “excessive pricing”, the Croatian Competition Agency does not set prices of goods or commodities, i.e. price-control is not a feature of Croatian competition law.

## Restrictive Agreements

### *What is a restrictive agreement?*

More often than not, a restrictive agreement is what is commonly known as a cartel. In its simplest terms, a cartel is an agreement between businesses not to compete with each other. The agreement is usually secret, verbal and often informal.

Typically, cartel members may agree on:

- prices;
- output levels;
- discounts;
- which customers they will supply; and,
- which areas they will supply.

Each of the above types of agreement is prohibited under Croatian competition law (and other types of agreement restricting competition are also prohibited).

### **DAILIES - cartel**

In the proceeding opened by the CCA following the allegations in the media about the simultaneous price increase of nine dailies – “Jutarnji list”, “Slobodna Dalmacija”, “Zadarski list”, “Glas Istre”, “Novi list”, “Glas Slavonije”, “Večernji list”, “Vjesnik” and “Slavonski dom” by one Kuna, it was established that the publishers entered a prohibited agreement which has as its object the distortion of competition in the relevant daily press publishers’ market in the territory of the Republic of Croatia.

In the economic analysis carried out by the Agency it has been undoubtedly established that nine

ograničavanje tržišnog natjecanja na mjerodavnom tržištu naklade općeinformativnih dnevnika na teritoriju Republike Hrvatske.

Naime, ekonomskom analizom poslovanja svih poduzetnika sudionika kartela, Agencija je nedvojbeno utvrdila kako postoje značajne razlike u troškovima te iznosima i izvorima prihoda tih istih poduzetnika pa ne postoji ekonomsko opravdanje za istovremeno povećanje cijena svih općeinformativnih dnevnika za isti iznos od jedne kune.

Dogovorom o istoj cijeni sudionici kartela ukidaju međusobno tržišno natjecanje i djeluju protiv javnog interesa, temeljnih načela tržišnog gospodarstva i protiv interesa potrošača. Štoviše, ovakav dogovor donosi neopravdanu dobit onim nakladnicima čiji su troškovi ispod troškova najneefikasnijeg među njima. Ovakvo ponašanje poduzetnika i na specifičnom tržištu medija na kojem na isti način kao što postoji konkurencija u smislu sadržaja, mora postojati i konkurencija u cijeni, nije dozvoljeno. Naime, jedino na taj način, u smislu pravila zaštite tržišnog natjecanja, potrošač, hrvatski čitatelj, ima pravu mogućnost izbora.

### ***Pojavljaju li se karteli samo u određenim sektorima?***

Karteli se mogu pojaviti u gotovo svakom sektoru i mogu uključivati robu ili usluge na svim razinama – proizvodnje, distribucije ili maloprodaje.

Ipak, neki su sektori podložniji sklapanju kartelnih sporazuma nego drugi, i to zbog strukture ili načina na koji se u njima obavlja gospodarska aktivnost.


Primjerice, na tržištima:

- koje obilježava mali broj konkurenata
- u slučaju proizvoda koji imaju slična obilježja i time ostavljaju malo prostora za konkuriranje u kvaliteti ili pružanju usluga
- kada je suradnja između konkurenata već uspostavljena, primjerice putem udruženja poduzetnika
- u slučaju sektora koji imaju višak kapaciteta ili kada je riječ o općoj gospodarskoj krizi

poduzetnici će ponekad biti skloni sklapanju zabranjenih sporazuma i usklađivanju svojih aktivnosti na tržištu. Izričito je zabranjeno poduzetnicima da zajednički utvrđuju cijene ili dijele tržište između sebe osnivanjem kartela kako bi na taj način potpuno isključili međusobno natjecanje.

Sporazumi s takvim obilježjima u suprotnosti su s načelima pravednog tržišnog natjecanja, ne potiču učinkovito poslovanje poduzetnika kao ni stvaranje proizvoda i usluga koji bi po svojim cijenama i obilježjima na optimalan način zadovoljili potrebe potrošača.

Sporazumi koje sklapaju poduzetnici koji ne djeluju na istoj razini proizvodnje odnosno distribucije, kao što su sporazumi o isključivoj kupnji, opskrbi ili pak distribuciji, a sklapaju se između



daily press publishers simultaneously increased the retail price of their daily papers by one Kuna regardless of their actual revenues and structure of costs. The economic analysis proved that the participants of the cartel have significantly different cost structure and source of revenue whereby the price increase is in no way economically justified.

The price fixing agreement also eliminates competition between the cartel members and is directed against the public interest, key principles of market based economy and competition, to the consumer detriment. In addition, such practices generate unjustified profit for the operators; in this particular case the publishers, whose costs are lower than the costs of the most inefficient member of the cartel. In this specific market, the media market, competitors should not only compete with the content but also with their price. Only price competition, in the sense of competition rules, generates benefit for the consumers, in this particular context the Croatian readers and offers the possibility of true

### ***Do cartels only occur in certain sectors?***

Cartels can occur in almost any industry and can involve goods or services at the manufacturing, distribution or retail level.

Some sectors are more susceptible to cartels than others because of the structure or the way in which they operate.


For example, where:

- there are few competitors, or
- the products have similar characteristics, leaving little scope for competition on quality or service, or
- communication channels between competitors are already established, for example, through a trade association, or
- the industry is suffering from excess capacity or there is general recession,

companies sometimes conclude agreements and coordinate their market behaviour. This happens, for example, when businesses jointly fix prices or divide the market between them by setting up cartels to preclude competition.

Agreements of this kind interfere with competition, and reduce incentives to operate efficiently and to offer products at prices and with features that are best able to satisfy consumer needs.

Competition may also be hampered by agreements between businesses operating in successive phases in the production process, for example, exclusive agreements between the manufacturer and the distributor of a product, or between the supplier of raw materials and a manufacturer, particularly when these are likely to set up market entry barriers against new competitors.



proizvođača i distributera proizvoda, ili između dobavljača sirovine i proizvođača, također mogu dovesti do ograničavanja tržišnog natjecanja. To posebno dolazi do izražaja u slučajevima kada takvi sporazumi sadrže ograničenja kojima se stvaraju prepreke ulasku novih sudionika, odnosno konkurenata na tržište. Stoga se zabranjenima smatraju sporazumi između poduzetnika kada oni i samo potencijalno sprječavaju, ograničavaju ili narušavaju tržišno natjecanje na hrvatskom tržištu.

### **Rivulus d.o.o i M San Grupa d.d. – zabranjeni vertikalni sporazum**

Agencija je utvrdila da određeno postupanje u vezi s cijenama poduzetnika M San Grupa d.d., veletrgovca opremom informacijske tehnologije prema poduzetniku Rivulus d.o.o, maloprodajnom trgovcu takvom opremom, ograničavaju tržišno natjecanje na tržištu različitih proizvoda informacijske tehnologije (IT proizvoda).

Ti su poduzetnici sklopili sporazum o prodaji IT proizvoda (prijenosnih računala, računalnih komponenti, softvera itd.). No, kako je Agencija utvrdila, M San Grupa je izravnim pritiskom prisilila Rivulus da prihvati minimalne prodajne cijene za IT proizvode na koje se odnosio sporazum.

M San Grupa je Rivulusu putem elektroničke poštom i verbalne komunikacije prijetila zaustavljanjem isporuke svojih IT proizvoda te prekida poslovnog odnosa ukoliko ne povisi cijene na minimalne preporučene, osobito za prijenosna računala. Rezultat toga je bio da je Rivulus povisio svoje cijene.

Takvim djelovanjem M San Grupa je ograničila mogućnost Rivulusu da sam odredi svoje prodajne cijenu i time narušila tržišno natjecanje. Određivanje fiksne ili minimalne prodajne cijene ili cijene daljnje prodaje distribucijskom lancu smatra se teškom povredom prava tržišnog natjecanja.

### ***Može li ograničavajući sporazum biti obuhvaćen izuzećem?***

Ispunjava li određeni sporazum koji sadrži ograničenja tržišnog natjecanja određene propisane uvjete, on može biti obuhvaćen izuzećem od primjene zabrane i to uglavnom temeljem uredbi kojima se u okviru hrvatskog prava tržišnog natjecanja reguliraju skupna izuzeća. Međutim, od zabrane gotovo nikada nije moguće izuzeti kartelne sporazume kojima se, primjerice, određuje prodajna cijena. S druge strane, izuzećem je moguće obuhvatiti druge ograničavajuće sporazume između poduzetnika, kao što su neki oblici sporazuma o suradnji na području istraživanja i razvoja.

Kako bi se izuzeće odnosilo na njih, poduzetnici moraju dokazati da njihovi sporazumi pridonose unaprjeđenju, primjerice, uvjeta opskrbe na tržištu te da su u tu svrhu ograničenja tržišnog natjecanja apsolutno nužna. U tom konkretnom slučaju poduzetnici moraju dokazati da će poboljšani uvjeti opskrbe za posljedicu imati značajnu korist za potrošače, primjerice, snižavanjem cijene proizvoda ili usluga ili ponudom robe ili usluga koju na drugi način ne bi bilo moguće ostvariti. Drugim riječima, da bi ograničavajući sporazumi ispunili uvjete za skupno izuzeće i bili izuzeti od zabrane, a time i dopušteni, pozitivni učinci tih sporazuma na tržišno natjecanje moraju jasno prevladati nad negativnima.

When agreements between businesses, even only potentially, reduce competition within the Croatian market, they are prohibited.

### **Rivulus d.o.o & M San Grupa d.d - restrictive vertical agreement**

Certain activities concerning prices conducted by M San Grupa d.d, an IT equipment wholesaler, with regard to Rivulus d.o.o, an IT retailer, were determined by the Agency as restricting competition in the market for various IT products. An agreement for the sale of IT products (laptops, computer components, software etc) existed between M San Grupa and Rivulus. Within the context of this agreement, M San Grupa applied direct pressure on Rivulus in order to make Rivulus accept minimum sale prices for IT products subject to the agreement.

