

# HOLLRÁÐ UM HEILBRIGÐA SAMKEPPNI

---

LEIÐBEININGAR  
FYRIR FYRIRTÆKI

1. ÚTGÁFA

## EFNISYFIRLIT

|   |         |
|---|---------|
| Formáli   | bls. 4  |
| Leiðbeiningar til fyrirtækja um samkeppnisrétt  | bls. 6  |
| <b>1. KAFLI: SAMNINGAR, SAMSKIPTI OG SAMSTARF MILLI FYRIRTÆKJA</b>                            | bls. 7  |
| 1.1 Almennt um ólögmætt samráð  |         |
| 1.2 Hvaða háttsemi er til þess fallin að brjóta gegn ákvæðinu?                                |         |
| 1.3 Lóðréttar samkeppnishömlur  |         |
| 1.4 Lögmætt samstarf fyrirtækja   |         |
| 1.5 Samtök fyrirtækja   |         |
| <b>2. KAFLI: MISNOTKUN Á MARKAÐSRÁÐANDI STÖÐU</b>   | bls. 20 |
| 2.1 Bann við markaðsráðandi stöðu   |         |
| 2.2 Hvenær telst fyrirtæki vera markaðsráðandi?   |         |
| 2.3 Misnotkun á markaðsráðandi stöðu?   |         |
| <b>3. KAFLI: SAMRUNAR OG TILKYNNING TIL SAMKEPPNISEFTIRLITSINS</b>                            | bls. 24 |
| 3.1 Hvenær er um samruna að ræða?   |         |
| 3.2 Tilkynning um samruna   |         |
| 3.3 Lok samrunamála   |         |
| <b>4. KAFLI: SAMKEPPNISRÉTTARÁÆTLANIR: LEIÐ TIL AÐ TRYGGJA AÐ FARIÐ SÉ AÐ SAMKEPPNISLÖGUM</b> | bls. 28 |
| 4.1 Af hverju samkeppnisréttaráætlanir?   |         |
| 4.2 Gerð samkeppnisréttaráætlana  |         |
| Að lokum  | bls. 34 |
| Um starfshóp leiðbeininganna  | bls. 35 |

# ER ÞÖRF Á SÉRSTAKRI AÐGÁT HJÁ ÞÍNU FYRIRTÆKI VEGNA ÁKVÆÐA SAMKEPPNISLAGA?



Eru starfsmenn í samskiptum við keppinauta?



Eru keppinautar þínir einnig viðskiptavinir eða birgjar?



Starfa margir starfsmenn á sviði sölu eða markaðssetningar?



Sækja starfsmenn fyrirtækisins fundi eða viðburði sem starfsmenn keppinauta sækja einnig?



Flytjast starfsmenn milli keppinauta í þinni starfsgrein?

**JÁ**



Ræða starfsmenn verð á vöru og þjónustu við keppinauta?



Ræða starfsmenn viðskiptavini ykkar eða markaðsskiptingu við keppinauta?



Deila starfsmenn viðskiptalega viðkvæmum upplýsingum með keppinautum?



Fallast starfsmenn á að vinna saman eða fara eftir sömu viðmiðum með keppinautum?

**JÁ**

## FYRIRTÆKI ÞITT ÞARF AÐ SÝNA SÉRSTAKA AÐGÁT!

Samningar, samstarf og samskipti við keppinauta geta verið ólögmat. Ef allir innan fyrirtækisins kunna skil á réttu og röngu í samskiptum og samstarfi má koma í veg fyrir árekstra við ákvæði samkeppnislaga.

## FORMÁLI

Markmið samkeppnislaga er að tryggja virka samkeppni í viðskiptum og efla þannig nýsköpun, frumkvæði, framleiðslu og þjónustu á sem lægstu verði. Til að ná þessu markmiði hafa samkeppnislög að geyma ýmsar reglur um það sem má og ekki má í hvers kyns samskiptum milli fyrirtækja og eftir atvikum í samskiptum við neytendur. Gildissvið samkeppnislaga er víðtækt og lögin

taka með einum eða öðrum hætti til allra fyrirtækja sem stunda viðskipti hér á landi.

Markmið samkeppnislaga er að tryggja virka samkeppni í viðskiptum og efla þannig nýsköpun, frumkvæði, framleiðslu og þjónustu á sem lægstu verði.

Það er hluti af góðri og faglegri fyrirtækjamenningu að starfa af ábyrgð gagnvart samkeppnislögum og gera nauðsynlegar ráðstafanir til þess að starfsmenn og stjórnendur þekki helstu meginreglur laganna og geti umgengist þær af öryggi frá degi til dags.

Gott skref í þessa átt væri að kynna sér efni þeirra leiðbeininga sem hér líta dagsins ljós, sem útgefendur eiga hrós skilið fyrir. Í þeim er gerð stuttlega grein fyrir helstu reglum samkeppnislaga sem fyrirtæki þurfa að virða og bent á leiðir og aðferðir til að forðast árekstra við samkeppnislög, en slíkir árekstrar geta reynst kostnaðarsamir og haft neikvæð áhrif fyrir fyrirtæki.

Meðlimum starfshópsins sem stóð að gerð leiðbeininganna eru færðar þakkir fyrir framlag þeirra. Viðskiptaráði Íslands, Samtökum atvinnulífsins og Lögmannafélagi Íslands eru sömuleiðis færðar þakkir fyrir frumkvæðið og stuðninginn. Sá stuðningur gerði útgáfu þessara leiðbeininga mögulega.



**HEIMIR ÖRN HERBERTSSON,**  
formaður starfshóps um  
leiðbeiningar í samkeppnisrétti

## FORMÁLI

Það er almennt viðurkennt að virk samkeppni á mörkuðum sé mikilvæg til að efla hagsæld þjóða, bæta starfsumhverfi fyrirtækja og standa vörð um hagsmuni almennings. Það er því mikilvægt að stjórnvöld og atvinnulíf vinni saman að því að efla samkeppni á sem flestum sviðum.

Af þessum sökum er fagnaðarefni að Viðskiptaráð Íslands, Samtök atvinnulífsins og Lögmannafélag Íslands hafi nú unnið sérstakar leiðbeiningar um samkeppnisrétt, sem fyrirtæki í landinu geta stuðst við í starfsemi sinni. Með því er stuðlað að því að draga úr samkeppnishindrunum og fækka brotum gegn ákvæðum samkeppnislaga. Í leiðbeiningunum er vikið að fjölmörgum mikilvægum atriðum sem hafa þarf í huga í starfsemi fyrirtækja.

Á Íslandi hefur reynt talsvert á túlkun samkeppnislaga síðustu ár, bæði hjá samkeppnisyfirvöldum og fyrir dómstólum. Fæst þannig sífellt skýrari mynd af þeim réttindum og skyldum sem hafa áhrif á starfsemi fyrirtækja að þessu leyti. Samkeppniseftirlitið kappkostar að haga starfi sínu þannig að úrlausnir þess geti orðið til leiðbeiningar og gagns í starfi fyrirtækja. Væntir Samkeppniseftirlitið góðs samstarfs við atvinnulífið um þessi hagsmunamál samfélagsins alls í framtíðinni.

