

# SCF

Sofia Competition Forum

## НАСОКИ ОТНОСНО КОРПОРАТИВНИТЕ ПРОГРАМИ ЗА СЪОТВЕТСТВИЕ С ПРАВИЛАТА НА КОНКУРЕНЦИЯТА

## GUIDELINES ON CORPORATE PROGRAMS FOR COMPLIANCE WITH COMPETITION RULES

support growth  
support growth  
convergence  
efficiency convergence  
efficiency success trust trust  
success future  
success future  
future



BULGARIAN COMMISSION  
ON PROTECTION OF COMPETITION



UNITED NATIONS CONFERENCE  
ON TRADE AND DEVELOPMENT

**НАСОКИ  
ОТНОСНО КОРПОРАТИВНИТЕ  
ПРОГРАМИ ЗА СЪОТВЕТСТВИЕ С  
ПРАВИЛАТА НА КОНКУРЕНЦИЯТА**



## I. ВЪВЕДЕНИЕ

Политиката за защита на конкуренцията се осъществява в полза на потребителите, участниците на съответните пазари и обществото като цяло.

Развитието на съвременната икономика се основава на функционирането на пазара в условията на ефективна конкуренция, която осигурява на предприемачите възможността свободно да предлагат своите стоки или услуги. Колкото повече фирми предлагат независимо една от друга стоки или услуги, с различно качество и цена, толкова по-голяма е възможността потребителите да направят най-добрия избор за себе си и по този начин да повишат благосъстоянието си. От гледна точка както на потребителите, така и на стопанските субекти, най-важните положителни ефекти от действието на пазарните сили и ефективната конкуренцията на пазара включват:

- Осигуряване на по-голям избор от стоки и услуги с високо качество и на конкурентни цени;
- Стимулиране на иновациите и ефективността в стопанската дейност;
- Подкрепа на икономическото развитие на обществото.

В условията на свободен пазар осъществяването на стопанска дейност представлява конкурентно състезание между предприятията. Понякога тази свободна конкуренция се нарушава от определени видове поведение на участниците на съответния пазар. Ето защо са необходими правила за участие на пазара, които да са валидни за всички предприятия, които реално осъществяват дейността си на пазара или потенциално биха навлезли на него. Целта на правилата на конкуренцията е да се създадат условия за свободна стопанска инициатива, да се предотврати ограничаването или премахването на конкуренцията между

предприятията, както и да не се допуска недобросъвестно поведение от страна на пазарните играчи.

Националният орган, който е оправомощен да следи за спазването на разпоредбите на Закона за защита на конкуренцията (ЗЗК) и, в определени случаи, на чл. 101 и чл. 102 от Договора за функциониране на Европейския съюз (ДФЕС) е Комисията за защита на конкуренцията (КЗК). При прилагането на правилата на конкуренцията КЗК разполага с широк набор от законоустановени правомощия за създаване на условия за ефективна конкуренция като:

- Установяване на нарушения и постановяване на прекратяването им;
- Налагане на санкции, вкл. и периодични санкции, на нарушителите;
- Налагане на поведенчески или структурни мерки за възстановяване на конкуренцията;
- Одобряване на поемането на ангажименти от предприятията за възстановяване на конкуренцията;
- Взаимодействие с органите на публичната власт с оглед премахване на бариерите пред конкуренцията, създадени с техни актове или действия<sup>1</sup>, и др.

Дейността на КЗК по приложение на разпоредбите на ЗЗК и чл. 101 и 102 от ДФЕС има за цел да осигури запазването или възстановяването на ефективната конкуренция на пазара, като разпорежи прекратяване на нарушенията от страна на съответните предприятия и наложи санкции на нарушителите. От своя страна, налагането на санкции за нарушаване на правилата на конкуренцията има

---

<sup>1</sup> Вж. Насоки на КЗК за оценка за съответствието на нормативни и общи административни актове с правилата на конкуренция, приети с Решение на КЗК № 1777/20.12.2011 г.

възпиращ, дисциплиниращ ефект както върху предприятията - нарушители, така и върху останалите участници на пазара, предотвратяващ подобни или други нарушения.

Намаляването на нарушенията на правилата на конкуренцията обаче може да бъде постигнато не само чрез санкционната политика на КЗК. Ето защо един от главните приоритети в дейността на комисията е застъпничеството по конкуренцията чрез популяризирането на правилата на конкуренцията сред обществото и бизнеса, както и чрез повишаване на осведомеността на заинтересованите лица относно ползите от конкуренцията.

С настоящите насоки КЗК насочва вниманието на предприятията към един специфичен инструмент, който може да им помогне да избегнат нарушения на правилата на конкуренцията като част от законовите норми, регулиращи тяхната стопанска дейност. Този специфичен инструмент са корпоративните програми за съответствие с правилата на конкуренцията.

## **II. ЦЕЛ НА НАСОКИТЕ НА КЗК ОТНОСНО КОРПОРАТИВНИТЕ ПРОГРАМИ ЗА СЪОТВЕТСТВИЕ С ПРАВИЛАТА НА КОНКУРЕНЦИЯТА**

Целта на тези насоки е да помогне на бизнеса да разбере ползите от създаването на корпоративни програми за съответствие с правилата на конкуренцията и да насърчи ръководния състав на предприятията да разработят и приемат такива програми. Наред с основните разпоредби от приложимото в Република България право на конкуренцията, както и рисковете от тяхното неспазване, насоките се фокусират и върху основните практически стъпки, които компаниите могат да предприемат, създавайки свои корпоративни програми за съответствие<sup>2</sup>.

---

<sup>2</sup> Насоките са приети с Решение на КЗК № 1553/20.12.2012 г.

КЗК счита, че значителна част от предприятията при осъществяване на стопанската си дейност се стремят към спазване на правилата на конкуренцията. Именно с тази цел, с настоящите насоки за съответствие, Комисията се стреми да им съдейства за приемането и прилагането на добри практики при осъществяване на стопанската им дейност. Въпреки че настоящите насоки нямат задължителен характер, те биха могли да бъдат полезен източник на информация по отношение на предприятията, които искат да предприемат действия за избягване и предотвратяване на евентуални нарушения на конкурентните правила. По този начин корпоративните програми за съответствие с правилата на конкуренцията биха могли да изиграят ролята на превантивна мярка срещу евентуални нарушения както за компаниите като цяло, така и за служителите в тях.