M. San Grupa sent emails and made oral representations to Rivulus threatening to halt the delivery of various IT products and end the business relationship if Rivulus did not raise prices to certain minimum recommended prices, notably for laptops. In response, Rivulus raised its prices. In taking such action, M San Grupa limited the ability of Rivulus to determine its sale price, thereby reducing competition in the market to the detriment of consumers.

Establishing a fixed or minimum sale or resale price in the context of the distribution chain is considered as a serious violation of competition law for which significant sanctions may be imposed.


### ***Can a restrictive agreement be exempted?***

When certain specific conditions are met, particular agreements which restrict competition may be allowed, notably under various secondary Croatian competition legislation. In this respect, it must be stressed that cartel arrangements concerned with areas such as price-fixing are almost never exempt, but, other types of restrictive agreements may be exempt, for example, as regards certain types of co-operation between firms concerning research and development.

In order to qualify for exemption, the companies concerned must show that the agreements improve, for example, supply conditions on the market, that the limitations on competition are absolutely necessary in order to obtain these positive effects, and that the improved conditions of supply bring a substantial benefit to consumers, for example, by reducing prices or providing a good or service which would not otherwise be available. In other words, the positive aspects of the restrictive agreements must clearly outweigh the negative aspects in order for such agreements to be permitted.

It must be emphasised that exemption operates on the basis of self-assessment, i.e it is for businesses (and not the Agency) to decide for themselves if their agreements contain competition





Važno je naglasiti da se izuzeća daju na temelju procjene samih poduzetnika, odnosno, da poduzetnici, (a ne Agencija) trebaju sami odlučiti sadrže li njihovi sporazumi ograničenja tržišnog natjecanja i, ako sadrže, ispunjavaju li takva ograničenja kriterije za izuzeća. Rizik izrade analize i donošenja odluke u takvim slučajevima preuzimaju poduzetnici.

## Zlouporaba vladajućeg položaja

### *Što je vladajući položaj?*

Postojanje vladajućeg položaja pojedinog poduzetnika na određenom tržištu nije suprotno propisima o zaštiti tržišnog natjecanja. Međutim, zabranjena je zlouporaba toga položaja. Naime, prirodna je i opravdana želja poduzetnika za stalnim jačanjem tržišne snage pa se poduzeticima u vladajućem položaju lako može dogoditi da se na tržištu ponašaju i djeluju suprotno pravilima tržišnog natjecanja. No, ako je njihovo jačanje rezultat poslovne strategije koja počiva na stalnom poboljšanju učinkovitosti, kvalitete, inovacijama, ulaganju u nove tehnologije itd., što sve utječe na snižavanje cijena i ponudu jeftinijih proizvoda kupcima, onda poduzetnik ostvaruje opravdanu prednost na tržištu u odnosu na konkurente. Njegovo ponašanje sa stajališta propisa o zaštiti tržišnog natjecanja u takvim slučajevima nije sporno.

Stoga hrvatsko pravo tržišnog natjecanja ne zabranjuje vladajući položaj sam po sebi, nego propisuje ograničenja mogućeg ponašanja poduzetnika koji se u tom položaju nalazi.

Da bi se, pak, moglo prepoznati eventualno netržišno ponašanje nekog velikog poduzetnika, potrebno je znati što se točno, sukladno hrvatskom pravu tržišnog natjecanja, podrazumijeva pod pojmom vladajućeg položaja.

Poduzetnik je u vladajućem položaju:

- kada ostvaruje najveći tržišni udjel na predmetnom tržištu,
- kada su, uzimajući u obzir ekonomska obilježja tog tržišta, ograničene mogućnosti drugih stvarnih ili potencijalnih konkurenata da pravom mjerom odgovore na postupanje tog poduzetnika,
- kada se poduzetnik u praksi stvarno može ponašati u značajnoj mjeri neovisno od svojih konkurenata i potrošača.

Prema hrvatskom pravu tržišnog natjecanja, smatra se da poduzetnik čiji je tržišni udjel veći od 40 posto može biti u vladajućem položaju. No, to je polazno mjerilo, ne i apsolutni princip. Naime, iako je veliki tržišni udjel često mjerodavan kriterij za utvrđivanje vladajućeg položaja poduzetnika, on ne predstavlja nužno i jedini kriterij koji je potreban za njegovo utvrđivanje. Čimbenik na temelju kojeg se također može utvrđivati vladajući položaj je procjena zapreka pristupa konkurenata predmetnom tržištu. Ilustracija za to je, primjerice, slučaj kada nositelj prava intelektualnog vlasništva priječi drugima pristup tržištu.

Nalaze li se dva ili više poduzetnika u vladajućem položaju na hrvatskom tržištu ili na njegovom značajnom dijelu (tzv. zajednički vladajući položaj poduzetnika na tržištu), njima je također zabranjena zlouporaba vladajućeg položaja.

restrictions and, if so, whether such restrictions meet the exemption conditions - the risk of making the analysis and taking a decision therefore clearly falls on businesses.

## Abuse of Dominance

### *What does dominance mean?*

Dominant companies on the market may exhibit a particular type of anti-competitive behaviour, although it should be emphasised that the market in itself is not distorted by the simple fact that a business is large.

Indeed, sometimes, in order to operate efficiently, a company must reach large-scale operational levels or be present in several markets.

Furthermore, a company may grow significantly precisely because of its particular market strategy, offering products which better meet consumer demand than other companies' products, even in terms of price.

In order to understand what the possible anti-competitive problem might be for a large company we first need to understand what is meant precisely by dominance under Croatian competition law.

A company is said to hold a dominant position when:

- it accounts for most of the sales in a given market, and
- given the economic features of that market, the possibilities for other actual or potential competitors to react to the company's conduct are limited, and
- the company is in effect able to behave in a manner which is substantially independent of both its competitors and also consumers.

Under Croatian competition law a company which holds over 40% of market share is considered to be dominant - this is a benchmark figure and not absolute. Further, it should be stressed that although a high market share is often a proxy for determining dominance it is not necessarily the sole factor needed to establish this. A key other factor that may determine a company's dominance is to establish whether there are barriers to entry on the market in question, for example, the ownership of intellectual property rights may impede access to a given market.

As indicated above, it is important to understand that Croatian competition law does not prohibit a dominant position as such, but it places restrictions on the possible behaviour of a company occupying a dominant position.

If two or more businesses are dominant together on the Croatian market or a substantial part (so-called "collective dominance") it is also forbidden for them to abuse that dominant position.

## Što znači zlouporaba vladajućeg položaja?

Zlouporaba vladajućeg položaja se može odvijati na više načina. Najčešće se očituje kao:

- utvrđivanje vrlo niskih cijena s ciljem istiskivanja drugog poduzetnika – konkurenta s tržišta;
- odbijanje isporuke određenom kupcu bez valjanog razloga;
- davanje različitih popusta (rabata) različitim kupcima bez objektivnog razloga, čime se kupci diskriminiraju.

### Je li moguće izuzeće?

Treba naglasiti da za poduzetnike kojima se utvrdi zlouporaba vladajućeg položaja na hrvatskom tržištu, nije predviđeno izuzeće od zabrane, kao što je to slučaj s ograničavajućim sporazumima. Međutim, u određenim okolnostima poduzetnik u vladajućem položaju može reagirati na navode o zlouporabi tako što će pokazati kako ima tzv. „objektivno opravdanje” za takvo ponašanje.

### Proplin – zlouporaba vladajućeg položaja

Prema odluci Agencije, uvjeti davanja popusta (rabata) koje je primjenjivao Proplin, član INA d.d grupe, s obzirom na dobavu ukapljenog naftnog plina kupcima, uključujući Sedam-plin i Brala, veletrgovcima i maloprodajnim trgovcima ukapljenog naftnog plina, ograničavali su tržišno natjecanje.

Proplin je imao isključivi izravan pristup ukapljenom naftnom plinu INA-e, a uvoz ukapljenog naftnog plina bio je na niskoj razini. Zbog toga je Agencija zaključila da Proplin ima vladajući položaj na tržištu kao dobavljač ukapljenog naftnog plina.

Proplin je nudio popuste svojim kupcima ukapljenog naftnog plina, uključujući Sedam-plin i Brala. Međutim, uvjeti za davanje popusta primjenjivani su na netransparentan i nepravedan način prema kupcima, uglavnom neovisno o stvarnim količinama koje su određeni kupci kupovali na godišnjoj razini.

Time su primjenjivani različiti uvjeti na istovrsne komercijalne transakcije, čime su Sedam-plin i Brala dovedeni u nepovoljan položaj na tržištu. Na taj način je Proplin zlouporabio vladajući položaja na tržištu.

Agencija je naložila Proplinu da u svojoj politici davanja popusta prekine s takvim postupanjem. Naime, popust sam po sebi nije protivan tržišnom natjecanju, i on, zapravo, može biti zakoniti oblik cjenovne konkurencije. Međutim, popusti koje nudi poduzetnik u vladajućem položaju moraju se odobravati transparentno i na sličan način za sve kupce. Inače, takvi popusti mogu biti zlouporaba vladajućeg položaja, što je teška povreda prava tržišnog natjecanja.

## ***What does abuse mean?***

Such abusive conduct may take many forms. Key examples include the following:

- charging customers very low prices with the aim of eliminating a competitor from the market; or,
- refusing to supply a customer for no valid reason; or,
- giving different customers different rebates for no objective reason and thereby discriminating against customers.

## ***Is exemption possible?***

It should be stressed that, unlike for restrictive agreements, no exemption is possible for a company abusing its dominant position on the Croatian market. However, in certain circumstances, a company in a dominant position may be able to legitimately defend an accusation of abuse of that dominant position by demonstrating that the company has a so-called “objective justification” for such abusive behaviour.

## **Proplin - Abuse of a Dominant Position**

A rebate policy applied by Proplin, a member of the INA d.d group, with regard to supplies of liquified petroleum gas to buyers, including Sedam-plin and Brala, liquified petroleum gas wholesalers and retailers, were determined by the Agency as restricting competition in the market. Proplin had sole direct access to liquified petroleum gas from INA, and imports of liquified petroleum gas were minor. Therefore, the Agency concluded that Proplin had a dominant position on the market as a supplier of liquified petroleum gas.