**Virk samkeppni á mörkuðum er mikilvæg til að efla hagsæld þjóða, bæta starfsumhverfi fyrirtækja og standa vörð um hagsmuni almennings.**



**PÁLL GUNNAR PÁLSSON,**  
forstjóri Samkeppniseftirlitsins

# LEIÐBEININGAR TIL FYRIRTÆKJA Í SAMKEPPNISRÉTTI

Á Íslandi gilda samkeppnislög nr. 44/2005 og eftirlit með framkvæmd þeirra er í höndum Samkeppniseftirlitsins. Markmið laganna er að efla virka samkeppni í viðskiptum og þar með vinna að hagkvæmri nýtingu framleiðsluþátta þjóðfélagsins. Löginn leggja meðal annars bann við samkeppnishamlandi samningum og samskiptum milli fyrirtækja og samkeppnishamlandi háttsemi markaðsráðandi fyrirtækja. Fyrirtæki í skilningi samkeppnislaga eru einstaklingar og lögaðilar sem stunda atvinnurekstur án tillits til rekstrar- eða félagaformsins sem um ræðir. Öllum fyrirtækjum hér á landi er skylt að starfa í samræmi við reglur samkeppnislaga.

Ákvæði samkeppnislaga eru matskennd og erfitt getur verið fyrir fyrirtæki að gera sér grein fyrir því hvað samkeppnislög leyfa og hvað þau banna. Brot gegn samkeppnislögum getur átt sér stað þótt fyrirtæki hafi ekki ætlað sér að brjóta ákvæði laganna. Ástæðu samkeppnislagabrots má oft rekja til þekkingarskorts starfsmanna fyrirtækja á samkeppnisreglum. Háttsemi af hálfu fyrirtækis, t.d. í formi samnings sem hefur það eina markmið að ná fram hagræðingu í rekstri, getur gengið gegn bannreglum samkeppnislaga ef ekki er rétt staðið að gerð samningsins.

**Markmiðið með útgáfu leiðbeininga í samkeppnisrétti er að auðvelda starfsmönnum og stjórnendum fyrirtækja að glöggva sig á þeim reglum sem gilda um fyrirtæki og varða samkeppni.** Í fyrsta kafla er meðal annars fjallað um hvað má og hvað má ekki í samningum, samstarfi og samskiptum milli fyrirtækja. Í öðrum kafla er fjallað um það hvenær fyrirtæki telst vera í markaðsráðandi stöðu og hvenær slík staða telst misnotuð. Í þriðja kafla er fjallað stuttlega um samruna og tilkynningu til Samkeppniseftirlitsins vegna samruna. Að lokum er í fjórða kafla fjallað um samkeppnisréttaráætlanir og hvernig gerð slíkra áætlana getur aukið líkurnar á því að starfsemi fyrirtækja sé í samræmi við samkeppnislög.

Ástæðu samkeppnislagabrots má oft rekja til kunnáttu- og þekkingarskorts starfsmanna fyrirtækja á samkeppnisreglum.

## Ávinningur þess að þekkja samkeppnislög er mikill

Það er af margvíslegum ástæðum bæði nauðsynlegt og hagkvæmt fyrir fyrirtæki að þekkja og fylgja samkeppnislögum. Brot gegn samkeppnislögum vinna gegn heilbrigðri samkeppni og valda neytendum, fyrirtækjum og samfélaginu tjóni. Sektir vegna samkeppnislagabrota geta numið fjárhæðum sem samsvara allt að 10% af ársveltu fyrirtækja og viss samkeppnislagabrot geta varðað starfsmenn og stjórnarmenn allt að 6 ára fangelsi. Ávinningur þess að starfsmenn fyrirtækja og stjórnarmenn í stjórnnum fyrirtækja séu vel upplýstir um þær reglur sem gilda í samstarfi og samskiptum fyrirtækja er því verulegur. Það er jafnframt hluti af góðri fyrirtækjamenningu að virða reglur samkeppnislaga. Slíkt styrkir ímynd fyrirtækis og er grundvallaratriði í góðum rekstri.

**FYRIR HVERJA ERU LEIÐBEININGARNAR?** Leiðbeiningar þessar eru ætlaðar fyrirtækjum af öllum stærðum og gerðum. Þær eiga erindi við alla innan fyrirtækis, stjórnarmenn, stjórnendur og aðra starfsmenn.

Þar sem ákvæði samkeppnislaga eru matskennd er oft erfitt að setja fram reglur sem segja skýrt til um það hvort tiltekin háttsemi brýtur gegn samkeppnislögum. Í mörgum tilfellum er því **æskilegt að fyrirtæki leiti sér lögfræðiráðgjafar þegar slík staða er uppi.**



**SAMNINGAR,  
SAMSTARF OG  
SAMSKIPTI**



# SAMNINGAR, SAMSTARF OG SAMSKIPTI MILLI FYRIRTÆKJA

## 1.1 ALMENNT UM ÓLÖGMÆTT SAMRÁÐ

Í 10. gr. samkeppnislaga er mælt fyrir um bann við samkeppnishamlandi samningum, samstarfi og samskiptum á milli fyrirtækja. Ákvæðið tekur bæði til samninga, samstarfs og samskipta á milli fyrirtækja sem eru keppinautar í víðasta skilningi þess orðs og á milli fyrirtækja sem starfa á mismunandi sölustigum. Ákvæðið er eitt þýðingarmesta ákvæði samkeppnislaga, enda er kjarni samkeppni fyrirtækja að þau taki sjálfstæðar ákvarðanir um markaðshegðun sína.

Samkeppni telst almennt raskað með ólögmætum hætti ef keppinautar taka sameiginlegar ákvarðanir um markaðshegðun. Sömuleiðis telst samkeppni raskað ef fyrirtæki afla sér, með beinum eða óbeinum upplýsingaskiptum sín á milli, aðgangs að upplýsingum um rekstur eða fyrirætlanir keppinauta. Við slíkar aðstæður draga fyrirtæki með óeðlilegum hætti úr þeirri óvissu um áform keppinauta sinna sem er drifkraftur virkrar samkeppni.

### VIÐURLÖG

- » Sektir við broti gegn 10. gr. samkeppnislaga geta numið fjárhæð sem samsvarar allt að 10% af ársveltu fyrirtækis.
- » Starfsmenn og stjórnarmenn fyrirtækis eða samtaka fyrirtækja geta borið persónulega refsíabyrgð ef viðkomandi framkvæmir, hvetur til eða lætur framkvæma samráð sem brýtur gegn nánar tilgreindum ákvæðum samkeppnislaga.

## 1.2 HVAÐA HÁTTSEMI ER TIL ÞESS FALLIN AÐ BRJÓTA GEGN ÁKVÆÐINU?

Tilteknir samningar, samstarf og samskipti hafa í framkvæmd verið talin brjóta gegn bannákvæði 10. gr. samkeppnislaga og í þessum kafla eru tekin nokkur slík dæmi. Áréttu verður þó að ekki er hægt að tilgreina með tæmandi hætti hvenær samningar, samstarf eða samskipti um tiltekið atriði fela í sér brot því aðstæður hverju sinni hafa áhrif á það hvort um brot gegn bannákvæði 10. gr. er að ræða.

### Samráð um verð

Verðákvæðanir eru mjög mikilvægur þáttur í samkeppni milli fyrirtækja og fyrirtækjum ber að móta sjálfstæða stefnu að því leyti. Samráð keppinauta um verð á vöru eða þjónustu er þar af leiðandi óheimilt.

### UNDIR VERÐSAMRÁÐ GETA FALLIÐ TIL DÆMIS SAMNINGAR, SAMSTARF OG SAMSKIPTI UM:

- » Verðhækkanir, verðlækkanir og verðstöðnun.
- » Hámarks- og/eða lágmarksverð.
- » Afslætti og endurgreiðslu.
- » Ábyrgðir og skilmála.
- » Lánskjör og aukagjöld.
- » Framlegð og kostnaðarviðmið.