В насоките КЗК очертава основните етапи, през които обикновено се преминава при създаването на корпоративни програми за съответствие с правилата на конкуренцията. Въпрос на автономна преценка от страна на съответното предприятие е дали програмата ѝ за съответствие ще бъде изработена от служители на фирмата или ще бъде потърсено професионалното мнение и съдействие на специализирани външни консултанти в тази област. При изработване на своите корпоративни програми за съответствие, предприятията биха могли да ползват информацията, поместена на интернет страниците на КЗК и на Главна дирекция „Конкуренция“ на Европейската комисия (ЕК). Нито КЗК, нито ЕК обаче, не предоставят консултации, нито одобряват отделни програми за съответствие. Създаването, въвеждането и прилагането на програми за съответствие с правилата на конкуренцията е доброволен акт от страна на предприятията и е изцяло тяхна отговорност.

### **III. СЪЩНОСТ НА КОРПОРАТИВНИТЕ ПРОГРАМИ ЗА СЪОТВЕТСТВИЕ С ПРАВИЛАТА НА КОНКУРЕНЦИЯТА**

Корпоративните програми за съответствие с правилата на конкуренцията представляват набор от действия, вътрешни процедури и документи, които предприятията изготвят по своя собствена инициатива. Тези програми изразяват волята на ръководството на предприятията за спазване на правилата на конкуренцията, насочени са към всички организационни нива и персонал на компаниите и като част от вътрешнофирмената политика и процедури налагат съответните задължения към мениджърите, служителите и работниците.

Програмите за съответствие с правилата на конкуренцията преследват две основни цели: да предотвратяват или намалят рисковете от нарушение на правото на конкуренцията и да предоставят средствата за тяхното своевременно установяване, от една страна, както и процедурата, която да бъде следвана, при установяване на вече допуснатите нарушения.

Чрез корпоративните програми за съответствие с правилата на конкуренцията компаниите доброволно предприемат определени действия, предназначени да идентифицират, предотвратят и разрешат случаи на потенциално противоправно поведение от тяхна страна, като се определят отговорните служители и процедурите, които трябва да се следват. По този начин бизнесът сам очертава и конкретните рамки, в които може да реализира пазарното си поведение, без да нарушава правилата на конкуренцията.

### **IV. ПРАВИЛАТА НА КОНКУРЕНЦИЯТА**

Съгласно българското и европейско конкурентно право основните видове нарушения, които следва да бъдат

избягвани от предприятията при осъществяване на стопанската им дейност са забранените споразумения и съгласувани практики<sup>3</sup> и злоупотребите с монополно или господстващо положение<sup>4</sup>.

### ***1. Забранени споразумения***

Едни от най-тежките форми на антиконкурентно поведение са забранените споразумения и съгласуваните практики между независими предприятия, които имат за цел или водят до ограничаване на конкуренцията на съответния пазар. Причината, поради която това поведение се преследва с особена строгост от страна на КЗК, е неговият сериозен негативен ефект, напр. елиминиране на съревнованието между конкурентите, забавяне степента на усъвършенстване на производството, ощетяване на потребителите, чиито свободен избор се ограничава и др.

В чл. 15 от ЗЗК и чл. 101 от ДФЕС е уредена обща забрана за споразумения между предприятия, решения на сдружения на предприятия и съгласувани практики на две или повече предприятия, които имат за цел или резултат предотвратяване, ограничаване или нарушаване на конкуренцията на съответния пазар.

Забранени са споразуменията, при които независими предприятия се договарят да не се конкурират ефективно помежду си. Тези споразумения могат да имат за предмет:

- Определяне на цени или други търговски условия;
- Ограничаване на производството или търговията;

---

<sup>3</sup> Вж. чл. 15 от ЗЗК и чл. 101 от ДФЕС

<sup>4</sup> Вж. чл. 21 от ЗЗК и чл. 102 от ДФЕС

- Разпределяне на източници на снабдяване, територии или клиенти, на които се предлагат стоките и услугите;
- Прилагане на дискриминационни условия по отношение на определени партньори;
- Обмен на информация между конкуренти<sup>5</sup> и др.

Забранените споразумения обхващат всякакви форми на уреждане на търговски отношения между независими предприятия, с които тези предприятия ограничават или могат да ограничат свободата си да определят самостоятелно и независимо поведението си на пазара. Според формата си споразуменията могат да бъдат писмени или устни, а с оглед участниците в тях - хоризонтални (между предприятия конкуренти на един съответен пазар) или вертикални (например между производител и дистрибутор).

С особена тежест сред забранените споразумения са т.нар. картели, поради значителния им антиконкурентен ефект. Те се формират с цел взаимна изгода на участниците чрез изкуствено премахване на конкурентния натиск, който предприятията взаимно упражняват помежду си. Картелът е споразумение или съгласувана практика между конкуренти, насочена към ограничаване на конкуренцията чрез:

- определяне на цени или условия за покупка или продажба;
- разпределяне на квоти за производство;
- разпределяне на пазари;
- манипулиране на публични търгове, конкурси или процедури за възлагане на обществени поръчки<sup>6</sup> и др.

---

<sup>5</sup> Вж. Насоки на КЗК относно обмена на информация между конкуренти, приети с Решение КЗК № 1778/20.12.2011 г.

В ЗЗК е предвидена възможност за предприятие - участник в картел, което сътрудничи на КЗК за разкриване на картела и преустанови участието си в него, да получи освобождаване от санкцията или нейното намаляване<sup>7</sup>.

Освен това, както ЗЗК, така и европейското право на конкуренцията предвиждат възможност за участниците в определени споразумения да се ползват от т.нар. освобождаване от забраната, при изпълняване на определени условия, приложими към определени категории споразумения или към индивидуални споразумения<sup>8</sup>. В случай че предприятията успеят да докажат пред КЗК наличието на условията за освобождаване от забраната в конкретен случай, това би предотвратило установяването на нарушение и налагането на санкция по отношение на тях.

## ***2. Злоупотреби с монополно или господстващо положение***

Друга форма на антиконкурентно поведение, която е забранена съгласно чл. 21 от ЗЗК и чл. 102 от ДФЕС, е злоупотребата с монополно и господстващо положение.