Proplin offered rebates to its buyers of liquified petroleum gas, including Sedam-plin and Brala. However, Proplin’s rebate policy was applied in a non-transparent and unfair way to its buyers, notably with disregard to actual volumes annually purchased by certain buyers.

Dissimilar conditions were therefore applied to equivalent commercial transactions, thereby placing Sedam-plin and Brala at a competitive disadvantage on the market, which constituted an abuse of Proplin’s dominant position on the market.

By way of remedy, the Agency ordered Proplin to discontinue its application of the anti-competitive aspects of the rebate policy.

Being in a dominant position is not in itself anti-competitive, but, certain types of activity carried out in such a position can constitute an abuse of that position. A rebate is not in itself anti-competitive, and, it can in fact be a legitimate form of price competition. But, rebates (offered by a business in a dominant position) must be made in a transparent and similar manner to all customers. Otherwise, such rebates may constitute an abuse of a business’ dominant position which is a serious violation of competition law.



## Koncentracije

### ***Zašto je potrebna kontrola koncentracija?***

Poduzetnici ne rastu samo povećanjem obujma i rastom prodaje svojih proizvoda već i udruživanjem snaga s drugim poduzetnikom ili više njih. U tom slučaju, riječ je o rastu putem koncentracija.

Koncentracija može nastati spajanjem dvaju ili više poduzetnika na način da poduzetnici nastave poslovati pod imenom jednog od njih ili tako da osnuju novo društvo. Također, može nastati stjecanjem kontrole odnosno prevladavajućeg utjecaja nad poslovanjem tako da jedan poduzetnik stekne većinski udjel u temeljnom kapitalu ili većinsko pravo glasa u drugom poduzetniku odnosno više njih

Koncentracija nastaje i u slučajevima kada se dva poduzetnika ugovorno udružuju u nekom zajedničkom poslovnom pothvatu, pri čemu ostaju neovisni pravni subjekti, a udružuju se samo na poslu u kojem imaju zajednički cilj i interes (eng. joint venture) i koji obje strane kontroliraju. Primjerice, zajednički pothvat nastaje kada se dva poduzetnika odluče ugovorno udružiti u poslovima zajedničke nabave robe ili usluga.

Takva udruživanja u pravilu potiču razvoj tržišta i povećavaju konkurentnost, a posljedično i životni standard potrošača. Međutim, problem se može pojaviti kada pripajanje ili spajanje i stjecanje kontrole ili prevladavajućeg utjecaja poduzetnika koji je prethodno funkcionirao kao samostalni poslovni subjekt za posljedicu ima smanjenje tržišnog natjecanja na dugoročnoj osnovi. Drugim riječima, kada sudionici takve koncentracije dižu cijene ili nameću trgovinske uvjete koji negativno utječu na tržišno natjecanje i time štete hrvatskim potrošačima.

Upravo zbog prevencije, odnosno izbjegavanja i sprječavanja takvih negativnih učinaka na tržište, koncentracije i zajedničke pothvate poduzetnika prije njihove provedbe je potrebno prijaviti i ocijeniti.

### ***Koje koncentracije ispituje i ocjenjuje Agencija?***

Hrvatsko pravo tržišnog natjecanja predviđa obvezu prijave Agenciji svake namjere provedbe koncentracije poduzetnika (pripajanja ili spajanja i stjecanja kontrole poduzetnika) kada ukupan prihod svih poduzetnika sudionika koncentracije iznosi najmanje jednu milijardu kuna na svjetskoj razini, u financijskoj godini koja je prethodila koncentraciji. Istu obvezu imaju sudionici koncentracije kada ukupan prihod svakog od najmanje dva sudionika koncentracije iznosi najmanje 100.000.000 kuna na hrvatskom tržištu u financijskoj godini koja je prethodila koncentraciji. Takve se koncentracije ne smiju provesti bez prethodne prijave i odobrenja Agencije. Nepoštivanje ovoga postupka Agencija sankcionira upravno-kaznenim mjerama.

## Mergers

### *Why do mergers need to be controlled?*

A company may grow not only by, for example, increasing the sales of its products on the Croatian market, but also by joining forces with other companies.

What is known as a “concentration” occurs when one company merges with another company or acquires control over another company, enabling the company to exercise a decisive influence on its operations.

It also includes cases of two companies pooling their activities by setting up a joint venture, controlled by both companies, for example, where such companies decide to set up a joint purchasing operation.

Such activity may bring benefits to the Croatian market in terms of increasing competitiveness, improving the conditions of growth, and, raising the standard of living.

However, the source of concern is that a merger or an acquisition of another firm which was previously independent might substantially reduce competition on the Croatian market on a lasting basis, and hence put the parties to that merger in a position to raise prices or impose conditions that are detrimental to Croatian consumers.

Therefore, such merger and joint venture activity needs to be examined before it goes ahead in order to prevent harmful effects on competition in the market occurring.

### *Which mergers are examined by the Agency?*

In order to prevent harm occurring to competition in such circumstances, Croatian competition law requires obligatory advance notification to the Agency of all proposed mergers and acquisitions when the total turnover of the parties to such concentrations amounts to at least 1 billion Kuna worldwide in the financial year preceding the concentration, and the total turnover of at least two of the parties to the concentration amounts to at least 100, 000, 000. 00 Kuna in the Croatian market in the financial year preceding the concentration. It must be stressed that such proposed concentrations must not be implemented without having first been notified to and then approved by the Agency. Failure to respect this will be met with sanctions from the Agency on the parties in question.

## ***Kada je koncentracija dopuštena, a kada zabranjena?***

Agencija na osnovu prijave namjere koncentracije detaljno ispituje planirano pripajanje ili spajanje odnosno stjecanje kontrole poduzetnika u smislu učinaka na tržišno natjecanje.

Ako Agencija ocijeni da bi se provedbom određene predložene koncentracije značajno narušilo djelotvorno tržišno natjecanje na hrvatskom tržištu, posebice ondje gdje bi predložena koncentracija stvorila ili ojačala vladajući položaj poduzetnika, tu će koncentraciju zabraniti.

Međutim, ako se u postupku ocjene dokaže da će provedbom koncentracije ojačati tržišno natjecanje na određenom tržištu te da će se ostvariti prednosti i pogodnosti koje će prevladati nad negativnim učincima koji nastaju kao posljedica stvaranja ili jačanja vladajućeg položaja poduzetnika, Agencija će tu koncentraciju ocijeniti dopuštenom.

Koncentracija može biti ocijenjena i kao uvjetno dopuštena, a prije nego što je proglašila dopuštenom, Agencija je nadležna za izricanje mjera i uvjeta te rokova njihovog ispunjenja, kako provedba koncentracije ne bi imala za posljedicu moguće sprječavanje, ograničavanje ili narušavanje tržišnog natjecanja. Primjerice, Agencija može naložiti poduzetnicima – sudionicima koncentracije da prodaju dio zajedničke djelatnosti, ili da licencom ustupe tehnologiju nekom drugom sudioniku na tržištu, a sve u cilju zaštite interesa i dobrobiti potrošača. Nakon što su mjere izrečene, Agencija prati ispunjavanje mjera i uvjeta od strane poduzetnika – sudionika koncentracije i može intervenirati ako poduzetnici ne postupe sukladno njezinoj odluci.

### **Konzum d.d. i Lokica d.o.o – uvjetno odobrena koncentracija**

Odobrenje Agencije za koncentraciju između poduzetnika Konzum i Lokica, dano je uz određene uvjete upravo radi osiguranja djelotvornog natjecanja na tržištu, koje bi u protivnom bilo narušeno. Mjerodavna tržišta u ovom slučaju bile su maloprodajne trgovine prehrambenim proizvodima u Šibensko-kninskoj županiji te veleprodaja prehrambenih proizvoda u Republici Hrvatskoj.

Provedbom koncentracije na način kako je bilo planirano i predloženo od sudionika koncentracije, zbog visokih zajedničkih tržišnih udjela koji bi bili posljedica te koncentracije, moglo je biti narušeno tržišno natjecanje. Došlo bi do značajne koncentracije na tržištu, a time i do smanjenja konkurencije na njemu. Stoga je kao uvjet za odobrenje koncentracije, Agencija sudionicima naložila provedbu mjera kojima se smanjuje negativan učinak na tržište. Jedan od uvjeta je, između ostalog, bio i obveza Konzuma da proda nekoliko svojih maloprodajnih trgovina dok je Lokica morala pristati na zadržavanje svih svojih postojećih sporazuma (onih sklopljenih prije namjeravane koncentracije) s dobavljačima proizvoda maloprodajnim i veleprodajnim kupcima.

Općenito govoreći, većina spajanja i pripajanja ne stvara nikakve zapreke djelotvornom tržišnom natjecanju i odobrava se bez postavljanja uvjeta. Tamo gdje se u određenim slučajevima pojavljuje zabrinutost da bi tržišno natjecanje moglo biti narušeno, uobičajeni način za uspješno otklanjanje negativnih učinaka je da se sudionici koncentracije obvežu na ispunjavanje strukturnih mjera u točno određenim rokovima. U pravilu je riječ o mjerama prodaje određenog dijela imovine, kako bi se uspostavila tržišna struktura s djelotvornim tržišnim natjecanjem.

## ***When are mergers approved or prohibited?***

The Agency examines in detail the proposed merger or acquisition in terms of its effect on competition.

If the Agency takes the view that a particular proposed concentration would significantly impede effective competition on the Croatian market, especially where the proposed concentration would create or strengthen a dominant position, the Agency will prohibit it.

However, if it can be demonstrated that the concentration will lead to a strengthening of competition in the market and bring benefits that will outweigh the negative effects produced by the creation or strengthening of the dominant position, then the Agency may permit the concentration.

The Agency also has the power to impose conditions before it approves a concentration in order to correct any possible distortions of competition. For example, the Agency may require the parties to the concentration to sell part of the combined business, or, to licence technology to another player on the Croatian market, thereby protecting consumers' interests. The Agency then monitors whether the parties fulfil their commitments and may intervene if they do not.

### **Konzum d.d & Lokica d.o.o - conditionally-approved merger**

Approval by the Agency of the food sector "concentration" between the undertakings Konzum and Lokica was made subject to conditions to ensure effective competition on the market which would have otherwise been distorted.