## Markaðsskipting og úthlutun viðskipta

Ákvarðanir um það hvar og hvernig fyrirtæki stunda viðskipti eru mikilvægur þáttur í samkeppni þeirra á milli. Hið sama gildir um baráttu þeirra um einstaka viðskiptavini eða tiltekin viðskipti. Samráð keppinauta um að skipta með sér mörkuðum eða viðskiptum brýtur því gegn ákvæðum samkeppnislaga.

### **SAMRÁÐ UM MARKAÐSSKIPTINGU OG ÚTHLUTUN VIÐSKIPTA**

getur meðal annars falist í samningum og samskiptum um...

- » **skiptingu magns viðskipta milli keppinauta.**
- » **skiptingu viðskipta á milli landsvæða á milli keppinauta.**
- » **það að annar keppinauta eigi viðskipti við ákveðinn hóp viðskiptavina en hinn við annan hóp viðskiptavina.**
- » **skiptingu viðskipta milli keppinauta.**
- » **hvort boðið verði í tiltekið verk eða viðskipti.**
- » **með hvaða skilmálum verði boðið í tiltekið verk eða viðskipti.**
- » **takmörkun framboðs tiltekinnar þjónustu.**
- » **að bjóða ekki tiltekna þjónustu.**
- » **hvaða verð og skilmálar standa tilteknum eða mögulegum viðskiptavini til boða.**
- » **takmörkun á markaðssetningu gagnvart tilteknum hópi viðskiptavina.**

### Sameiginleg sniðganga viðskiptavina eða birgja

Ákvarðanir um það við hverja fyrirtæki eiga viðskipti er mikilvægur þáttur í samkeppni þeirra á milli og slíkar ákvarðanir skulu fyrirtæki taka sjálfstætt. Samráð keppinauta um að sniðganga tiltekinn eða tiltekna viðskiptavini er því bannað, enda til þess fallið að draga úr sjálfstæði fyrirtækja. Hið sama gildir um samráð keppinauta um að sniðganga tiltekinn eða tiltekna birgja.

### Þátttaka í útboðum

Samráð um þátttöku í útboðum er til þess fallið að raska samkeppni verulega og er því bannað. Mögulegt er þó fyrir tvö eða fleiri fyrirtæki, við vissar kringumstæður, að bjóða saman í tiltekið verk en slíkt samstarf er háð skilyrðum sem meta þarf sérstaklega áður en til slíks samstarfs er stofnað.

#### **SAMRÁÐ UM ÞÁTTTÖKU Í ÚTBOÐUM**

getur til dæmis falist í samningi eða samskiptum um...

- » **að einn aðilanna bjóði í tiltekið verk og hinn eða hinir ekki.**
- » **hvort boðið verði í tiltekið verk eða viðskipti.**
- » **með hvaða skilmálum verði boðið í tiltekið verk eða viðskipti.**
- » **það verð sem sett er fram í tilboði, hvort sem það er sama verð eða mismunandi verð.**

### Takmarkanir á framleiðslu

Samráð um að takmarka eða stýra framleiðslu getur haft áhrif á verð og samkeppni og er því bannað.

#### **SAMRÁÐ UM TAKMARKANIR Á FRAMLEIÐSLU**

getur til dæmis falist í samskiptum eða samningum um...

- » **kvóta.**
- » **viðskipti keppinauta við hvorn eða hvern annan.**
- » **frystingu markaðshlutdeildar.**

## Samskipti um viðskiptalega viðkvæm atriði

Upplýsingaskipti á milli keppnauta um atriði sem geta dregið úr viðskiptalegu sjálfstæði þeirra geta falið í sér ólögmætt samráð. Viðtaka upplýsinga um slík atriði, jafnt sem miðlun upplýsinganna, getur falið í sér brot gegn ákvæðum samkeppnislaga. Útgangspunkturinn er sá að það skipti í raun ekki máli hvort upplýsingaskipti séu gagnkvæm eða ekki enda dugi það eitt til að draga úr óvissu á markaði að fyrirtæki fjalli um mikilvægar viðskipta-upplýsingar og keppnautar þess fái aðgang að þeim upplýsingum.

### TIL VIÐSKIPTALEGA VIÐKVÆMRA UPPLÝSINGA

geta meðal annars talist upplýsingar um...

- » **verðlagningu (gildandi verð, niðursett verð, hækkunar/lækkunar, afsláttarkjör).**
- » **veltu og tekjur.**
- » **sölu- eða framleiðslutölur.**
- » **kostnaðarpætti og kostnaðaruppbyggingu.**
- » **álagningu.**
- » **markaðsáætlanir.**
- » **fyrirhugaða vöru eða þjónustu.**
- » **fyrirhugaða markaðsfærslu.**
- » **viðskiptatækifæri eða fyrirhugaða nýtingu þeirra.**
- » **stefnumörkun sem ekki hefur verið gerð opinber.**
- » **viðskiptavini eða mögulega viðskiptavini sem og viðskiptamannaskrár.**
- » **væntanlegar pantanir eða kröfur viðskiptavina.**
- » **magntölur og afkastagetu.**
- » **áhættuliði, fjárfestingar eða tækniaðferðir.**
- » **rannsóknar- og þróunarstarf og afrakstur þess.**

## 1.3 LÓÐRÉTTAR SAMKEPPNISHÖMLUR

### Hvað er lóðréttur samningur ?

Þótt banni samkeppnislaga gegn samráði sé einkum stefnt gegn samkeppnis-  
hamlandi samningum, samstarfi eða samskiptum milli keppnauta, það  
er svokallaðar láréttar samkeppnishömlur, er mikilvægt að hafa í huga að  
ákvæðið getur einnig náð til svokallaðra lóðréttra samninga. **Með lóðréttum  
samningi er átt við samning sem gerður er milli tveggja eða fleiri fyrir-  
tækja sem starfa ekki á sama framleiðslu- eða sölustigi.** Slíkir samningar  
eru að jafnaði mikilvægir þættir í dreifingu á vöru frá framleiðslustigi til neyt-  
enda eða annarra endanotenda og geta aukið skilvirkni og leitt til lækkunar  
á viðskipta- og dreifingarkostnaði. Bann er því alls ekki lagt við gerð slíkra  
samninga en þess þarf hins vegar að gæta að þeir innihaldi ekki samkeppnis-  
hömlur sem fallið geta undir 10. gr. samkeppnislaga.

### Hverju þarf að huga að við gerð lóðréttra samninga?

Við gerð lóðréttra samninga skal meðal annars hafa eftirfarandi atriði í huga.

#### ADILUM Í LÓÐRÉTTU SAMNINGSSAMBANDI ER MEÐAL ANNARS ÓHEIMILT AÐ...

- » ákveða hvert endursöluverð vöru eða þjónustu á að vera.
- » semja um lágmarksverð eða fast verð við endursölu vöru eða þjónustu.

Hvers konar takmörkun á svigrúmi smásala til að mæta samkeppni með  
verðlækkunum er í raun bönnuð.

#### ADILUM Í LÓÐRÉTTU SAMNINGSSAMBANDI ER MEÐAL ANNARS HEIMILT AÐ...

- » semja um hámarksverð eða leiðbeinandi endursöluverð við endursölu  
á vöru eða þjónustu.

Gæta þarf sérstakrar varúðar við samningsgerð um endursöluverð.