Монополно е положението на предприятие, на което със закон е дадено изключително право да извършва определен вид стопанска дейност, като например железопътен транспорт, националните пощенски и

---

<sup>6</sup> Вж. Насоки на КЗК за противодействие срещу тръжните манипулации в процедурите за възлагане на обществени поръчки, приети с Решение на КЗК № 570/20.05.2010 г.

<sup>7</sup> Вж. Програма на КЗК за освобождаване от санкция или намаляване на санкции в случай на участие на предприятие в таен картел, както Правила за прилагане на Програмата, приети с Решение на КЗК № 274/08.03.2011 г.

<sup>8</sup> Вж. Решение на КЗК № 55/20.01.2011 г. за групово освобождаване от забраната по чл. 15, ал. 1 от ЗЗК на определени категории споразумения, решения или съгласувани практики

далекосъобщителни услуги, производството на радиоактивни продукти, оръжие и др.

Господстващото положение е налице, когато предприятието притежава такава пазарна мощ, която му позволява да действа до голяма степен независимо от своите доставчици, конкуренти и клиенти. Показателно за това е наличието на голям пазарен дял на предприятието. Пазарният дял, обаче, не е единственият фактор, който КЗК взема под внимание при разследването на евентуална злоупотреба с господстващо (монополно) положение.

Предприятията с монополно или господстващо положение не желаят да изгубят от своя пазарен дял и приходи в резултат на свободната и ефективна конкуренция. Някои от тях предприемат действия, с които се възползват от своето пазарно положение, като изтласкват от пазара свои конкуренти, възпрепятстват новонавлизащи предприемачи или недобросъвестно експлоатират свои доставчици или клиенти. Такова поведение в крайна сметка води до ограничаване на конкуренцията и до намаляване на благосъстоянието на потребителите.

Подобни злоупотреби могат да включват:

➤ Налагане на необосновано високи цени. В този случай господстващото предприятие едностранно установява цени, които са значително по-високи от производствените му разходи. Така то извлича печалби, които не биха били възможни в условията на ефективна конкуренция.

➤ Налагане на нереално ниски цени. Това е случаят, в който предприятието целенасочено продава продуктите си на цени, които не покриват разходите по производството и реализацията на продуктите. Така то цели да изтласка от пазара свои конкуренти или да не допусне навлизането на нови участници;

➤ Дискриминация по отношение на определени търговски партньори. За предприятията с господстващо положение са забранени определени търговски практики като продажба на едни и същи продукти на различни цени за различните клиенти, предлагане на отстъпки и бонуси само на клиентите, които се снабдяват изцяло от даденото предприятие и др.

➤ Налагане на неоправдани търговски условия. Типичен пример е господстващото предприятие да обвързва продажбата на определен продукт със закупуването на друг, който не е търсен от клиента.

➤ Необосновано прекратяване на дългосрочно установени търговски връзки или необоснован отказ да се сключи договор при наличие на възможности за производство или доставка.

Изброените по-горе действия са примерни и не изчерпват възможните прояви на злоупотреба с монополно или господстващо положение.

## **V. ПОЛЗИ ОТ СЪЗДАВАНЕТО И ПРИЛАГАНЕТО НА КОРПОРАТИВНИТЕ ПРОГРАМИ ЗА СЪОТВЕТСТВИЕ С ПРАВИЛАТА НА КОНКУРЕНЦИЯТА**

Всички предприятия имат задължение да предприемат необходимите мерки, които да им позволяват да осъществяват стопанска дейност при спазване на правилата на конкуренцията и предотвратяване на евентуални нарушения на нормите на ЗЗК и чл. 101 и чл. 102 от ДФЕС. В тази връзка изготвянето на корпоративни програми за съответствие с тези правила може да бъде ключов фактор за постигането на посочената цел, като даде на предприятията допълнителни гаранции за сигурност при осъществяване на стопанската си дейност. Въпреки необходимостта от

ангажиране на известни финансови, човешки и други ресурси, свързани с изготвянето и прилагането на програмите, предимствата на корпоративните програмите за съответствие са значително по-големи от разходите за тяхното въвеждане и ефективно прилагане.

Без да са изброени изчерпателно, ползите от създаването и прилагането на програмите за съответствие с правилата на конкуренцията са в няколко насоки:

➤ Намаляване или премахване на риска компанията да участва или да бъде въввлечена да участва в каквато и да е форма на забранено споразумение или злоупотреба с господстващо положение;

➤ Избягване на санкции, налагани от КЗК, и на искове за вреди от конкуренти, доставчици, клиенти или потребители;

➤ Своевременно прекратяване на нарушението и евентуално намаляване размера на санкцията, която може да бъде наложена, поради по-кратка продължителност на установеното нарушение;

➤ Обезпечаване на възможността за фирмите да се възползват от програмата за освобождаване от санкция или намаляване на нейния размер чрез „Leniency program“ в случаите на участие в картелни споразумения;

➤ Избягване на продължителни административни и съдебни производства и свързаните с тях процесуални разходи;

➤ Идентифициране, оценка и справяне с потенциалните проблеми, свързани с прилагането на правилата на конкуренцията;

➤ Усъвършенстване на фирменото управление и структура, което прави компаниите по-нискорискови по

отношение на спазването на правилата на конкуренцията при бъдещи операции, свързани с осъществяваната от тях дейност;

➤ Намаляване на риска от отлив на клиенти или доставчици;

➤ Повишаване на доверието към предприятието от страна на неговите клиенти и доставчици;

➤ Възприемане на фирмата като етична бизнес организация от конкуренти, клиенти и доставчици, както и от потенциални служители, което както за разширяване на нейния пазарен дял, но така също и за набиране на високо квалифициран персонал;

➤ Намаляване на риска от накърняване репутацията на фирмата и от негативно медийно отразяване. Потенциалният икономически ефект от накърняване на репутацията на една компания може да е дори и по-голям от риска от налагане на санкция от КЗК, тъй като може да доведе до значителен негативен обществен отзвук, а оттам и до огромни финансови загуби и загуба на реални или потенциални клиенти, както и отдръпване на потребителите;

➤ Засилване на ефективната конкуренция на пазарите, на които предприятието оперира, в случай, че то идентифицира и сезира КЗК за поведение на конкурентни предприятия или асоциации на предприятия, които ограничават конкуренцията на съответния пазар.