The relevant markets in this case were groceries retail market in Šibenik-Knin county and the groceries wholesale market in the whole of Croatia.

Because the proposed merger raised certain competition concerns due to the high combined market shares that would have resulted if the merger had been implemented as intended, i.e significantly "concentrating" the market and thereby reducing the level of competition, various remedies were imposed by the Agency in order for the merger to be approved. This included Konzum agreeing to dispose of a number of its retail outlets and Lokica agreeing to keep in place its existing agreements (i.e concluded prior to the proposed merger) with the suppliers of products to retail and wholesale customers.

Generally-speaking most mergers raise no impediments to effective competition and are approved unconditionally. Where in certain cases competition concerns are raised, the usual way to successfully address these concerns is for the parties to a proposed merger to agree to make "commitments", which are usually structural, and commonly consist of the divestiture of certain assets, in order to establish the market structure in a way that effective competition can be maintained.





# Pokretanje postupaka i provedba propisa

Agencija pokreće postupak utvrđivanja zabranjenih sporazuma, postupak ocjene sporazuma i postupak utvrđivanja zlouporabe vladajućeg položaja po službenoj dužnosti. Inicijativu za postupak koji je u nadležnosti Agencije, u obliku pisanog zahtjeva, prijedloga, obavijesti, prigovora ili drugog podneska može podnijeti svaka pravna ili fizička osoba, strukovna ili gospodarska interesna udruga, odnosno komora poduzetnika, udruga potrošača, Vlada Republike Hrvatske, središnja tijela državne uprave, te tijela jedinice lokalne i područne (regionalne) samouprave. Osim podataka o podnositelju, inicijativa sadrži i podatke pomoću kojih se može nedvojbeno odrediti protiv koga se podnosi inicijativa, te opis činjeničnog stanja, prakse ili okolnosti koje su razlog za podnošenje inicijative. Podnositelj inicijative može tražiti od Agencije zaštitu identiteta (anonimnost) ako za to postoje opravdani razlozi.

U provedbi postupka, Agencija je ovlaštena zahtijevati sve potrebne podatke i informacije u obliku pisanih očitovanja ili usmenih izjava te dostavu na uvid potrebnih podataka i dokumentacije koje smatra potrebnima radi utvrđivanja svih relevantnih činjenica u postupku. To može tražiti od poduzetnika koji su stranke u postupku, ali i od drugih pravnih i fizičkih osoba koje po ocjeni Agencije mogu pridonijeti rješavanju pitanja o sprječavanju, ograničavanju ili narušavanju tržišnog natjecanja.

Kada Agencija na temelju inicijative, tijekom prethodnog ispitivanja stanja na mjerodavnom tržištu, utvrdi da nema uvjeta za pokretanje postupka, najkasnije u roku od 10 mjeseci od dana zaprimanja inicijative za pokretanje postupka, Agencija o tome mora donijeti zaključak.

U slučaju predloženog pripajanja ili spajanja („koncentracija“) i stjecanja kontrole ili prevladavajućeg utjecaja, poduzetnici koji imaju namjeru provedbe koncentracije moraju Agenciji, sukladno Zakonu, podnijeti prijavu namjere koncentracije, na temelju koje Agencija ocjenjuje dopuštenost predmetne koncentracije. Kako bi se poduzetnicima olakšalo, za pojedine vrste koncentracija za koje nije vjerojatno da će biti problematične sa stajališta tržišnog natjecanja, postoji mogućnost pojednostavljenog, skraćenog postupka prijave koncentracija.

Donese li Agencija zaključak o pokretanju postupka utvrđivanja, sprječavanja, ograničavanja ili narušavanja tržišnog natjecanja, o tome će obavijestiti stranke u postupku. Stranke u postupku mogu se očitovati na navode iz zahtjeva Agencije te imaju pravo uvida u spis i druge isprave koje se ne smatraju službenom tajnom (tzv „uvid u spis“). Prije okončanja postupka, stranke u postupku od Agencije dobivaju obavijest o preliminarno utvrđenim činjenicama, okolnostima i zaključcima u postupku (eng. statement of objections). Obavijest se odnosi na utvrđene negativne učinke na tržišno natjecanje kako bi se stranke o njima mogle očitovati. Navode iz tog očitovanja Agencija može prihvatiti u cijelosti ili djelomično ili ih uopće ne prihvatiti.

# Investigative Procedures

The Agency institutes competition proceedings ex officio. This may occur following the initiative in the form of request or proposal or complaint by a party about the anti-competitive behaviour of another party.

When it undertakes an investigation, the Agency has the power to gather data and information relevant for the investigation from the companies on the Croatian market who are parties to the proceedings, and also from other companies and persons in the proceedings in question.


Where the Agency finds that there is no basis for initiating a proceeding, it must do so within 10 months from when the Agency received a request etc from a party seeking to have a proceeding initiated by the Agency.

In the case of proposed mergers and acquisitions (“concentrations”), it is the companies wishing to undertake the operation in question that are required by law to submit a prior notification to the Agency for clearance by the Agency of that particular operation. In the interest of being business-friendly, a simplified and lighter “fast-track” short-form notification procedure exists for certain types of proposed concentrations that are unlikely to raise competition concerns.

If the Agency decides to investigate an allegation of anti-competitive behaviour, the parties directly concerned are notified by the Agency. These parties are entitled to make representations to the Agency and to see any documents relating to the investigation which are not confidential (so-called “access to the file”). The parties receive from the Agency the so-called “statement of objections” before the end of investigation, in which the alleged violations of Croatian competition law and evidence are presented, which the parties can respond to

An important power of the Agency when conducting an investigation into anti-competitive behaviour is a so-called “dawn raid”. This is a surprise inspection of business premises to find evidence of such behaviour. In order to be able to undertake such an inspection the Agency must have a warrant issued by a Croatian Administrative Court. The Agency officials can exercise many powers during an inspection, including the right to ask questions, inspect and take copies of documents, and, search computers. Failure to co-operate with the inspection can lead to financial sanctions for companies.

The parties may make written submissions to the Agency during the investigation and at the end of the investigation, as a rule a “hearing” will be held at the Agency with the expert team Agency case-handlers who have carried out the investigation. At the “hearing”, in particular, the companies implicated in the anti-competitive activity in question have the possibility of representing



Sa Zakonom o zaštiti tržišnog natjecanja koji je stupio na snagu u listopadu 2010. Agencija je u utvrđivanju ponašanja kojim se narušava tržišno natjecanje dobila nekoliko važnih ovlasti. Jedna od njih je i ovlast tzv. nenajavljene pretrage (engl. dawn raid, doslovno: pretraga u zoru). Riječ je o nenajavljenoj pretrazi poslovnih prostorija s ciljem pronalaženja dokaza o netržišnom ponašanju. Za obavljanje takve pretrage Agencija mora imati sudski nalog koji je izdao Upravni sud RH. Ovlašteni djelatnici Agencije imaju široke ovlasti tijekom pretrage, uključujući pravo na postavljanje pitanja, pregledavanje i uzimanje preslika isprava, kao i pretrage računala. Poduzetnici koji ometaju izvršenje pretrage suočavaju se s upravno kaznenim mjerama.


Stranke u postupku mogu se tijekom i na kraju čitavog postupka pismeno očitovati Agenciji, a u pravilu se u Agenciji održava i usmena rasprava koju vode članovi stručne službe – voditelji postupka. Tijekom usmene rasprave poduzetnici imaju mogućnost iznošenja svojih stavova (tzv. pravo na obranu) u vezi s činjenicama i dokazima prikupljenima tijekom istrage.

U provedbi postupka, Agencija je ovlaštena od poduzetnika zahtijevati sve potrebne podatke i obavijesti, no prikupljeni podaci podliježu odredbama o čuvanju službene tajne.

Nakon što se prikupe svi podaci potrebni za donošenje konačne odluke, bilo da se radi o ocjeni sukladnosti sporazuma, utvrđivanju izuzeća ili utvrđivanju zlorababe vladajućeg položaja, te ako ti podaci nedvojbeno ukazuju na narušavanje tržišnog natjecanja, Agencija donosi konačno rješenje. Ako poduzetnik na tržištu nastavi s postupanjem koje ima negativne učinke na tržišno natjecanje, Agencija rješenjem može odrediti i privremene mjere kojima se poduzetniku nalaže prekid takvog ponašanja, ispunjenje posebnih uvjeta ili druge mjere koje su potrebne za uklanjanje štetnog učinka takvog djelovanja poduzetnika na tržištu. Nakon što utvrdi povredu Zakona, Agencija ima ovlasti, u posebnom postupku, izravno izreći kazneno-upravnu mjeru u jedinstvenom rješenju kojim se okončava postupak.

U postupcima ocjene dopuštenosti koncentracija, a nakon što se prikupe svi podaci potrebni za konačnu odluku, Agencija donosi rješenje kojim utvrđuje da je koncentracija dopuštena, uvjetno dopuštena ili nedopuštena ako smatra da bi ona mogla imati značajan negativan učinak na tržišno natjecanje.

Nezadovoljna stranka protiv rješenja Agencije može radi pravne zaštite pokrenuti upravni spor pred Upravnim sudom Republike Hrvatske, kako u vezi s materijalnim činjenicama, tako i u vezi s postupkom. Međutim, zaključak Agencije za pokretanje postupka u vezi s tržišnim natjecanjem ne podliježe sudskoj kontroli Upravnog suda RH.




their positions (the so-called “rights of defence”) with regard to the facts and evidence gathered during the investigation.

All information gathered in an investigation and in a merger control procedure is treated in confidentiality by the Agency.

At the end of an investigation into anti-competitive behaviour, whether as regards a restrictive agreement or an abuse of a dominant position, the Agency will adopt a formal legally-binding decision addressed to the parties involved stating that there has been a case of anti-competitive behaviour - if such behaviour is on-going then the Agency will order that such behaviour ceases immediately. The Agency also has the ability to directly impose fines on parties in cases of anti-competitive behaviour through a separate procedure.

At the end of a merger control procedure the Agency may either allow the merger to take place, possibly with conditions, or it may prevent the merger from proceeding if the Agency has serious competition concerns.