## MISMUNANDI FRAMLEIÐSLU- EÐA SÖLUSTIG

FRAMLEIÐANDI



HEILDSALI



SMÁSALI



NEYTANDI



### Takmörk á heimildum til að mæla fyrir um samkeppnisbann í lóðréttum samningum.

Seljanda er óheimilt gera kröfu um að kaupandi taki ekki þátt í samkeppni við seljanda, ef slík skuldbinding er ótímabundin eða tekur til nokkurra ára. Þá er einnig óheimilt að krefjast þess af kaupanda að hann skuldbindi sig til að framleiða ekki, kaupa ekki, selja ekki eða endurselja vöru eða þjónustu eftir lok samningstíma. Seljandi getur hins vegar að meginstefnu til skilyrt heimild kaupanda til starfsemi á samningstímanum þannig að hún sé bundin við tiltekið svæði eða viðskiptamannahóp.

Í lóðréttum samningi þar sem samið er með einhverjum hætti um atriði er varða endursölurétt, einkasölu eða endursölubann skal gæta sérstakrar aðgátar.

#### HÓPUNDANÞÁGA UM FLOKKA LÓÐRÉTTRA SAMNINGA

Í gildi er **REGLUGERÐ** sem felur í sér að tilteknir lóðréttir samningar sem reglugerðin tekur til falla utan banns við samráði. Undanþágan er bundin við samninga þar sem markaðshlutdeild birgja fer ekki yfir 30% þess markaðar þar sem birgjar selja vörur sínar eða þjónustu.

## 1.4 LÖGMÆTT SAMSTARF FYRIRTÆKJA

**ALMENNT.** Samstarf fyrirtækja er ekki í öllum tilvikum ólöglegt. Fyrirtækjum sem eiga ekki í samkeppni, það er starfa ekki á sömu vöru- eða þjónustumörkuðum, er heimilt að sameina krafta sína í tilteknum verkefnum. Fyrirtæki sem eru í samkeppni þurfa þó að stíga mjög varlega til jarðar þegar kemur að samstarfi. Ákvarðanir um sameiginlegar fjárfestingar, sameiginleg innkaup, samstarf í útboðum, samkomulag um markaðsstarf o.s.frv. geta talist til ólöglegs samráðs, jafnvel þótt markmið þeirra sé fyrst og fremst að ná fram hagræði í rekstri, en ekki að raska samkeppni. Jafnframt er mikilvægt að hafa í huga að aðkoma hins opinbera að samstarfi fyrirtækja gerir það ekki að verkum að samráðsákvæði samkeppnislaga verði ekki beitt um samstarfið.



## Minniháttarregla 13. gr. samkeppnislaga

Fyrirtæki sem starfa á sama framleiðslu- eða sölustigi geta haft verðsamráð eða stundað aðra háttsemi sem að jafnaði telst til ólögmæts samráðs, ef sameiginleg hlutdeild þeirra á umræddum markaði **fer ekki yfir 5%**. Þessi lögbundna undanþága nær einnig til lóðréttra samninga en þegar um lóðrétt samninga ræðir má samanlögð markaðshlutdeild fyrirtækjanna vera **allt að 10%**.

Vegna smæðar íslenska markaðarins, óvissu um það hvernig markaðir eru skilgreindir, og þar af leiðandi óvissu um það hver hlutdeild fyrirtækja á markaði er, og tíðra breytinga á mörkuðum er varhugavert að viðhafa samráð í skjóli lítillar markaðshlutdeildar.

## Undanþágur frá banni við samráði sem ella félli undir 10. eða 12. gr. samkeppnislaga

Samkvæmt 15. gr. samkeppnislaga getur Samkeppniseftirlitið veitt undanþágu frá banni laganna við samráði. Fyrirtæki sem hyggjast eiga í samstarfi um tiltekin verkefni skulu beina rökstuddu erindi til Samkeppniseftirlitsins og óska eftir undanþágu áður en til samstarfs er stofnað. Á það bæði við um fyrirtæki í samkeppni og fyrirtæki sem starfa á sitt hvoru framleiðslu- eða sölustiginu. Samningar, samþykktir, aðgerðir eða ákvarðanir sem um ræðir **þurfa að uppfylla öll eftirfarandi skilyrði...**

- » **að stuðlað sé að bættri framleiðslu eða dreifingu á vöru eða þjónustu, eða eflingu tæknilegra eða efnahagslegra framfara.**
- » **að neytendum sé veitt sanngjörn hlutdeild í ávinningi.**
- » **að ekki séu lögð höft á hlutaðeigandi fyrirtæki umfram það sem þörf er á til að settum markmiðum verði náð.**
- » **að fyrirtækjunum sé ekki veitt færi á að koma í veg fyrir samkeppni að því er varðar verulegan hluta framleiðsluvara eða þjónustu sem um ræðir.**

## PÖGN ER SAMA OG SAMÞYKKI

Ekki er gerð krafa um samþykki eða sjálfstætt framlag til umræðna af ólögum toga til að fulltrúi fyrirtækis á vettvangi samtaka fyrirtækja geti talist þátttakandi í broti. Aðilar sem eru viðstaddir slíkar umræður verða ekki ábyrgðarlausir jafnvel þó þeir þegi þunnu hljóði eða láti hjá líða að grípa til aðgerða. Það eitt og sér að meðtaka upplýsingar sem geta raskað samkeppni er nægilegt til að viðkomandi geti talist vera þátttakandi í broti.

### 1.5 SAMTÖK FYRIRTÆKJA

**ALMENNT** Á vettvangi samtaka fyrirtækja er allajafna unnið að framþróun, bættri nýtingu framleiðsluþátta og aukinni skilvirkni í atvinnulífinu. Samkvæmt 12. gr. samkeppnislaga er lögð áhersla á að bannreglur samkeppnislaga gildi óháð því á hvaða vettvangi samráð milli fyrirtækja kann að fara fram. Óheimilt er að ræða öll þau málefni sem eru til þess fallin að koma í veg fyrir, takmarka eða raska samkeppni, hvort sem er á vettvangi samtaka fyrirtækja eða öðrum vettvangi.

#### Hverju mega fyrirtæki miðla sín á milli?

Almenna reglan er sú að því sértækari og nýlegri sem upplýsingar eru því varhugaverðara er að deila þeim með öðrum fyrirtækjum. Miðlun almennra og sögulegra upplýsinga er almennt ekki til þess fallin að raska samkeppni.

### SAMSKIPTI INNAN SAMTAKA FYRIRTÆKJA

Samskipti á vettvangi slíkra samtaka skulu aldrei fela í sér...

- » umræðu um verð og afsláttakjör.
- » upplýsingar um framleiðslugetu.
- » upplýsingar um fyrirhugaðar verðbreytingar.
- » upplýsingar um kostnað og framlegð.
- » upplýsingaskipti um markaði eða viðskiptavinum.
- » öll önnur samskipti sem áður hefur verið fjallað um að óheimil séu.
- » upplýsingar um sölumagn.

# HVAÐ MÁ - HVAD MÁ EKKI?

## Í starfi samtaka fyrirtækja GETUR VERIÐ HEIMILT AÐ:

- » Ræða almenn málefni um rekstrarumhverfi greinarinnar og innviði
- » Ræða almennt um stöðu greinarinnar og efnahagshorfur
- » Ræða lagaumhverfi greinarinnar og ræða hvaða breytingar væru líklegar til að stuðla að auknum framgangi
- » Ræða hagtölur og tölfræði sem varða greinina, að því gefnu að slíkar upplýsingar séu opinberar eða nægjanlega almennar til að tryggja sé að ekki megi greina úr þeim viðskiptaupplýsingar
- » Ræða almenn atriði varðandi tækniframfarir og bætтар leiðir til nýtingar þeirra
- » Ræða aðgerðir stjórnvalda og stuðla að því að sameinaður áhrifamáttur samtakanna sé nýttur greininni til framdráttar
- » Ræða leiðir til að stuðla að bættri ímynd greinarinnar
- » Ræða leiðir til að bæta upplýsingaflæði um greinina til aðildarfyrirtækja

## Í starfi samtaka fyrirtækja MÁ EKKI:

- » Ræða um verðlagsstefnu einstakra fyrirtækja, hvorki núverandi verðlag né fyrirhugaðar verðlagsbreytingar, eða önnur atriði sem eðlilegt er að leynt fari á milli keppinauta
- » Ræða framlegð eða kostnaðarhlutföll
- » Ræða fyrirhugaðar markaðsherferðir einstakra fyrirtækja
- » Ræða fyrirhugaðar fjárfestingar eða framleiðslustig
- » Ræða ítarlega samningsskilmála einstakra fyrirtækja
- » Ræða einstök atriði er varða framtíðarþróun markaða



Hvað skal gera ef umræða gengur of langt?