## **VI. КОРПОРАТИВНИТЕ ПРОГРАМИ ЗА СЪОТВЕТСТВИЕ С ПРАВИЛАТА НА КОНКУРЕНЦИЯТА - СЪПЪРВАЩА СЪОТВЕТСТВИЕ**

Корпоративните програми за съответствие с правилата на конкуренцията трябва да бъдат съобразени с редица фактори, свързани със спецификата на конкретната компания

и конкурентната среда на пазарите, на които тя оперира. Не съществува универсален модел на такава програма, който да бъде приложим за всички предприятия. Всяка компания трябва да направи свой собствен анализ с отчитане на конкретните обстоятелства и да разработи своя собствена програма за съответствие. Ето защо, настоящите насоки очертават основните практически стъпки, за които е общоприето да се смята, че трябва да бъдат предприети от предприятията при създаването и въвеждането на техните индивидуални корпоративни насоки за съответствие.

### ***Стъпка 1 - Анализ на риска или собствена проверка на предприятието***

Ефективната и успешна корпоративна програма за съответствие с правилата на конкуренцията се основава на подробен анализ на спецификите на предприятието и неговата дейност, за да бъдат идентифицирани областите, в които би могъл да възникне риск от нарушаване на правото на конкуренция и които следва да бъдат адресирани в корпоративната програма. Ето защо, анализът на положението на предприятието на съответния пазар, неговите индивидуални характеристики са първата и задължителна стъпка към въвеждането на индивидуализирана програма за съответствие. По-специално основните фактори, които следва да бъдат анализирани, включват:

➤ Големина и правно-организационната форма на предприятието; вътрешна организация, начинът на управление и фирмена култура, ресурси. Анализът на тези фактори ще помогне да бъдат определени например необходимите човешки ресурси за въвеждане и прилагане на програмата за съответствие, адекватните процедури за обучение и докладване на проблеми и др.

➤ Предмет на дейност на предприятието, секторите и пазарите, на които оперира и други фактори, свързани с конкурентната среда. При анализ на посочените фактори компанията може да идентифицира част от потенциалните рискове от съществуването или извършването на нарушения на правилата на конкуренцията, което от съществено значение при създаването на програмата за съответствие. Така например, ако предприятието има господстващо положение на даден пазар, корпоративната програма следва да бъде фокусирана върху евентуални негови действия или бездействия, които могат да представляват злоупотреба с господстващо положение. Пазарът, на който оперира компанията, може да е рисков от гледна точка на наличието на антиконкурентни практики от едно или повече предприятия, които вече са били установени и санкционирани от КЗК, от други национални органи по конкуренцията или от самата ЕК. Тази информация би позволила на компанията да акцентира в програмата си за съответствие с правилата на конкуренцията върху типа нарушения, които са особено характерни за стопанските сектори, в които фирмата е активна.

➤ Характеристики на конкурентната среда, в която осъществява своята дейност съответното предприятие – характеристики на съответния продукт и географски пазар, наличие на конкуренти, законова рамка, държавна регулация, бариери за навлизане на пазара, пазарен дял на предприятието и на основните му конкуренти на съответните пазари, пазарни отношения на предприятието с неговите доставчици, клиенти или конкуренти и др. Всяко предприятие трябва да анализира пазарното си положение на съответните пазари, на които участва, като идентифицира характеристиките на търсенето и предлагането на съответните продукти, за които се провежда конкуренцията на пазара, както и условията и факторите, от които зависи дали и доколко е ефективен процесът на конкуренция на пазара.

➤ Наличие на браншови асоциации, в които предприятието членува. Обединяването на независими предприятия в асоциации и браншови организации е широко разпространено явление. В практиката обаче често са установявани случаи, при които членуващите в организацията предприятия са приемали решения, с които са ограничавали конкуренцията. Решенията на тези сдружения са забранени когато чрез тях се налага следването на определено стопанско поведение, което ограничава конкуренцията между предприятията, членуващи в тях. В практиката на КЗК и чуждестранни органи по конкуренцията има редица случаи, в които е установявано, че сдруженията на предприятия събират и обменят чувствителна търговска информация (напр. данни за цени или други търговски условия) между членовете на сдружението, дават препоръки и прогнози за стопанското поведение на членуващите фирми или създават други механизми за антиконкурентна координация и сътрудничество между предприятия, които са преки конкуренти на даден пазар, които практики представляват тежки нарушения на правилата на конкуренцията. Членството в браншова асоциация може да насочи вниманието на предприятията, които създават свои корпоративни програми за съответствие към включването в програмата на механизми и процедури, които ограничават възможността компанията да бъде въвличена в антиконкурентно поведение като член на сдружение на предприятия.

Посочените характеристики са основните, които подлежат на анализ, без да изчерпват всички възможни фактори, които могат да бъдат включени в него. Индивидуалната оценка на риска от нарушаване на правилата на конкуренцията за конкретната компания се базира именно на изводите от анализа на предприятието и неговата пазарна позиция.

## ***Стъпка 2 – Поемане на ясен и категоричен управленски ангажимент***

Ключов и основополагащ момент в създаването и поддържането на ефективна система и култура за спазване на правилата на конкуренцията в рамките на самата компания е необходимостта от поемането на ясен и категоричен ангажимент за изпълнение на корпоративна програма за съответствие, който трябва да бъде инициран от висшето ръководство на предприятието.

В този смисъл първата стъпка в тази посока е ръководството на компанията ясно да заяви, че спазването на правилата на конкуренцията е част от фирмената политика и да предприеме конкретни мерки така, че за този ангажимент да бъдат информирани всички служители на фирмата.

На второ място, ръководството на предприятието следва да заеме твърда позиция, информирайки своите служители, че очаква всеки един от тях да спазва разпоредбите на правото на конкуренцията.

На трето място, за да бъде ефективен, ангажиментът на висшето ръководство следва да бъде подкрепен и с реални действия по въвеждането и прилагането на корпоративна програма за съответствие с правилата на конкуренцията. За целта следва да се заделят финансови и технически средства, персонал и време, съобразени с размера на компанията, които са необходими за изготвянето и прилагането на програмите за съответствие. В този смисъл определянето на член от висшето ръководство на предприятието, който да бъде персонално отговорен за всички дейности, свързани с корпоративната програма за съответствие, е от ключово значение. Следва обаче да се подчертае, че определянето на отговорник за корпоративната програма за съответствие сред ръководството на компанията е въпрос на преценка в зависимост от конкретната ситуация. Така например, когато

става дума за малки и средни предприятия, тази отговорност може да бъде поета от самия собственик или управител или от изрично определен от него служител на подходящо за целта мениджърско равнище.