Businesses may apply for the judicial review of decisions of the Agency in administrative proceedings before the Administrative Court of the Republic of Croatia, concerning either substance or procedure or both. However, a procedural order by the Agency to initiate a competition proceeding is not subject to judicial review by the Administrative Court.



# Upravno-kaznene mjere i program oslobođenja ili umanjenja upravno-kaznene mjere

Nakon što donese rješenje kojim se utvrđuje da se poduzetnik na tržištu ponašao suprotno pravilima o tržišnom natjecanju i time prekršio Zakon, Agencija može izravno izreći upravno-kaznenu mjeru.

Ipak, nužno je istaći da kod određivanja kazni ne postoji „formula“ za automatsku primjenu. Ta odluka zahtijeva duboko razumijevanje poduzetničkog postupanja koje je rezultiralo narušavanjem tržišnog natjecanja i u pravilu znači uključivanje u analizu svih ekonomskih činjenica koje su imale utjecaja na takvo djelovanje poduzetnika. Stoga je standardizirana metodologija za izricanje upravno-kaznene mjere od iznimne važnosti za pravilnu primjenu propisa.

Glavni elementi metodologije izricanja upravno-kaznene mjere prema hrvatskom pravu tržišnog natjecanja su:

- U postupovnom smislu, Agencija najprije utvrđuje činjenice o kršenju pravila tržišnog natjecanja i šalje strankama „obavijest o utvrđenom činjeničnom stanju“ kojom se taj nalaz utvrđuje. Nakon toga donosi jedinstveno rješenje kojim se utvrđuje narušavanje tržišnog natjecanja i izriče upravno-kaznena mjera;
- Pri određivanju upravno-kaznene mjere primjenjuje se dvostupanjska metodologija. Najprije se utvrđuje osnovni iznos upravno-kaznene mjere koji je povezan s ukupnim prihodom poduzetnika (od prodaje). Pri utvrđivanju osnovnog iznosa, uzima se u obzir težina povrede propisa i vrijeme trajanja povrede, a nakon toga se, u drugom koraku, utvrđeni iznos korigira (na više ili na niže), ovisno o okolnostima predmeta;
- Pri takvim korekcijama Agencija obvezno razmatra otegotne i olakotne okolnosti. Kad su okolnosti, odnosno, značajke kršenja propisa teže, primjerice, kada je poduzetnik inicijator ili potcatelj povrede, govorimo o otegotnim okolnostima zbog kojih se upravno-kaznena mjera može povećati. Suprotno tome, kada je riječ o manje teškoj povredi do kojeg je, recimo, došlo iz nehaja, onda se na izricanje upravno-kaznene mjere primjenjuju olakotne okolnosti koje mogu utjecati na njezino smanjenje.
- Gornje ograničenje upravno-kaznene mjere za teške povrede propisa o tržišnom natjecanju je 10 posto ukupnog prihoda poduzetnika za prethodnu godinu. Za lakše povrede propisa o tržišnom natjecanju ograničenje je najviše 1 posto ukupnog prihoda poduzetnika za prethodnu godinu. Agencija također može odrediti upravno-kaznene mjere za druge utvrđene povrede u rasponu između deset tisuća i sto tisuća kuna. Takva se kazna, primjerice, može izreći stranci koja se ne odazove pozivu Agencije za dostavu informacija potrebnih za vođenje postupka.

# Fines and Leniency

Once a decision has been adopted by the Agency determining that a company has behaved in an anti-competitive way and thereby infringed competition rules, the imposition of a fine for infringing the rules will be directly undertaken by the Agency.

It must be emphasised that determining a fine is not necessarily a straightforward matter. It requires a detailed understanding of the anti-competitive activity in question, and, it usually involves understanding the underlying economic facts of the matter in question as a whole. Therefore, a standardised methodology is required when setting a fine.

The following are the key aspects concerning fine-setting under Croatian competition law:

- in procedural terms, an initial finding will first be established by the Agency about the competition law infringement, and the Agency will send parties a so-called “Statement of Facts” which sets out this finding, following which a further finding will be made by the Agency about the fine;
- a two-step methodology is applied when actually setting a fine - first, a basic fine amount will be set related to turnover (sales) and which takes into consideration the seriousness and length in time of the anti-competitive infringement, followed, second, by an adjustment to this amount, either upwards or downwards, depending on the circumstances of a case;
- the circumstances of a case that the Agency must consider in making any adjustments are twofold: first, aggravating circumstances, i.e features that make an infringement more serious and can therefore cause an increase in a fine, for example, being the instigator of a competition law infringement; and, second, mitigating circumstances, i.e features that make an infringement less serious and can therefore lead to a decrease in a fine, for example, negligently committing a competition law infringement;
- the limit for fines for serious competition law infringements is set at no more than 10% of the total turnover for a previous year, and, for less serious competition law infringements there is a limit of no more than 1% of the total turnover for a previous year - fines for other specified infringements can also be set between HRK 10,000 to 100,000, for example, a party who fails to respond to a request for information from the Agency can be subject to such a fine.

It should be emphasised that parties’ rights are fully respected during the fine-setting procedure.

Further, fines will always be applied on a case-by-case basis, and, therefore, although the Agency will follow the above-mentioned methodology, thereby ensuring a degree of consistency, transparency and legal certainty, there will nevertheless be room for flexibility in arriving at the final fine calculation.



Tijekom postupka utvrđivanja upravno-kaznene mjere u potpunosti se poštuju prava stranaka.

Iako se Agencija pridržava metodologije, ponajprije radi osiguravanja dosljednosti, transparentnosti i pravne sigurnosti, u izračunu krajnjeg iznosa upravno-kaznene mjere ipak postoji određena fleksibilnost. Stoga vrijedi pravilo da upravno-kaznene mjere uvijek ovise o slučaju na koji se primjenjuju.


Hrvatskim ZZTN-om omogućena je primjena programa „oslobođenja ili umanjenja upravno-kaznene mjere“ ili tzv. pokajnički program (engl. „leniency“). Naime, prema njemu, poduzeticima koji sudjeluju u kartelima nudi se ili oslobođenje (imunitet) od upravno-kaznene mjere, ili smanjenje upravno-kaznene mjere u zamjenu za njihovu suradnju u postupku koji vodi Agencija.

Glavni elementi programa oslobođenja ili umanjenja upravno-kaznene mjere:

- Potpuno oslobođenje od upravno-kaznene mjere može se dati sudioniku kartela koji prvi obavijesti Agenciju o postojanju kartela i koji dostavi dostatne dokaze koji će omogućiti Agenciji da pokrene postupak utvrđivanja kartela; ili sudioniku kartela koji Agenciji prvi dostavi informacije i dodatne dokaze o kartelu i time omogućiti Agenciji da utvrdi povredu propisa o tržišnom natjecanju kada je postupak već u tijeku, a podneseni dokazi omogućuju Agenciji okončanje postupka, odnosno utvrđenje kartela;
- oslobođenje se ne može dati inicijatoru ili poticatelju kartela;
- ostali sudionici kartela imaju pravo na smanjenje upravno-kaznene mjere (ali ne oslobođenje) ako dostave Agenciji dodatne značajne dokaze koji Agenciji pomažu u njezinoj istrazi;
- sudionici kartela koji se prijave za oslobođenje ili umanjenje upravno-kaznene mjere moraju, od trenutka podnošenja prijave, u potpunosti, promptno i kontinuirano surađivati s Agencijom tijekom istrage, te se sudjelovanje u kartelu mora odmah prekinuti.

O oslobođenju ili umanjenju upravno-kaznene mjere Agencija odlučuje sama, a oslobođenje ili umanjenje upravno-kaznene mjere pravovaljani su samo nakon što Agencija službeno donese takvu odluku.

Program oslobođenja ili umanjenja upravno-kaznene mjere primjenjuje se samo na kartele, odnosno ne primjenjuje se na zlouporabu vladajućeg položaja ili druge povrede hrvatskog Zakona o zaštiti tržišnog natjecanja.



Under Croatian competition law there exists a so-called “leniency” programme. Under this, companies who have participated in cartels are offered either immunity from fines or reduced fines in exchange for their co-operation with the Agency’s investigation into a cartel.

The following are the key aspects of the “leniency” programme:

- total immunity from a fine may be granted to: either, the first member of a cartel who informs the Agency of the existence of a cartel and who also brings sufficient evidence to enable the Agency to initiate an investigation into the cartel; or, to the first member of a cartel who provides information and evidence to the Agency about a cartel that enables the Agency to find an anti-competitive infringement where an investigation is already under way and the evidence provided allows the Agency to end the investigation with an anti-competitive finding;
  - immunity cannot be granted to the instigator or ringleader of a cartel;
  - other cartel members are eligible for a fine reduction (but not immunity) if they provide the Agency with additional significant evidence that assists the Agency in its investigation into the cartel; and,
  - the cartel members applying for fine immunity or a reduction in a fine must, from the time of making their application, provide their full, genuine and continuous cooperation with the Agency during the investigation, and, participation in the cartel must be immediately terminated.
- It must be emphasised that the granting of immunity or a reduction in a fine is an issue for the Agency to decide at its discretion and immunity and fine reduction are only valid upon such a decision being officially made by the Agency

It must be emphasised that the leniency programme only applies to cartels, i.e it does not apply to abuse of a dominant position or other infringements of the Croatian Competition Act.





# Promicanje politike zaštite tržišnog natjecanja

U samom središtu aktivnosti Agencije je promicanje prava i politike tržišnog natjecanja, a to ponajprije obuhvaća podizanje svijesti opće i stručne javnosti o pozitivnim učincima tržišnog natjecanja na rast konkurentnosti nacionalnog gospodarstva. Konkretno, to znači aktivan doprinos Agencije stvaranju i usklađivanju zakonodavnog okvira kojim će se poticati konkurentnost. Naime, propisi koji nisu u skladu sa načelima prava i politike tržišnog natjecanja, jednako kao i intervencije države na tržištu, mogu ugroziti slobodu tržišnog natjecanja u istoj mjeri kao i netržišno ponašanje privatnih poduzetnika.