- Stöðva umræðuna

- Bóka mótmæli

- Víkja af fundi



**MISNOTKUN Á  
MARKAÐSRÁÐANDI  
STÖÐU**

# MISNOTKUN Á MARKAÐS- RÁÐANDI STÖÐU

## 2.1 BANN VIÐ MISNOTKUN Á MARKAÐSRÁÐANDI STÖÐU.

Samkvæmt 1. mgr. 11. gr. samkeppnislaga er misnotkun eins eða fleiri fyrirtækja á **markaðsráðandi stöðu** bönnuð. Sektor við broti gegn ákvæðinu geta numið fjárhæð sem samsvarar allt að 10% af ársveltu fyrirtækis. Bannreglan gildir aðeins gagnvart markaðsráðandi fyrirtækjum. Mikilvægt er þó fyrir fyrirtæki sem ekki eru í markaðsráðandi stöðu að kunna skil á ákvæðinu. Með þeim hætti geta starfsmenn og stjórnendur verið meðvitaðir um rétt sinn telji þau á sér brotið.

**Þegar metið er hvort ákvæðið á við fer fram þrjúþætt skoðun:**

- 1. Viðkomandi markaður eða markaðir eru skilgreindir**
- 2. Metið er hvort fyrirtæki er í markaðsráðandi stöðu**
- 3. Metið er hvort háttsemin telst misnotkun**

## 2.2 HVENÆR TELST FYRIRTÆKI VERA MARKAÐSRÁÐANDI?

Fyrirtæki gerast ekki brotleg við ákvæði 1. mgr. 11. gr. samkeppnislaga nema þau séu í markaðsráðandi stöðu. Ekkert bannar fyrirtæki að vera í markaðsráðandi stöðu, heldur eru eingöngu settar skorður við því hvað fyrirtæki í þeirri stöðu er heimilt að gera. Markaðsráðandi fyrirtæki þurfa að vera meðvituð um að þau hafa í flestum tilvikum þrengra svigrúm en keppinautar til ýmissa aðgerða, s.s. verðlagningar, til að veita afslætti, hafna viðskiptum eða skuldbinda viðskiptavini.

Mat á því hvort fyrirtæki sé í markaðsráðandi stöðu er tvíþætt. Annars vegar þarf að **skilgreina þann markað sem viðkomandi fyrirtæki starfar** og hins vegar þarf að **kanna efnahagslegan styrkleika fyrirtækisins á hinum skilgreinda markaði**. Styrk fyrirtækja þarf að meta í hverju máli fyrir sig. Við slíkt mat er litið til ýmissa þátta, til dæmis markaðshlutdeildar fyrirtækis og keppinauta þess, hvort aðgengi nýrra aðila að markaði er auðvelt eða erfitt og stöðu og stærðar viðskiptavina fyrirtækisins.

## 2.3 MISNOTKUN Á MARKAÐSRÁÐANDI STÖÐU

Þegar markaður hefur verið skilgreindur og efnahagslegur styrkleiki metinn ætti niðurstaða um það hvort fyrirtæki sé markaðsráðandi eður ei að liggja fyrir. Sé það niðurstaðan er hægt að meta hvort fyrirtæki hafi misnotað stöðu sína. Útgangspunkturinn við það mat er hvort tiltekin háttsemi markaðsráðandi fyrirtækis sé **til þess fallin að skaða virka samkeppni, að teknu tilliti til þeirra efnahagslegu kringumstæðna sem háttsemi fyrirtækis á sér stað í**, en ekki þarf að sýna fram á að háttsemin **hafi raunverulega skaðað samkeppni**.

DÆMI UM HÁTTSEMI SEM Í FRAMKVÆMD SAMKEPPNISYFIRVALDA HEFUR TALIST JAFNGILDA MISNOTKUN Á MARKAÐSRÁÐANDI STÖÐU ERU SAMNINGSSKILMÁLAR SEM MÆLA FYRIR UM EÐA LEIÐA TIL EINKARÉTTAR AF ÝMSU TAGI, SAMTVINNUN MISMUNANDI VARA EÐA ÞJÓNUSTUÞÁTTA, UNDIRVERÐLAGNING, VERÐPRÝSTINGUR O.FL.

**VIÐ MAT Á ÞVÍ HVORT FYRIRTÆKI ÞITT ER Í MARKAÐSRÁÐANDI STÖÐU MÁ MEÐAL ANNARS SPYRJA SIG EFTIRFARANDI SPURNINGA:**

- » Mat á hvaða markaði starfar fyrirtækið?
- » Er fyrirtækið með háa markaðshlutdeild?
- » Eru aðgangshindranir til staðar sem hamla öðrum fyrirtækjum að koma inn á markaðinn?
- » Hverjir eru þínir helstu keppnautar og hversu mikill áhrif hafa þeir á þína starfsemi?

**TIL AÐ META HVORT HÆTTA SÉ Á AÐ MARKAÐSRÁÐANDI STAÐA FYRIRTÆKISINS VERÐI MISNOTUÐ ER GOTT AÐ Hafa EFTIRFARANDI Í HUGA:**

- » Hefur fyrirtækið neitað að eiga i viðskiptum við aðila án réttmætra ástæðna?
- » Hefur fyrirtækið boðið mismunandi verð eða skilmála til samþærilegra samningsaðila?
- » Þurfa samningsaðilar að taka á sig viðbótarskuldbindingar við samningsgerð sem tengjast þó ekki efni samninganna?