Освен това, ангажираността и позицията на висшия мениджмънт по отношение на корпоративната програма за съответствие следва да покаже на всички служители в предприятието, че спазването на правилата на конкуренцията е не само законово задължение, но и ключов елемент от бизнес културата и от отговорността на самото дружество. Ето защо, общото задължение за спазване на антитръстовите правила следва да бъде иницирано именно от най-високо ниво и да обхване цялата организационна структура на компанията. Целта е да се насърчат както членовете на управителните органи на предприятието, така и останалите служители да спазват установените в корпоративните програми правила и процедури, да предприемат ясно определени и адекватни действия и мерки, отчитайки правните, финансовите, търговските и имиджовите рискове, които могат да последват за предприятието от неспазване на правилата на конкуренцията. По този начин се цели да се гарантира, че евентуални нарушения на правилата на конкуренцията могат да бъдат предотвратени или открити и преустановени достатъчно рано, така че компанията да избегне или да минимизира произтичащите от извършеното нарушение неблагоприятни правни последици за предприятието.

Следва изрично да се подчертае, че въвеждането и ефективното приложение на корпоративните програми за съответствие е отговорност най-вече на висшия мениджмънт на предприятието. Именно ръководството на компанията следва да осигури чрез адекватни мерки и процедури спазването на правилата на конкуренцията от останалия персонал. Особено важно е предприеманите от ръководството

мерки да са от такова естество, че да създават положителна реакция и интерес сред служителите, за да ги насърчават към спазване на установените в програмите правила и процедури, за да бъде гарантирано, че персоналът на предприятието ще има проактивна позиция в случай на съмнения за наличието на конкурентен проблем. Осигуряването на така посочената активност и ангажираност на служителите може да бъде осъществена чрез предприемането на различни мерки, чието дефиниране зависи от структурата и вътрешната политика на самото предприятие и от преценката на ръководството на компанията. Като примери за подобни мерки могат да бъдат посочени следните политики:

➤ осигуряване на възможност за **директна комуникация** между висшия мениджмънт и останалите служители на предприятието, като по този начин се подчертава значението от спазването на правилата на конкуренцията;

➤ изготвянето и прилагането на **кодекс за поведението на служителите**, който включва и задълженията и отговорностите на персонала по отношение спазването на правилата на конкуренцията. Така извършването на конкурентноправно нарушение би означавало нарушение и на този кодекс, което би могло да бъде свързано с налагането и на дисциплинарни наказания;

➤ създаване на **положителни стимули за служителите**, които са доказали спазването на корпоративната програма за съответствие с правилата на конкуренцията и са проявили активна позиция, докладвайки за потенциален проблем, свързан с нарушения на конкуренцията;

➤ други.

Както вече беше посочено, конкретните индивидуализирани подходи и мерки за въвеждане и ефективно приложение на корпоративните програми за съответствие с правилата на конкуренцията следва да отговарят на конкретната ситуация в дадена компания. Мерките, предприемани от големи мултинационални фирми, едва ли биха били полезни и ефективни в малко или средно предприятие. Ето защо, на базата на анализа, извършен като първа стъпка към създаването и въвеждането на корпоративните програми за съответствие с правилата на конкуренцията, се дефинира и конкретното съдържание на тези програми. Само когато корпоративната програма е адекватна на конкретната ситуация в даденото предприятие, само тогава тя може да генерира своите положителни ефекти.

### ***Стъпка 3 – Създаване на ясна организационна структура за докладване на проблеми***

Въвеждането и ефективно прилагане на корпоративна програма за съответствие с правилата на конкуренцията е невъзможно без създаването на действен ***механизъм за докладване*** от страна на служителите за потенциални конкурентноправни проблеми. Този механизъм следва да бъде част от корпоративната програма, като бъде съобразен с организационната структура на предприятието и отговорностите на отделните звена и служители в него. Отново висшето ръководство на предприятието следва да прецени каква точно структура за докладване на проблеми да бъде въведена. Общоприето е да се смята, че тази структура за докладване трябва да отговаря на няколко основни критерия:

➤ Определяне на контактното лице или лица (т.нар. Compliance officers), което да е натоварено със задължението да отговаря за приложението на корпоративната програма за

съответствие и към което да се обръщат служителите в случай на потенциален проблем.

➤ В зависимост от конкретната ситуация в даденото предприятие това може да бъде служител, чиито основни задължения са свързани с приложението на корпоративната програма за съответствие. При големите мултинационални компании със сложна организационна структура може да се наложи назначаването или определянето на допълнителни лица за контакт в отделни структурни звена или в отделните териториални подразделения. В други случаи контактното лице може да бъде служител от правния отдел на предприятието или от административното ръководство на компанията. Началник на структурно звено (напр. началник на отдел Продажби) или дори собственикът или един от собствениците на фирмата също могат да бъдат контактното лице при малки или средни предприятия.

➤ Контактното лице трябва да има директен достъп до висшия мениджмънт и контролните или надзорните органи на предприятието в случай, че възникне проблем, свързан с провеждането на фирмената политиката или спазването на програмата за съответствие, като например при съмнения за извършено нарушение на правилата на конкуренцията. Директният достъп до ръководството на предприятието е гаранция, че то е уведомено за наличието на проблем и то може да предприеме необходимите мерки за реакция с оглед преодоляването на проблема по законосъобразен начин.

➤ Контактното лице следва да разполага с необходимите правомощия за реалното прилагане на програмата за съответствие и да бъде осигурен с достатъчни човешки и финансови ресурси, напр. за организиране и провеждане на необходимите обучения;

➤ Правният отдел на предприятието или юридическата кантора, осъществяваща правното обслужване на фирмата, трябва да имат задължението да следят и за промени в нормативната уредба в областта на защитата на конкуренцията, както и за релевантната съдебна практика, за да бъде осигурено адекватно обучение на персонала, бърза реакция в случай на установен проблем и професионална защита при инициирани производства за нарушение на конкурентното право срещу предприятието.

➤ Съществуват и други способи за докладване за конкурентноправни проблеми като създаването на анонимна гореща линия, създаване на поверителна система за докладване, на политика на „отворени врати“, и други.