Stoga je jedna od zadaća Agencije i praćenje propisa i davanje mišljenja na zakone i ostale propise kako ne bi sadržavali odredbe kojima bi se štetilo tržišnom natjecanju, odnosno proizveli negativni učinci na hrvatsko gospodarstvo.

Također, Agencija na zahtjev Vlade, Sabora, ministarstava i drugih državnih tijela, lokalne i područne uprave i samouprave te ostalih tijela javne vlasti, ili po službenoj dužnosti, daje stručna mišljenja na nacрте prijedloga propisa, ako smatra da isti neopravdano mogu negativno utjecati na tržišno natjecanje i stoga su u suprotnosti s općim interesom.

Isto tako, Agencija može analizirati postojeće propise i praksu te može hrvatskoj Vladi ili drugim tijelima javne vlasti ukazati na propuste u odredbama koje su u suprotnosti s pravilima o tržišnom natjecanju, kao i na njihove posljedice.

Agencija u okviru svojih aktivnosti istražuje i analizira određena tržišta, odnosno sektore koji su „osjetljiviji“ na moguće sprječavanje, ograničavanje ili narušavanje tržišnog natjecanja. Cilj je u takvim istraživanjima ukazati na moguće nedostatke ili netržišna ponašanja poduzetnika kako bi se ona otklonila. Rezultate nekih istraživanja Agencija i javno publicira.

# Competition Advocacy

State rules and State-sanctioned practices are capable of harming the competitive process just as seriously as the individual activities of businesses.

The Agency is therefore also tasked with scrutinising Croatian legislation that will bring about, or is responsible for, distortions of competition in the Croatian economy.

To this end, complementing its regulatory powers of control over anti-competitive acts and conduct, and, its merger control competences, the Agency can issue opinions on the compliance of proposed legislation and other legislation with the Croatian Competition Act

The Agency obviously cannot take the place of Government or Parliament in deciding which rules should govern the operation of the Croatian economy, but, the Agency is nevertheless empowered to advise the Government, Parliament or any Croatian Government bodies or local authorities concerned of any draft rules or measures that introduce restrictions on competition, without justification in terms of the general interest.

Further, the Agency may also examine existing Croatian legislation and practices and bring to the attention of the Croatian Government or other Croatian bodies its concerns about the anti-competitive aspects and consequences of such rules and practices.

Finally, the Agency can undertake generic fact-finding activities. When the operation of the market or a particular sector suggests that competition is being impeded, the Agency may act on its own initiative and carry out general fact-finding inquiries into that market or sector.



## Međunarodna suradnja

U okviru međunarodno preuzetih obveza Republike Hrvatske, Agencija na području prava tržišnog natjecanja razvija intenzivnu međunarodnu suradnju. Aktivna je u radu međunarodnih tijela i foruma koji se bave pravom i politikom tržišnog natjecanja - OECD i Međunarodna mreža za tržišno natjecanje (ICN).

S obzirom na proces pristupanja Hrvatske Europskoj uniji, a u cilju usklađivanja hrvatskog zakonodavstva u području tržišnog natjecanja, politike i prakse, s pravnom stečevinom (acquis communautaire) Europske unije, Agencija osobito usko surađuje s Europskom komisijom u Bruxellesu, tijelom Europske Unije koje ima izvršnu ulogu u provedbi politike tržišnog natjecanja. To obuhvaća i pripreme Agencije za uključivanje u Europsku mrežu tijela za zaštitu tržišnog natjecanja (ECN), forum za raspravljanje i razmjenu informacija kao i konkretno rješavanje predmeta između Europske komisije i nacionalnih tijela za zaštitu tržišnog natjecanja država članica.

Razmjena iskustva i znanja i bogata suradnja odvija se na bilateralnoj razini sa srodnim tijelima u susjednim državama, članicama CEFTE ili članicama EU i to na temelju sporazumima o suradnji s tijelima za zaštitu tržišnog natjecanja, uključujući ona u Austriji, Bosni i Hercegovini, Bugarskoj, Mađarskoj, Kosovu, Makedoniji, Rumunjskoj i Turskoj.

# *The International Context*

The Agency is tasked with facilitating international co-operation in the field of competition law, within the context of international commitments undertaken by the Republic of Croatia.

In practice this means co-operating closely with International competition organisations such as OECD and networks such as International Competition Network. In particular, as part of the on-going EU accession process this means that the Agency works closely with the European Commission (based in Brussels) to ensure the alignment of Croatian competition law, policy and practice with the EU competition “acquis communautaire”. This includes preparations of the Agency for future membership in the European Competition Network (ECN) established for discussion and exchange of information as well as for dealing with actual cases between European Commission and national competition authorities of the EU Member States.

Other international fora in which the Agency works include the OECD Global Forum on Competition and the CEFTA countries. The Agency also works on a bilateral basis with a number of other competition agencies, including those in Austria, Bosnia and Herzegovina, Bulgaria, Hungary, Kosovo, Macedonia, Romania, and Turkey.



# Nekoliko zlatnih pravila za poduzetnike

Kroz prizmu važećih pravila o tržišnom natjecanju u Hrvatskoj, poduzetnicima se može dati nekoliko savjeta:

- Nikada sa svojim konkurentima ne razmjenjujte tržišno osjetljive informacije, kao ni detalje o uvjetima poslovanja. To se posebno odnosi na informacije o cijenama. Samostalno donosite odluke o cijenama, proizvodnji, kupcima i svim uvjetima trgovanja;
- Ako vaša tvrtka primjenjuje neki oblik ograničenja tržišnog natjecanja prema svojim distributerima, primjerice, ograničenja prodaje na određenom području i ograničenja prodaje određenim kupcima, to će vjerojatno narušiti tržišno natjecanje. Provjerite svoje ugovore i dogovore o distribuciji kako biste se uvjerali jesu li oni sukladni s propisima o tržišnom natjecanju;
- Ako ste poduzetnik velike tržišne snage na hrvatskom tržištu, vaša je obveza da na tržištu ne dopustite ponašanje koje narušava tržišno natjecanje;
- Imate li namjeru pripajanja ili spajanja i stjecanja kontrole ili prevladavajućeg utjecaja nad drugim poduzetnikom, razmotrite treba li namjeravanu koncentraciju prijaviti Agenciji za zaštitu tržišnog natjecanja radi ocjene dopuštenosti. Razmotrite i mogućnost da provedba planirane koncentracije za posljedicu ima negativne učinke na tržišno natjecanje na mjerodavnom tržištu;
- Ako ste na bilo koji način uključeni u postupak koji provodi Agencija, u tom postupku odgovorno sudjelujte, uključujući i suradnju tijekom nenajavljene pretrage. Pri tome ste se dužni ponašati profesionalno. U suprotnom, ako odbijate suradnju može vam biti izrečena upravno-kaznena mjera;
- Ako ste predmetom istrage koju provodi hrvatska Agencija za zaštitu tržišnog natjecanja u bilo kojem svojstvu, pobrinite se da se informirate o svojim pravima u postupku kako biste se mogli što kvalitetnije očitovati tijekom postupka i izricanja upravno-kaznene mjere;
- Ako ste uključeni u zabranjeni sporazum (kartel), razmotrite mogućnost da o tome obavijestite Agenciju za zaštitu tržišnog natjecanja i iskoristite prava iz pokajničkog programa o oslobođenju ili umanjenje upravno-kaznene mjere u zamjenu za suradnju;
- Kako biste bili sigurni da vaša tvrtka ni na koji način ne krši propise o zaštiti tržišnog natjecanja, razmotrite mogućnost usvajanja programa usklađivanja s propisima o zaštiti tržišnog natjecanja;
- Ako je vaša tvrtka žrtva netržišnog ponašanja drugog poduzetnika, razmotrite podnošenje inicijative o tome hrvatskoj Agenciji za zaštitu tržišnog natjecanja;
- U slučajevima kada niste posve sigurni kako primjenjivati hrvatske propise o zaštiti tržišnog natjecanja na određene aktivnosti vaše tvrtke na tržištu potražite neovisan pravni savjet stručnjaka.

# Some Golden Rules for Businesses

By way of general advice as regards Croatian competition law, businesses are recommended as follows:

- Never share market sensitive information or business terms and conditions with your competitors, especially price information. Make decisions about pricing, output, customers and all trading conditions independently;
- If your company is applying some form of restraint on competition on its distributors, for example territorial and customer sales restrictions, this is likely to distort competition. Check your distribution agreements and arrangements to ensure competition compliance;
- If your company is in a strong position on the market in Croatia, ensure the company's responsibility not to allow its conduct to distort competition on the market;
- Where your company is contemplating either merging with another company or acquiring another company, consider whether the proposed operation will be required to be notified to the Croatian Competition Agency for approval. If such notification is necessary, consider whether the proposed operation will create a position on the market that would distort the competitive conditions of that market;
- If you are the subject of an investigation by the Croatian Competition Agency in any way whatsoever, ensure that you fully co-operate with the investigation, including during a "dawn raid" where you should act in a professional manner, otherwise non-cooperation can result in penalties;
- If you are the subject of an investigation by the Croatian Competition Agency in any way whatsoever, ensure that you know your procedural rights so that you are in the best position to defend yourself, including during fine proceedings;
- If you are involved in cartel activity consider informing the Croatian Competition Agency about this through the "leniency" procedure in order to get either immunity from a fine or a reduction in a fine in exchange for your co-operation;
- In order to make sure that your company does not commit any competition law infringements, consider adopting a company competition compliance programme;
- If your company is the victim of anti-competitive behaviour of another company, consider bringing an official complaint about this to the Croatian Competition Agency; and,
- In cases of uncertainty about the application of Croatian competition law to certain business practices, seek independent legal advice.