## MISNOTKUN Á MARKAÐSRÁÐANDI STÖÐU GETUR MEÐAL ANNARS FALIST Í ÞVÍ AÐ:

- » **BEINT EÐA ÓBEINT SÉ KRAFIST ÓSANNGJARNS KAUP- EÐA SÖLUVERÐS EÐA AÐRIR ÓSANNGJARNIR VIÐSKIPTASKILMÁLAR SÉU SETTIR FRAM.** Við matið er horft til kostnaðar við framleiðslu og hann borinn saman við söluverð. Ósanngjarnt verð getur bæði verið of lágt eða of hátt. Miðað er við verð sambærilegrar vöru eða þjónustu í virkri samkeppni.
- » **SETTAR SÉU TAKMARKANIR Á FRAMLEIÐSLU, MARKAÐI EÐA TÆKNI-PRÓUN, NEYTENDUM TIL TJÓNS.** Hér getur verið um að ræða tilvik þar sem markaðsráðandi fyrirtæki gerir kröfu um ákveðið lágmarksverð á tiltekinni vöru í endursölu sem takmarka myndi samkeppni á næsta sölustigi. Þá er hugsanlegt að synjun markaðsráðandi fyrirtækis um að selja tilteknum aðila vöru eða þjónustu verði talin brjóta gegn ákvæðinu. Einnig geta ákvæði þess efnis að viðsemjanda sé ekki heimilt að eiga viðskipti við annan seljenda um tiltekna vöru eða þjónustu, það er svokölluð einkakaupaákvæði, talist brot .
- » **VIÐSKIPTAÆÐILUM SÉ MISMUNAÐ MEÐ ÓLÍKUM SKILMÁLUM Í SAMS KONAR VIÐSKIPTUM OG SAMKEPPNISSTAÐA ÞEIRRA ÞANNIG VEIKT.** Undir þetta atriði fellur afsláttur eða verðlækkun sem ekki grundvallast á lægri kostnaði og hefur það að markmiði að tryggja viðskipti í ákveðinn tíma eða tiltekið magn og útiloka þannig aðra viðsemjendur.
- » **SETT SÉ ÞAÐ SKILYRÐI FYRIR SAMNINGAGERÐ AÐ HINIR VIÐ-SEMJENDURNIR TAKI Á SIG VIÐBÓTARSKULDBINDINGAR SEM TENGJAST EKKI EFNI SAMNINGANNA, HVORKI Í EÐLI SÍNU NÉ SAMKVÆMT VIÐSKIPTAVENJU.** Þau tilvik sem falla undir þetta ákvæði eru almennt kölluð samtvinnun viðskipta. Í þessu tilviki er kaupandi á einn eða annan hátt fenginn til að taka á sig viðbótarskuldbindingar.

! Ekki er um að ræða tæmandi talningu á þeim aðgerðum sem talist geta misnotkun á markaðsráðandi stöðu og því er mögulegt að fleiri aðgerðir falli undir ákvæðið.

A large, stylized white number '3' with a white dot to its right, set against a background of diagonal white lines on a teal field.

3.

**SAMRUNAR  
OG  
TILKYNNINGAR**



# SAMRUNAR OG TILKYNNINGAR TIL SAMKEPPNISEFTIRLITSINS

Við samruna tveggja eða fleiri fyrirtækja þarf að huga að því hvort tilkynna þurfi Samkeppniseftirlitinu um samrunann. Þegar tilkynnt er um samruna til Samkeppniseftirlitsins þarf að greiða samrunagjald. Sé tilkynningarskyldunni ekki sinnt kann það að varða stjórnvaldssekt. Um samruna er fjallað í 17. gr. og 17. gr. a-g. í samkeppnislögum.

## Hvernig skal standa að samningaviðræðum um samruna?

Gæta þarf að því hvernig staðið er að samningaviðræðum fyrirtækja sem stefna að samruna. Viðræður milli fyrirtækja um hugsanleg kaup eins fyrirtækis á öðru, í heild eða að hluta, útheimta jafnan að upplýsingar séu gefnar sem talist geta trúnaðarupplýsingar. Gera þarf ráðstafanir, ekki síst þegar um keppinauta er að ræða, til að viðræður af þessu tagi leiði ekki til ólögmetra upplýsingaskipta sem eru í andstöðu við ákvæði 10. gr. samkeppnislaga.

### 3.1 HVENÆR ER UM SAMRUNA AÐ RÆÐA?

Samruni í skilningi samkeppnislaga telst hafa átt sér stað þegar breyting verður á yferráðum til frambúðar. Breyting á yferráðum til frambúðar getur átt sér stað með eftirfarandi hætti:

- » **Vegna samruna tveggja eða fleiri fyrirtækja eða hluta úr fyrirtækjum sem áður störfuðu sjálfstætt**
- » **Þegar fyrirtæki tekur yfir annað fyrirtæki**
- » **Þegar einn eða fleiri aðilar, sem þegar hafa yferráð yfir a.m.k. einu fyrirtæki, eða eitt eða fleiri fyrirtæki, ná beinum eða óbeinum yferráðum, í heild eða að hluta, yfir einu eða fleiri fyrirtækjum til viðbótar með því að kaupa verðbréf eða eignir, með samningi eða öðrum hætti**
- » **Með stofnun fyrirtækis um sameiginlegt verkefni sem til frambúðar sinnir allri starfsemi sjálfstæðrar efnahagseiningar**

Hugtakið yferráð er víðtækt og ekki skiptir máli hvort það er í reynd vilji aðila að yferráð séu til staðar heldur er litið til þess hvort yferráð séu möguleg.

## 3.2 TILKYNNING UM SAMRUNA

### Í hvaða tilvikum á að tilkynna samruna

Tilkynna skal um samruna sem uppfyllir nánar tiltekin veltuviðmið viðkomandi fyrirtækja, sbr. 17. gr. a samkeppnislaga. Við útreikning á því hvort samruni uppfylli skilyrði þess að teljast tilkynningaskyldur skal telja með veltu móður- og dótturfélaga, fyrirtækja innan sömu fyrirtækjasamstæðu og fyrirtækja sem aðilar samrunans hafa bein eða óbein yfirráð yfir. Velta skal miðast við síðastliðið reikningsár eða eftir atvikum síðustu 12 mánuði fyrir samruna.

### Tilkynning þó samruni nái ekki viðmiðunarmörkum

Samkeppniseftirlitið getur krafist samrunaaðila um tilkynningu um samruna þó viðeigandi veltuviðmiðum sé ekki náð telji stofnunin að samruninn sé til þess fallinn að draga umtalsvert úr virkri samkeppni og sameiginleg heildarvelta viðkomandi fyrirtækja er meiri en sú fjárhæð sem getið er í 3. mgr. 17. gr. b samkeppnislaga.

#### GERÐ TILKYNNINGAR UM SAMRUNA

**Samkvæmt samkeppnislögum er heimilt að tilkynna samruna með tvenns konar hætti, þ.e. með svokallaðri styttri eða lengri samrunatilkynningu.** Nánari upplýsingar um efni tilkynningar má finna í 6. mgr. 17. gr. a samkeppnislaga og í viðauka II við reglur Samkeppniseftirlitsins nr. 684/2008.

### Á hvaða tímapunkti skal tilkynna um samruna?

Tilkynna þarf Samkeppniseftirlitinu um samruna áður en hann kemur til framkvæmda en eftir að samningur um hann er gerður, tilkynnt er opinberlega um yfirtökuboð eða yfirráða í fyrirtæki er aflað. **Samruni skal ekki koma til framkvæmda á meðan Samkeppniseftirlitið fjallar um hann.** Samkeppniseftirlitið getur þó veitt undanþágu frá framangreindu ef viðkomandi aðili sýnir fram á að tafir á framkvæmd samrunans geti skaðað fyrirtækið eða viðskiptaaðila þess og samkeppni sé stefnt í hættu. Hafi slíkt samþykki ekki verið veitt getur Samkeppniseftirlitið sektað fyrirtæki ef samruni er framkvæmdur áður en skoðun eftirlitsins lýkur. Mikilvægt er að vandað sé vel til verka við vinnslu tilkynningar um samruna þar sem refsiviðurlög liggja við rangri eða ófullnægjandi upplýsingagjöf til samkeppnisyfivalda.

## Hvernig skal standa að samningaviðræðum um samruna?

Ef um er að ræða samruna tveggja eða fleiri fyrirtækja eða hluta úr fyrirtækjum sem áður störfuðu sjálfstætt, eða öflun sameiginlegra yfirráða, skulu aðilar samrunans eða þeir sem ná sameiginlega yfirráðum, ganga sameiginlega frá tilkynningu um samrunann. Eignist fyrirtæki ráðandi hlut í öðru fyrirtæki skal fyrirtækið sem stóð að yfirtökunni ganga frá tilkynningu um samruna. Sé um yfirtökuboð í fyrirtæki að ræða skal bjóðandi ganga frá tilkynningu.