Изборът относно начина на докладване е в компетенциите на висшето ръководство и следва да отговаря на конкретната ситуация в отделното предприятие. Независимо от избраната структура и форма на докладване на конкурентноправни проблеми, целта е да бъде осигурена бърза и адекватна реакция на предприятието в случай на потенциален или реален проблем.

Наред със създаването на подходяща структура за докладване на проблеми, е разпространена и практиката предприятията да включват в своите програми за съответствие с правилата на конкуренцията и подходящи ***вътрешни процедури за минимизиране на риска от нарушения на конкурентното право*** от страна на техни служители. Примери за такива процедури са :

- Изготвяне на кодекс за поведение на служителите с включване на изискването за спазване на корпоративната програма за съответствие с правилата на конкуренцията и в този кодекс;

- Въвеждане на система, при която служителите отчитат в определена форма осъществените от тях контакти с конкуренти, доставчици или клиенти;
- Изискване служителите да получат разрешение и указания от своите ръководители, преди да участват в срещи на браншови и други бизнес асоциации;
- Изискване юристите или адвокатите на компанията да проверяват търговските договори за съответствие с конкурентното право преди да бъдат подписани;
- Други.

#### ***Стъпка 4 – Създаване на вътрешен механизъм за оказване съдействие на органа по конкуренция***

В случаите, когато дейността на предприятието стане обект на проверка от страна на органа по конкуренцията, предприятието и неговите служители следва да осъществят дължимото съгласно правото на конкуренцията съдействие така, че проучването да бъде обективно, всеобхватно и да приключи бързо, като бъде минимизиран рискът от налагане на санкции на предприятието, свързани с неосказване на пълно, точно и своевременно съдействие към органа по конкуренция. В тази връзка е препоръчително в корпоративната програма за съответствие да бъде създаден ***вътрешен механизъм за оказване на съдействие на органа по конкуренция***, който може да включва най-малко следните аспекти:

➤ Видовете проучвания, които компетентният орган по конкуренция може да осъществява по отношение дейността на предприятието или на съответния пазар, на който то оперира (производства за установяване на нарушения, секторни анализи и др.);

➤ Правомощията, с които разполага органът по конкуренция при осъществяване на проучванията си, както и кореспондиращите им задължения на проверяваните предприятия, свързани с оказване на съдействие (изискване на информация, вещевени, писмени, цифрови, електронни и форенсик доказателства, снемане на устни обяснения, проверки на място, запечатване на помещения, превозни средства и други обекти и др.);

➤ Способите за защита, които са предоставени на предприятието и на неговите представители и служители в различните етапи от съответното проучване, извършвано от органа по конкуренция;

➤ Санкциите, които органът по конкуренция би могъл да налага при неосъществяване на дължимото съдействие, при несвоевременно предоставяне на информация или при предоставяне на непълна, неточна, недостоверна или заблуждаваща информация, противопоставяне на проверка на място или възпрепятстване упражняването на други правомощия на органа по конкуренция;

➤ Механизмът за оказване на съдействие следва да идентифицира служител/и на съответното предприятие, който да е натоварен с функцията по координация на действията по оказване на съдействие на органа по конкуренция при извършване на негови проверки и проучвания. Това може да бъде както контактното лице (Compliance officer), но така също и представител на правния отдел или на друго организационно звено на предприятието.

## ***Стъпка 5 – Обучение на персонала на предприятието***

С цел спазване на правилата на конкуренцията, програмите за съответствие с тези правила следва да

включват като своя задължителна част изготвянето и провеждането на **обучителна програма** за работещите в предприятието. Ръководството на предприятието трябва да избере най-адекватните и ефективни методи за обучение на служителите си, които осъществяват ежедневните бизнес операции на компанията. Независимо от избраните форми на обучение или тяхната честота, то трябва да гарантира постигането на следните цели:

➤ Служителите и работниците трябва да получат познания относно основните разпоредби на правото на конкуренцията, за да могат да разпознават различните прояви на забранено поведение на предприятията, да знаят до какви санкции води неспазването на правилата на конкуренцията. В резултат на това обучение персоналът на предприятието трябва да може да идентифицира действия, които биха могли да представляват нарушение на правилата на конкуренцията както от тяхна страна, така и от страна на конкурентни предприятия или други участници на пазара;

➤ Служителите и работниците трябва да са запознати с действията, които следва да избягват при изпълнение на трудовите или служебните си задължения, за да не извършат нарушение на правилата на конкуренцията и на корпоративната програма за съответствие;

➤ Служителите и работниците трябва да са запознати с програмата за съответствие с правилата на конкуренцията на предприятието. Особено важно е персоналът да бъде обучен каква е системата на докладване (кое е контактното лице за докладване в предприятието) при наличие на съмнения за нарушение на правилата на конкуренцията от тях, от конкурентни предприятия или от други фирми.

➤ Обучението на персонала следва да бъде съобразено с рисковете, пред които е изправено конкретното

предприятие при осъществяване на стопанската си дейност на съответния пазар, така както са били идентифицирани на първия етап от създаването на програмата за съответствие.

➤ Обучението трябва да е целенасочено с оглед на специфичните служебни отговорности за отделните служители и риска от извършване на нарушение на правилата на конкуренцията.

Интензивността, съдържанието и формата на обучение следва да бъдат съобразени с вида и размера на риска, на който работникът или служителят е изложен, което най-общо може да бъде разделено на ниско, средно и високо. Тези рискове са идентифицирани и оценени при анализа на риска за конкретното предприятие на първия етап от създаването и въвеждането на програма за съответствие с правилата на конкуренцията.

Така например, по-високо рисковите служители имат нужда от по-задълбочено обучение, отколкото средно и ниско рисковите служители. Едно предприятие може да реши, например, че рискът от картелно нарушение е висок поради редовните контакти на служителите му от маркетинговия отдел с конкуренти. Средна степен на риск може да е налице спрямо нови служители, идващи от конкурентна фирма или спрямо управители, които нямат редовен контакт с конкуренти. Ниска степен на риск е налице при служители, ангажирани с административна или изпълнителска дейност (напр. продавач консултанти в търговски обекти или в информационни центрове). По този начин обучението на персонала в зависимост от нивото на излагане на риск ще съдейства за преодоляване на евентуални или текущи конкурентни проблеми по най-подходящия начин.