## **Zlouporaba vladajućeg položaja**

Smatra se da je poduzetnik u vladajućem položaju na tržištu ako mu njegova tržišna snaga dopušta da se na tržištu ponaša neovisno od svojih konkurenata, kupaca/dobavljača i potrošača, te time sprječava učinkovito tržišno natjecanje na predmetnom tržištu. Isto se može odnositi i na više poduzetnika pa je u tom slučaju riječ o zajedničkom vladajućem položaju poduzetnika na tržištu. Zlouporaba vladajućeg položaja je netržišno ponašanje, odnosno djelovanje kojim poduzetnik (poduzetnici) u vladajućem položaju nastoji taj položaj zadržati ili ojačati primjenom nedopuštenih sredstava, iskorištavanjem toga vladajućeg položaja, isključivanjem ostalih poduzetnika i posljedično, smanjenjem tržišnog natjecanja na tržištu. Poduzetnicima se mogu izreći mjere u svrhu sankcioniranja takve zlouporabe.

## **Kartel**

Kartel je zabranjeni sporazum sklopljen između međusobno neovisnih poduzetnika koji su najčešće i konkurenti na tržištu (riječ je o tzv. horizontalnom sporazumu), čiji je cilj utvrđivanje cijena, podjela tržišta ili pak ograničavanje proizvodnje.

## **Mjere i uvjeti za provedbu koncentracije (engl. commitments)**

U slučaju da koncentracija proizvodi negativne učinke na tržišno natjecanje, poduzetnik mora provesti restrukturiranje koncentracije u skladu s mjerama i uvjetima koji su neophodni za njezinu dopuštenost i provedbu. Primjerice, to može biti prodaja dijela društva ili restrukturiranje koncentracije. Mjere i uvjeti također se mogu koristiti u području zabranjenih sporazuma i zlouporaba, kada, primjerice, poduzetnik pristane promijeniti svoje buduće postupanje na tržištu.

## **Koncentracija**

Koncentracija poduzetnika je, krajnje pojednostavljeno, spajanje dvaju ili više do toga trenutka pravno samostalnih poduzetnika u cilju jedinstvenog upravljanja i vođenja poslova, ili pak, stjecanje kontrole odnosno prevladavajućeg utjecaja tako da jedan poduzetnik stekne većinski udjel u temeljnom kapitalu ili većinsko pravo glasa u drugom poduzetniku (poduzetnicima), te time ostvari jedinstvenu kontrolu nad poslovanjem poduzetnika.

## **Potrošači**

Sa stajališta prava i politike tržišnog natjecanja, potrošači su zaštićeni, budući da je krajnji cilj gospodarstva koje se temelji na načelima tržišnog natjecanja stvaranje prednosti za potrošače. Narušavanje tržišnog natjecanja za posljedicu ima štetu za potrošače i stoga se u takvim slučajevima poduzimaju odgovarajuće, zakonom uređene mjere protiv poduzetnika koji su uključeni u postupanja i djelovanja na tržištu koja su za posljedicu imala narušavanje tržišnog natjecanja (kao što su to sklapanje ograničavajućih sporazuma ili zlouporaba vladajućeg

# Glossary

## **Abuse of a dominant position**

Dominance is a position of economic strength enjoyed by a single company or by companies together on the market enabling such a company or companies to prevent the maintenance of effective competition on that market, and where such a position affords such a company or companies the power of behaving independently of their competitors, customers and consumers. Abuse of such a dominant position is where a company or companies together employ certain conduct which, by virtue of their dominant position, is exploitative, exclusionary or has an anti-competitive effect on the market. In order to address such abuse, remedies may be imposed on companies.

## **Cartel**

A cartel is an illegal agreement between independent undertakings, usually competitors (a horizontal agreement), to either fix prices or divide markets or restrict output.

## **Commitments**

A commitment is a remedy to modify a proposed concentration that addresses competition concerns (i.e where there might be a significant impediment to competition), for example, the divestiture of certain parts of a company, so that the proposed concentration can obtain official regulatory approval and go ahead. Commitments can also be used as a way to settle a case concerning a prohibited agreement or abuse of a dominant position, for example where a company agrees to change its conduct in the future.


## **Concentration**

A concentration is when one undertaking merges with another undertaking or acquires control over another undertaking, enabling the undertaking to exercise a decisive influence over the other undertaking's operations.

## **Consumers**

Consumers, for competition purposes, are protected as a competitive market economy is intended to deliver benefits to consumers. Consumers are harmed where competition is distorted, and, therefore, in such cases official regulatory action is taken against undertakings engaging in distortive competitive activity (restrictive agreements or abuse of a dominant position) or where the proposed activity of undertakings might distort competition (mergers) in the interests of consumers. Such consumers may be undertakings themselves in their capacity as end-users of products or services.





položaja), ili čije planirane aktivnosti (primjerice koncentracija) mogu dovesti do narušavanja tržišnog natjecanja na štetu potrošača. I sami poduzetnici mogu biti potrošači, u slučajevima kada su krajnji korisnici određenih proizvoda ili usluga.

### **Naknada štete**

Temeljem privatno pravne zaštite u slučaju povrede propisa o zaštiti tržišnog natjecanja, stranke, uključujući poduzetnike, koje su imale štetu zbog djelovanja poduzetnika protivno tržišnom natjecanju, a osobito kartela, mogu podnijeti tužbu nadležnom trgovačkom sudu kako bi dobile novčanu naknadu za štetu prouzročenu djelovanjem protivnim tržišnom natjecanju.

### **Nenajavljena pretraga**

Nenajavljena pretraga je iznenadan pregled poslovnih prostorija od strane ovlaštenih djelatnika Agencije kada postoji opravdana sumnja da je poduzetnik prekršio Zakon o zaštiti tržišnog natjecanja. Djelatnici u nenajavljenom pretresu nastoje pronaći dokaze kojima bi potkrijepili svoje sumnje. Ti su djelatnici ovlašteni za obavljanje takve pretrage temeljem naloga koji izdaje sud. U obavljanju takve pretrage djelatnici imaju mnoge ovlasti, uključujući pravo na postavljanje pitanja, uvid u isprave i izradu preslika isprava, te pretraživanje računala.

### **Distribucija**

Za potrebe prava i politike tržišnog natjecanja, pojam distribucije odnosi se na vertikalni sporazum zaključen između poduzetnika koji određenom robom ili uslugama opskrbljuje drugog poduzetnika u svrhu daljnje prodaje. To mogu biti ugovori o isključivoj distribuciji ili ugovori o selektivnoj distribuciji. Ugovorom o isključivoj distribuciji jedna se ugovorna strana (proizvođač, trgovac na veliko) obvezuje da će isključivo drugoj ugovornoj strani (prodavatelj, trgovac na malo) isporučivati određene proizvode radi daljnje prodaje na ugovorom točno utvrđenom području. Ugovorom o selektivnoj distribuciji dobavljač se obvezuje svoje proizvode isporučivati ograničenom broju trgovaca na veliko ili malo – službeno ovlaštenih distributera. U slučaju navedenih ugovora, poduzetnik dobavljač može poduzetniku trgovcu nametati određena ograničenja koja za posljedicu mogu imati narušavanje tržišnog natjecanja, pa se ti sporazumi ocjenjuju uzimajući u obzir okolnosti i činjenice svakoga pojedinačnog slučaja.

### **Izuzeće**

Izuzećem se uređuje mogućnost da se pojedini ograničavajući sporazumi poduzetnika izuzmu od opće zabrane koja obuhvaća sve sporazume koji sadrže ograničenja tržišnog natjecanja, i to kroz usklađenost s podzakonskim aktima kojima se regulira tzv. skupno izuzeće za sve sporazume koji ispunjavaju propisane kriterije. Pritom je potrebno dokazati da pogodnosti i mjerljivi pozitivni učinci na tržišno natjecanje koji proizlaze iz tih sporazuma prevladavaju nad negativnim ograničavajućim učincima.



## **Damages**

Under the private enforcement of competition law, parties, including companies, that have been injured by the anti-competitive activities of companies, notably cartels, may bring a legal claim before a commercial court to obtain monetary damages for the harm caused by the anti-competitive activity.

## **Dawn Raid**

A dawn raid is a surprise inspection of business premises undertaken by public officials when they have reasonable grounds to suspect that a company has infringed competition law and the officials are seeking to find evidence to prove their suspicions. The officials are usually empowered to undertake such an inspection through a warrant issued by a court. In conducting such an inspection the officials have many powers, including the right to ask questions, inspect and take copies of documents, and, search computers.

## **Distribution**

Distribution, for competition purposes, is a vertical agreement where an undertaking supplies a product to another undertaking for resale. Distribution can take exclusive form, where a supplier grants exclusive distribution rights to a distributor for a particular territory, or, it can take selective form, where a supplier provides products that can be bought and sold only by officially appointed distributors (or retailers). Where some form of restraint on competition is imposed by the undertaking supplying the other undertaking on the latter undertaking this may or may not distort competition, depending on the factors in the case in question.

## **Exemption**

An exemption is where a derogation from or an exception to the general prohibition on anti-competitive restrictive agreements may be obtained through compliance with secondary competition legislation (known as a “block exemption”) , where specific conditions are met demonstrating that the anti-competitive aspects of an agreement are outweighed by certain quantifiable pro-competitive aspects.

## **Fine**

A fine is a financial sanction imposed on a company for infringement of competition law. Such infringements may be either substantive, for example for price-fixing, or, procedural, for example for failing to co-operate in a competition investigation in some particular way. A particular methodology is used to calculate fines for substantive infringements under which a basic amount is first set following which this amount is adjusted either up or down.



## **Upravno-kaznena mjera**

Upravno-kaznena mjera je novčana kazna koja se izriče poduzetniku zbog povrede propisa o tržišnom natjecanju. Takve povrede mogu biti ili materijalne, primjerice, u slučaju dogovora o cijenama, ili postupovne, primjerice, ako poduzetnik ne surađuje u istrazi o narušavanju tržišnog natjecanja. Za izračunavanje upravno-kaznenih mjera zbog teških povreda propisa o tržišnom natjecanju upotrebljava se točno određena metodologija, pri čemu se najprije odredi osnovni iznos, a zatim se isti povećava ili smanjuje.

## **Horizontalni sporazumi**

Horizontalni sporazum je sporazum između dva ili više poduzetnika koji djeluju na istoj razini proizvodnje i/ili prodaje odnosno distribucije.