### MEÐFERÐ TRÚNAÐARUPPLÝSINGA

Í tilkynningu um samruna til Samkeppniseftirlitsins er gjarnan mikið af upplýsingum sem gætu skaðað hagsmuni fyrirtækis ef þær yrðu birtar eða látnar öðrum aðilum í té. Heimilt er að senda þær upplýsingar sérstaklega og skal þá merkja hvert skjal greinilega með áletruninni „Trúnaðarmál“. Einnig ber að tilgreina ástæður þess að upplýsingar skuli ekki láta öðrum í té eða birta. Senda þarf eintak af samrunatilkynningu án trúnaðarupplýsinga sérstaklega. Þegar tvö eða fleiri fyrirtæki standa sameiginlega að tilkynningu um samruna er heimilt að senda upplýsingar um viðskiptaleyndarmál sérstaklega í lokuðu umslagi.

## 3.3 LOK SAMRUNAMÁLA

Samkeppniseftirlitið tekur að lokum ákvörðun um að heimila samruna, ógilda samruna eða setja honum tiltekin skilyrði. Við mat Samkeppniseftirlitsins á því hvort ógilda skuli samruna eða ekki lítur eftirlitið m.a. til þess hvort samruni hindri virka samkeppni með því að markaðsráðandi staða eins eða fleiri fyrirtækja verði til eða slík staða styrkist, eða hvort samruninn verði til þess að samkeppni á markaði raskist að öðru leyti með umtalsverðum hætti.

### MÖGULEGAR NIÐURSTÖÐUR ÁKVÖRÐUNAR SAMKEPPNISEFTIRLITSINS:



4

**SAMKEPPNIS-  
RÉTTARÁÆTLANIR**

# SAMKEPPNISRÉTTARÁÆTLANIR: LEIÐ TIL AÐ TRYGGJA AÐ FARIÐ SÉ AÐ SAMKEPPNISLÖGUM

## 4.1 AF HVERJU SAMKEPPNISRÉTTARÁÆTLANIR?

Af framangreindri umfjöllun má ráða hve mikla þýðingu það hefur fyrir fyrirtæki að vera vel upplýst um samkeppnislög og fara eftir þeim reglum sem gilda um samkeppni fyrirtækja á markaði.

Til að koma í veg fyrir að brot eigi sér stað er gagnlegt fyrir fyrirtæki að setja sér samkeppnisréttaráætlun. **Pungamiðja samkeppnisréttaráætlunar beinist að þeim þáttum í rekstri fyrirtækis þar sem hætta á árekstrum við samkeppnislög er mest.** Umfang áætlunar getur verið lítið eða mikið eftir stærð og þörfum ólíkra fyrirtækja. Góð samkeppnisréttaráætlun felur í sér að lagt er vandað og raunhæft mat á áhættu af samkeppnisbroti, umfjöllun um viðbrögð við samkeppnisréttarlegum álitaeftum og fræðslu og þjálfun fyrir starfsfólk.

Tiltekinn starfsmaður eða starfsmenn ættu að bera ábyrgð á innleiðingu og framkvæmd samkeppnisréttaráætlunar. Sé **innan hússlögfræðingur** til staðar má fela honum verkið, en einnig er mögulegt að leita til utanaðkomandi lögmans. Í sumum fyrirtækjum getur **fjármálastjóri eða annar yfirmaður** tekið verkefnið að sér.

## 4.2 GERÐ SAMKEPPNISRÉTTARÁÆTLANA

### Vilji allra innan fyrirtækisins til að fylgja samkeppnislögum

Forsenda þess að samkeppnisréttaráætlun hafi tilætluð áhrif er að allir sem starfa innan fyrirtækisins, það er stjórnarmenn, stjórnendur og starfsmenn, séu meðvitaðir um tilvist áætlunarinnar og séu tilbúnir til að leggja sitt af mörkum til að fylgja henni. Æðstu stjórnendur þurfa að gefa skýr skilaboð þess efnis að starfsemi fyrirtækis skuli ætíð samrýmast skyldum sem leiða af samkeppnislögum, og að það sé órjúfanlegur hluti af fyrirtækjamenningu og stefnu fyrirtækisins.

### Að finna helstu áhættuþætti

Við mótun samkeppnisráætlunar er mikilvægt að finna helstu áhættuþætti í viðkomandi starfsemi, það er greina hvernig og á hvaða sviðum er helst hætt við því að fyrirtækið brjóti gegn samkeppnislögum. Hægt er að spyrja sig eftirfarandi spurninga við það mat:

- » **Á hvaða sviðum starfseminnar er líklegast að takast þurfi á við samkeppnislagalegar áskoranir?**
- » **Eru einhverjir starfsmenn í samskiptum við keppinauta?**
- » **Flytjast starfsmenn milli keppinauta í starfsgreininni?**
- » **Hafa starfsmenn fyrirtækisins aðgang að upplýsingum um viðkvæm viðskiptaáform keppinauta eða verð eða aðgang að annars konar upplýsingum um samkeppnisaðila?**
- » **Sækja starfsmenn fyrirtækisins fundi hjá hagsmunasamtökum sem starfsmenn keppinauta sækja einnig?**
- » **Eru keppinautar fyrirtækisins einnig viðskiptavinir þess eða birgjar?**
- » **Er fyrirtækið í samstarfi við keppinauta sína?**
- » **Er fyrirtækið í markaðsráðandi stöðu?**

### Mat á áhættu

Þegar búið er að meta það hvar í starfsemi fyrirtækisins hætta á samkeppnislagabrotum sé einna helst fyrir hendi er gagnlegt að greina hvar sú hætta telst lítil og hvar mikil. Dæmi um starfssvið þar sem áhættan er mikil er svið þar sem starfsmenn eru líklegir til þess að hafa samband við keppinauta, og þá sérstaklega starfsmenn sem starfa á sviði sölu og markaðssetningar. Aftur á móti er áhættan til dæmis minni hjá starfsmönnum í bakvinnslu.

## Aðgerðir til að takmarka áhættu

Til að takmarka áhættu er mikilvægt að verkferlar innan fyrirtækisins séu til staðar. Jafnframt getur þjálfun dregið úr líkum á samkeppnislagabrotum. Eftirfarandi atriði gætu gagnast í þessu tilliti:

**Sérstök þjálfun starfsmanna.** Allt starfsfólk ætti að þekkja og skilja inntak samkeppnislaga í aðalatriðum. Starfsmenn sem standa frammi fyrir sérstakri áhættu þurfa sérhæfða þjálfun og fræðslu. Í tilviki lítilla og meðalstórra fyrirtækja getur nægt að starfsfólk búi yfir almennri þekkingu á inntaki samkeppnisreglna og að skýrar leiðbeiningar um hvert skuli leita eftir sérstakri ráðgjöf í einstökum tilvikum séu til.

**Skýr áætlun og verkferlar eru nauðsynleg.** Gera þarf starfsmönnum ljóst að leiki vafi á því hvort háttsemi, samningur eða annað samrýmist samkeppnislögum skuli leita ráðgjafar fyrir fram. Mikilvægt er að ljóst sé hvert skuli sækja slíka ráðgjöf.

**Umbunarkerfi.** Gagnlegt getur verið að umbuna starfsmönnum fyrir frumkvæði og metnað við framkvæmd samkeppnisréttaráætlunar, t.d. ef starfsmenn koma með tillögur að betrumbótum eða koma í veg fyrir að brot á samkeppnislögum eigi sér stað.

## ENDURSKOÐUN SAMKEPPNISRÉTTARÁÆTLUNAR

Til þess að tryggja virkni samkeppnisréttaráætlunar fyrirtækis er mikilvægt að endurskoða hana reglulega. Upp kunna að koma aðstæður sem valda því að endurskoða þarf samkeppnisréttaráætlun, t.d. samruni við annað fyrirtæki, yfirtaka á rekstri eða annað þess háttar. Jafnframt er misjafnt eftir fyrirtækjum hversu reglulega endurskoða þarf áætlunina.

## ÖNNUR ATRIÐI SEM GAGNLEGT ER AÐ KUNNA SKIL Á OG HAFA Í HUGA:

### Hvað skal gera ef líkur eru á að brotið hafi verið gegn samkeppnislögum

Ef grunur leikur á því innan fyrirtækis eða samtaka fyrirtækja að brotið hafi verið gegn 10. gr. eða 12. gr. samkeppnislaga er mikilvægt að bregðast hratt og rétt við. Meðal annars þarf að taka skjóta ákvörðun um hvort málið sé þess eðlis að rétt sé að tilkynna það til Samkeppniseftirlitsins. Slík tilkynning getur skipt verulegu máli varðandi afleiðingar samkeppnislagaþrots fyrir fyrirtæki og starfsmenn þess. Fyrirtæki sem hefur frumkvæði að því að láta Samkeppniseftirlitinu í té upplýsingar eða gögn sem verða til þess að upplýsa um samkeppnislagaþrot, sem ekki er þegar til rannsóknar, getur átt rétt á niðurfellingu eða lækkun stjórnvaldssektar sem annars getur legið við broti.

### Viðbrögð við rannsókn

Samkeppniseftirlitið hefur víðtækar heimildir til að afla upplýsinga og gagna frá fyrirtækjum í tengslum við rannsóknir mála. Á meðal rannsóknarræða Samkeppniseftirlitsins er heimild til að framkvæma húsleit og haldleggja gögn, á grundvelli dómsúrskurðar samkvæmt lögum um meðferð sakamála. Slíkar rannsóknir geta ýmis önnur stjórnvöld einnig framkvæmt. Það er fyrirtækjum til hagsbóta að þekkja hvernig rannsóknaraðgerð fer fram og hvernig bregðast skal við henni þannig að réttarstaða aðila sé tryggð og ljúka megi löglegri rannsóknaraðgerð af þessu tagi eins fljótt og kostur er og með sem minnstri röskun fyrir starfsemi viðkomandi fyrirtækis. Í því tilliti getur verið mjög gagnlegt fyrir fyrirtæki að setja sér viðbragðsáætlanir um hvernig bregðast skuli við húsleit eða annars konar rannsóknaraðgerðum Samkeppniseftirlitsins og annarra eftirlitsstjórnvalda.



# VILJI ALLRA AÐ FYLGJA SAMKEPPNISLÖGUM - 4 EINFÖLD SKREF

## SKREF 1: ÞEKKJA ÁHÆTTU



Við mótun samkeppnisréttaráætlunar er mikilvægt strax í upphafi að bera kennsl á áhættur og greina á hvaða sviðum er helst hættu á að fyrirtækið brjóti samkeppnislög.

## SKREF 2: MAT Á ÁHÆTTU



Greina hvar hættu telst lítil og hvar mikil. Dæmi um starfssvið þar sem áhættan er mikil er svið þar sem starfsmenn eru líklegir til þess að hafa samband við keppinauta.

## SKREF 3: AÐGERÐIR TIL AÐ TAKMARKA ÁHÆTTU



Til að takmarka þá áhættu sem borin hafa verið kennsl á er mikilvægt að til staðar séu verkferlar og önnur tæki innan fyrirtækisins. Jafnframt getur þjálfun starfsfólks dregið úr líkum á samkeppnislögbrotum.

## SKREF 4: ENDURSKOÐUN SAMKEPPNISRÉTTARÁÆTLUNAR



Mikilvægt er að endurskoða samkeppnisréttaráætlun fyrirtækis með reglulegum hætti til að tryggja virkni hennar.

## AÐ LOKUM

**ÚTGEFENDUR LEIÐBEININGA Í SAMKEPPNISRÉTTI ERU VIÐSKIPTARÁÐ ÍSLANDS, SAMTÖK ATVINNULÍFSINS OG LÖGMANNAFÉLAG ÍSLANDS.** Líkt og fram kemur í upphafi leiðbeininganna er markmiðið með útgáfu þeirra að auðvelda starfsmönnum og stjórnendum fyrirtækja að glöggva sig á helstu meginreglum samkeppnislaga.

Það er von útgefenda að leiðbeiningarnar hjálpi til við að skýra ýmis matskennd atriði í samkeppnislögum. Það er jafnframt von útgefenda að fyrirtæki tileinki sér samkeppnisréttaráætlanir í einhverri mynd í starfsemi sinni. Þannig má draga verulega úr hættu á árekstrum við samkeppnisreglur.

Útgefendur ítreka þó mikilvægi þess að fyrirtæki leiti sér lögfræðiráðgjafar þegar samkeppnisréttarleg álitaefni koma upp enda geta sérstök atvik og aðstæður hverju sinni skipt miklu við mat á því hvort samningar, samskipti eða háttsemi almennt samræmist samkeppnislögum.



## STARFSHÓPUR LEIÐBEINGA Í SAMKEPPNISRÉTTI



**HEIMIR ÖRN  
HERBERTSSON**

Sérfræðingur við lagadeild  
Háskólans í Reykjavík.  
Tilnefndur af VÍ og SA.



**BERGPÓRA  
HALLDÓRSDÓTTIR**

Lögmaður hjá Samtökum  
atvinnulífsins.



**HELGA MELKORKA  
ÓTTARSDÓTTIR**

Meðeigandi og fram-  
kvæmdastjóri Logos.  
Tilnefnd af VÍ og SA.



**HULDA ÁRNADÓTTIR**

Meðeigandi hjá LEX  
lögmannsstofu.  
Tilnefnd af LMFÍ.



**MARTA GUÐRÚN  
BLÖNDAL**

Lögmaður og  
aðstoðarframkvæmdastjóri  
Viðskiptaráðs Íslands.



**HÖRÐUR FELIX  
HARÐARSON**

Meðeigandi hjá Mörkinni  
lögmannsstofu.  
Tilnefndur af LMFÍ.



**MARGRÉT BERG SVERRISDÓTTIR**

Verkefnastjóri leiðbeininganna.  
Lögfræðingur hjá Viðskiptaráði Íslands.

## **LEIÐBEININGAR Í SAMKEPPNISRÉTTI**

eru gefnar út af Viðskiptaráði Íslands, Lögmannafélagi Íslands og Samtökum atvinnulífsins. Leiðbeiningar þessar má afrita án þess að leita samþykkis útgefenda en vinsamlega getið heimildar.

Verkefnisstjóri: Margrét Berg Sverrisdóttir, Viðskiptaráði Íslands

Prentun: Oddi. Hönnun & umbrot: linloe@gmail.com

1. útgáfa. Útgefið í apríl 2018.

ISBN 978-9935-9135-9-3 (rafræn útgáfa)



VÆÐSKIPTARÁÐ ÍSLANDS



SA  
SAMTÖK  
ATVINNULÍFSINS



Lögmannafélag  
Íslands

ÚTGEFENDUR LEIÐBEINGA Í SAMKEPPNISRÉTTI ERU VÆÐSKIPTARÁÐ  
ÍSLANDS, SAMTÖK ATVINNULÍFSINS OG LÖGMANNAFÉLAG ÍSLANDS.