## **Zajednički pothvat**

Zajednički pothvat (eng. joint venture) predstavlja ugovorno udruživanje dvaju ili više poduzetnika koji ostaju neovisni pravni subjekti, a udružuju se samo na poslu u kojem imaju zajednički cilj i interes, primjerice u svrhu istraživanja i razvoja. Takva suradnja ne mora, ali može za posljedicu imati narušavanje tržišnog natjecanja, ovisno o obliku te suradnje, odnosno zajedničkog pothvata. Kada se radi o zajedničkom pothvatu koji na trajnijoj osnovi djeluje kao neovisan gospodarski subjekt, uzimajući u obzir njegove učinke, smatra se koncentracijom poduzetnika (eng. full-function joint venture).

## **Program oslobođenja i umanjenja upravno-kaznenih mjera (pokajnički program)**

Prema postupku utvrđenom u programu oslobođenja i umanjenja upravno-kaznenih mjera poduzetnicima koji sudjeluju u kartelu, hrvatska Agencija za zaštitu tržišnog natjecanja nudi ili oslobođenje od upravno-kaznenih mjera, ili njihovo umanjenje, u zamjenu za njihovu suradnju (tzv. „zviždanje“) u istrazi o kartelu.

## **Mjerodavno tržište**

Za potrebe prava i politike tržišnog natjecanja utvrđivanje mjerodavnog tržišta polazna je točka u svim analizama tržišnog natjecanja. Ono omogućuje izračunavanje tržišnih udjela poduzetnika koji djeluju na nekom tržištu pa je na taj način moguće utvrditi njihovu tržišnu snagu, odnosno dobiti odgovor na pitanje narušava li se tržišno natjecanje ili ne. Pojednostavljeno, utvrđivanjem mjerodavnog tržišta određuju se granice i ograničenja tržišnog natjecanja koja utječu na djelovanje poduzetnika na nekom tržištu i koja sprječavaju te poduzetnike da se na tom tržištu ponašaju neovisno od pritiska konkurencije. Pri utvrđivanju mjerodavnog tržišta važno je odrediti njegovu zemljopisnu i proizvodnu dimenziju, odnosno procijeniti postoje li na tržištu zamjenski proizvodi odnosno usluge.

### **Horizontal Agreements**

A horizontal agreement is an agreement between two or more undertakings at the same level of either production and/or sales and/or distribution.

### **Joint Venture**

A joint venture is an arrangement whereby undertakings agree to co-operate together with regard to specific objectives, for example for research and development purposes. Such co-operation may or may not distort competition, depending on the nature of the co-operation. Where such a joint venture performs on a lasting basis all the functions of an autonomous undertaking it is considered as constituting a concentration.

### **Leniency**

Under a leniency procedure companies who have participated in a cartel are offered, by the Croatian Competition Agency, either, immunity from fines, or, reduced fines, in exchange for their co-operation (so-called “whistleblowing”) with an investigation into a cartel.

### **Market Definition**

Market definition, for competition purposes, is used to determine the market power of undertakings because understanding market power is a crucial factor in establishing whether competition is being, or, might be, distorted. Market definition is used to systematically analyse the competitive constraints that can and do act on the behaviour of undertakings in a given market and which prevent such undertakings from behaving independently of effective competitive pressure. In terms of establishing the relevant market, it is important to determine the product/service dimension, namely, whether goods or services can be regarded as interchangeable, and, also the geographical dimension.

### **Statement of Objections**

A Statement of Objections is a formal step in a competition investigation in which the companies concerned are informed in writing of the competition objections raised against them. The companies can reply in writing to the Statement of Objections, setting out all facts which are relevant to their defence against the competition objections. The companies may also request an oral hearing to present their comments on the matter. Following this, an official decision can be made as to whether the competition objections addressed in the Statement of Objections infringe competition law.

### **Obavijest o preliminarno utvrđenim činjenicama u postupku**

Obavijest o preliminarno utvrđenim činjenicama u postupku formalni je korak u postupku utvrđivanja narušavanja tržišnog natjecanja u kojem se stranke u postupku pismeno obavještavaju o relevantnim činjenicama i okolnostima koje im se stavljaju na teret. Poduzetnici na to mogu odgovoriti pismenim putem, podnošenjem primjedbi na Obavijest o preliminarno utvrđenim činjenicama u postupku, navodeći sve činjenice relevantne za njihovu obranu u smislu preliminarno utvrđenih činjenica navedenih u Obavijesti. Stranke mogu pisanim putem predložiti i saslušanje dodatnih svjedoka. Nakon toga može se donijeti službena odluka o tome krši li poduzetnik prema navodima iz Obavijesti o preliminarno utvrđenim činjenicama u postupku pravo tržišnog natjecanja.

### **Poduzetnik**

U pravu i politici tržišnog natjecanja pod tim se pojmom podrazumijevaju svi oni subjekti (trgovačka društva, trgovci pojedinci, trgovci, obrtnici, pravne i fizičke osobe, udruženja, subjekti u državnom vlasništvu, državna tijela i tijela regionalne i lokalne vlasti bez obzira na način financiranja), koji obavljajući neku gospodarsku djelatnost, makar i jednokratno sudjeluju u razmjeni roba i usluga.

### **Vertikalni sporazumi**

Vertikalni sporazum je sporazum između dva ili više poduzetnika koji djeluju na različitim razinama proizvodnje i/ili prodaje odnosno distribucije.



### **Undertakings**

An undertaking (a company, sole trader, tradesman, craftsman etc) is an entity engaging in an economic activity, regardless of the legal status of the entity and the way in which it is financed, including State-owned entities, State authorities and local and regional entities participating on the market.

### **Vertical Agreements**

A vertical agreement is an agreement between two or more undertakings at a different level of either production and/or sales and/or distribution.



# Hrvatski propisi o zaštiti tržišnog natjecanja:

## Zakonodavstvo na području tržišnog natjecanja u Republici Hrvatskoj obuhvaća:

- Zakon o zaštiti tržišnog natjecanja (NN, broj 79/2009)
- Uredbu o kriterijima za izricanje upravno-kaznene mjere (NN, broj 129/2010)
- Uredbu o kriterijima za oslobođenje ili umanjeње upravno-kaznene mjere (NN, broj 129/2010)
- Uredbu o skupnom izuzeću sporazuma o sektoru prometa / Uredba o skupnom izuzeću sporazuma o osiguranju (NN, broj 78/2011)
- Uredbu o načinu prijave i kriterijima za ocjenu koncentracija poduzetnika (NN, broj 38/2011)
- Uredbu o načinu i kriterijima utvrđivanja mjerodavnog tržišta / Uredbu o načinu utvrđivanja mjerodavnog tržišta (NN, broj 9/2011)
- Uredbu o sporazumima male vrijednosti (NN, broj 9/2011)
- Uredbu o skupnom izuzeću vertikalnih sporazuma između poduzetnika / Uredbu o skupnom izuzeću sporazuma između poduzetnika koji ne djeluju na istoj razini proizvodnje, odnosno distribucije (NN, broj 37/2011)
- Uredbu o skupnom izuzeću sporazuma između poduzetnika koji djeluju na istoj razini proizvodnje, odnosno distribucije (NN, broj 37/2011)
- Uredbu o skupnom izuzeću sporazuma o distribuciji i servisiranju motornih vozila (NN, broj 37/2011)
- Uredbu o skupnom izuzeću sporazuma o prijenosu tehnologije (NN, broj 9/2011)
- Uredbu o skupnom izuzeću sporazuma o osiguranju (NN, broj 78/2011)

Navedeni propisi mogu se naći na internetskoj stranici Agencije <http://www.aztn.hr/>

# Croatian Competition Legislation:

**Croatian Competition Legislation - please refer to the Croatian Competition Agency website:**  
**<http://www.aztn.hr/>**

- Competition Act (Official Gazette No. 79/2009)
- Regulation on the method of setting fines (Official Gazette No. 129/2010)
- Regulation on immunity from fines and reduction from fines (Official Gazette No. 129/2010)
- Regulation on block exemption granted to certain categories of transport agreements (Official Gazette No. 78/2011)
- Regulation on the notification and assessment of concentrations (Official Gazette No. 98/2011)
- Regulation on the definition of the relevant market (Official Gazette No. 9/2011)
- Regulation on agreements of minor importance (Official Gazette No. 9/2011)
- Regulation on block exemption granted to certain categories of vertical agreements (Official Gazette No. 37/2011)
- Regulation on block exemption granted to certain categories of horizontal agreements (Official Gazette No. 37/2011)
- Regulation on block exemption granted to agreements on distribution and servicing of motor vehicles (Official Gazette No. 37/2011)
- Regulation on block exemption granted to certain categories of technology transfer agreements (Official Gazette No. 9/2011)
- Regulation on block exemption granted to insurance agreements (Official Gazette No. 78/2011)

Please refer to the Croatian Competition Agency website: <http://www.aztn.hr/>





## ***Kontakt / Contact***

**Agenciju za zaštitu tržišnog natjecanja možete kontaktirati na sljedećoj adresi u Zagrebu:**

Agencija za zaštitu tržišnog natjecanja  
Savska cesta 41  
10 000 Zagreb

Tel.: 01 617 64 48

Faks: 01 617 64 50

E-mail: [agencija.ztn@aztn.hr](mailto:agencija.ztn@aztn.hr)

**Dodatne informacije možete naći i na internetskoj stranici Agencije:**

[www.aztn.hr](http://www.aztn.hr)

Ova publikacija izrađena je uz pomoć Europske unije. Sadržaj ove publikacije isključiva je odgovornost CroCompete-a i ni na koji način ne može se smatrati da odražava gledišta Europske unije.

This publication has been produced with the assistance of the European Union. The contents of this publication are the sole responsibility of CroCompete and can in no way be taken to reflect the views of the European Union.

Ova brošura financirana je sredstvima EU u sklopu IPA projekta CroCompete - Jačanje politika tržišnog natjecanja i državnih potpora, koji provodi konzorcij Project Management (PM), Ecorys Nederland, EIPA i Briefing komunikacije.

This brochure was financed by the EU through the IPA CroCompete Project - Implementing Croatian Competition and State Aid Policies, implemented by a Consortium of Project Management (PM), Ecorys Nederland, EIPA and Briefing komunikacije.