➤ Извършване на периодични проверки на знанията на служителите относно правилата на конкуренцията. Чрез проверката на установени нарушения

може да се избегне евентуалното им извършване в бъдеще, а оттам и по-малък риск от санкциониране на предприятието.

➤ Актуализиране на обучителните програми, вкл. чрез включване на примери за извършени от служителите на конкретното предприятие нарушения на правилата на конкуренцията с цел избягване на повторното им извършване.

Самите форми и методи за обучение на персонала биха могли да бъдат :

- Провеждане и участие в обучителни семинари;
- Провеждане на ролеви игри;
- Изготвяне на вътрешнофирмени ръководства (насоки), съдържащи описание на забранените прояви на антиконкурентна дейност;
- Електронни съобщения, on-line обучения и работни групи;
- Периодичното публикуване на бюлетини, дискутиращи текущи въпроси относно съответствието с правилата на конкуренцията и др.

### ***Стъпка 6 – Наблюдение и оценка на резултатите от програмата и последващи действия***

Приемането на програма за съответствие е стъпка в правилната посока за всяко предприятие, желаещо да предприеме активни действия за спазване на правилата на конкуренцията. В крайна сметка обаче, единствената обективна оценка за ефективността на корпоративната програма, е дали тя е спомогнала за спазване на разпоредбите за защита на конкуренцията. Успехът на една програма за съответствие не зависи единствено от нейното приемане, а се оценява въз основа на постигнатите резултати т.е. избегнати

и/или прекратени нарушения на правилата на конкуренцията. Чисто формалният ангажимент на предприятието да прилага програмата няма да бъде от особена полза, ако не бъде съпроводен с конкретни стъпки и действия, които да наложат култура за спазване на правилата. Предприятията трябва да са наясно, че техните програми за съответствие и усилия за прилагането им ще бъдат оценени единствено според постигнатия резултат, т.е. да не са допуснали извършването на нарушение.

От особено важно значение е предприятията редовно да извършват преглед на своите програми за съответствие, като по този начин ръководството може да се увери, че идентифицираните сфери на риск не са претърпели изменения и че действията по предотвратяване и избягване на нарушенията продължават да бъдат адекватни и ефективни. В тази връзка самите програми могат да предвиждат механизми за периодичен преглед и оценка на тяхната ефективност. При констатиране на нови рискове програмата трябва да бъде осъвременена така, че да въвежда нови мерки, целящи избягване или минимизиране на тези рискове. При необходимост прегледът на вътрешните процедури и предвидените контролни механизми може да бъде възложен на външни специалисти. Предприемайки тези стъпки, предприятието би демонстрирало ясен ангажимент на висшето си ръководство по спазване на правилата на конкуренцията, поставяйки се позиция, която би му позволила да не допуска извършването на нарушения.

Извършването на периодични оценки на различните аспекти на програмата за съответствие, както и правен и икономически одит е препоръчително особено в случаите, които водят до нови рискове за предприятието (като например придобиването на ново дружество или развиването на нов продукт или услуга). Тези оценки и прегледи трябва да бъдат документирани и са задължителни за оценката на

ефикасността на програмата и за нейното подобряване при необходимост.

Дейността на всяко предприятие по спазване на правилата на конкуренцията чрез изготвянето и прилагането на корпоративна програма за съответствие с тези правила не е еднократен акт. Когато е идентифициран съществуващ или нововъзникнал конкурентен, организационен, правен или друг проблем, свързан с приложението на програмата за съответствие, предприятието следва да ревизира и актуализира програмата си така, че същият или подобен проблем да не възникне отново.

## **VII. КОРПОРАТИВНИТЕ ПРОГРАМИ ЗА СЪОТВЕТСТВИЕ С ПРАВИЛАТА НА КОНКУРЕНЦИЯТА ОТ ГЛЕДНА ТОЧКА НА ЗЗК**

Методиката за определяне на санкции по ЗЗК<sup>9</sup> не предвижда корпоративните програми за спазване на правилата на конкуренцията да бъдат вземани предвид от КЗК при определяне на конкретните размери на санкциите, които КЗК налага на предприятията – нарушители. Санкциите се определят в зависимост от тежестта и продължителността на нарушението, както и смекчаващите и утежняващите отговорността обстоятелства. Евентуалното съществуване или прилагане, както и липсата или неспазването на програма за съответствие у дадено предприятие не е обстоятелство, което може да повлияе върху размера на налаганата санкция за установено от КЗК нарушение на правилата на конкуренцията. Въпреки че наличието на програма за съответствие позволява засегнатото предприятие да бъде разграничено от евентуални други участници в нарушението, КЗК счита, че това обстоятелство не може да бъде взето предвид при определяне на санкцията,

---

<sup>9</sup> Приета с Решение на КЗК № 71 от 03.02.2009 г.

тъй като единственият обективен критерий за ефективността на програмата за съответствие е недопускане извършването на съответното нарушение. Ето защо, програмите за съответствие с правилата на конкуренцията следва да бъдат създавани и прилагани от предприятията не с цел същите да повлияят върху размера на санкциите, които евентуално органът по конкуренция може да им наложи, а с цел да се създадат условия във вътрешната организационна структура на съответното предприятие, така че да се минимизира рискът от възникване на основание за налагане на санкциите по ЗЗК.

**Приложение към НАСОКИ**  
**ОТНОСНО КОРПОРАТИВНИТЕ ПРОГРАМИ ЗА СЪОТВЕТСТВИЕ С**  
**ПРАВИЛАТА НА КОНКУРЕНЦИЯТА**

**I. РИСКОВИ ФАКТОРИ ЗА УЧАСТИЕ НА ПРЕДПРИЯТИЕТО  
В ЗАБРАНЕНИ СПОРАЗУМЕНИЯ, РЕШЕНИЯ ИЛИ СЪГЛАСУВАНИ  
ПРАКТИКИ**

Конкретното предприятие е изложено на повишен риск от участие в забранени споразумения, решения и съгласувани практики, ако:

- Клиентите на предприятието са и негови конкуренти;
- Служители на предприятието участват в срещи на търговски или професионални асоциации, заедно с представители на конкурентни фирми;
- Служители на предприятието, особено мениджъри или такива, заемащи позиции, свързани с продажбите, са работили преди това в конкурентни фирми;
- Служителите на предприятието разполагат с чувствителна търговска информация за цените, разходите, бизнес плановете и др. за конкурентните фирми;
- Предприятието оперира на пазар, на който повечето от фирмите и техните служители се познават;
- Предприятието оперира на пазар, на който клиентите или крайните потребители често сменят своя доставчик;
- Предприятието работи съвместно с неговите конкуренти, напр. при съвместно предприятие;
- Служителите на предприятието има контакти със служители на конкурентни фирми, независимо от честотата на тези контакти;

- Предприятието оперира на пазар, който вече е бил обект на разследване за картел от органа по конкуренцията;
- Предприятието сключва договори с клаузи за ексклузивитет за дълъг период от време;
- Предприятието сключва договори с клиентите с клаузи за условията за препродажба на стоките или услугите, напр. по отношение на цените за препродажба;
- Предприятието сключва лицензионни договори с клаузи за ексклузивитет, особено с други конкурентни фирми;
- Предприятието участва в споразумения, свързани със стандартизацията на стоки или услуги;
- Споразуменията, сключени от предприятието, включват съвместни продажби или закупуване на стоки или услуги;
- Споразуменията, сключени от предприятието, включват клаузи за хоризонтално сътрудничество с конкурентни фирми.

## **II. РИСКОВИ ФАКТОРИ ЗА ЗЛОУПОТРЕБА С ГОСПОДСТВАЩО ПОЛОЖЕНИЕ**

Конкретно предприятие с господстващо положение на даден пазар е изложено на повишен риск от злоупотреба с това положение, ако:

- Предприятието отказва доставки на съществуващ клиент без обективни причини за този отказ;
- Предприятието предлага различни цени или условия по договорите на сходни клиенти без обективни причини за това;
- Предприятието предоставя необосновани отстъпки или рабати на клиентите, като тези отстъпки или рабати са предназначени да възнаградят клиентите за определено поведение;

- Предприятието налага на клиентите си клаузи за ексклузивност;
- Предприятието изисква от клиентите си, закупуващи даден продукт, да закупят заедно с него и друг (т.нар. свързани продажби);
- Предприятието предлага толкова ниски цени за своите стоки или услуги, че тези цени не могат да покрият производствените разходи за тези стоки/услуги;
- Предприятието отказва достъп до собствено съоръжение, без използването на което конкурентните фирми не могат да осъществяват дейност.

### **III. ОСНОВНИ ИЗИСКВАНИЯ КЪМ КОРПОРАТИВНАТА ПРОГРАМА ЗА СЪОТВЕТСТВИЕ С ПРАВИЛАТА НА КОНКУРЕНЦИЯТА**

- Всички потенциални рискове за нарушаване на правилата на конкуренцията са взети предвид при изготвяне на Програмата за съответствие и при провеждане на обучението на служителите;
- Всички служители са уведомени и знаят кой отговаря за Програмата за съответствие (юридически съветник, мениджър или специално определен служител);
- Всички служители имат пряк достъп до Програмата за съответствие;
- Всички служители са били информирани за Програмата за съответствие и са декларирали, че са запознати с нея и с произтичащите от нея задължения за тях;
- Търси се юридическа консултация при всяка ситуация, която предизвиква съмнения за нарушение, загриженост или дори несигурност;
- Всяко нарушение или съмнение за нарушение е докладвано незабавно на юридически съветник, съответния

мениджър или на служителя, отговарящ за Програмата за съответствие;

➤ Комисията за защита на конкуренцията (КЗК) се уведомява при съмнение или информация за нарушения на правилата на конкуренцията от страна на конкурентни или други фирми.



**GUIDELINES  
ON CORPORATE PROGRAMS FOR  
COMPLIANCE WITH COMPETITION  
RULES**



## I. INTRODUCTION

Competition policy is being implemented to the benefit of consumers, the participants in the relevant markets and society as a whole.

The development of modern economy is based on the functioning of the market in conditions of effective competition which provides entrepreneurs with the opportunity to freely offer their goods and services. The more companies offer goods or services of different quality and at different prices independently of one another, the greater the chance for the consumers to make the best choice for themselves, thus improving their well-being. From the point of view of both the consumers and the economic subjects, the most important positive effects of the action of market forces and effective competition on the market include:

- ensuring a greater variety of goods and services of higher quality and at competitive prices;
- encouraging innovations and effectiveness in economic activity;
- supporting society's economic development.

In the conditions of a free market the implementation of economic activity is a form of competition among undertakings. Sometimes free competition is distorted by certain types of behavior on the part of the participants in the relevant market. That's why rules for participating in the market are needed and those rules should be valid for all undertakings that actually carry out activities on the market or may enter it in the future. The objective of competition rules is to create conditions for free market initiative, to prevent restriction or elimination of competition among undertakings, as well as to make sure that the players on the market are not exhibiting dishonest behavior.

The national authority responsible for monitoring the compliance with the provisions of the Law on Protection of

Competition (LPC), and in certain cases with Articles 101 and 102 of the Treaty for the Functioning of the European Union (TFEU), is the Commission for Protections of Competition (CPC). In applying competition rules the CPC has at its disposal a wide range of legal competencies for creating conditions for effective competition such as:

- establishing infringements and ruling on their termination;
- imposing sanctions, including periodic sanctions, on the infringers;
- imposing behavioral or structural measures for restoring competition;
- approving the commitments taken by undertakings for restoring competition;
- interacting with public authorities with a view to eliminating barriers to competition created by their acts or actions<sup>10</sup>, etc.

CPC activities on implementing the provisions of the LPC and Articles 101 and 102 of the TFEU aim at maintaining or restoring effective competition on the market by ruling on the termination of infringements on the part of the respective undertakings and by imposing sanctions on the infringers. The imposing of sanctions for violation of competition rules, on its part, has a restraining and disciplinary effect both on the undertakings which have infringed the rules, and on the remaining participants in the market, and contributes to preventing similar or other infringements in the future.

Reducing the number of infringements of competition rules, however, could be achieved not only through the sanction

---

<sup>10</sup> See CPC Guidelines on assessing the compliance of regulatory and general administrative acts with competition rules adopted by CPC Decision No 1777 of 20 December, 2011.

policy of the CPC. That's why one of the main priorities in the activity of the Commission is competition advocacy through promoting competition rules in society and the business circles, as well as through raising the awareness of the stakeholders with regard to the benefits of competition.

Through the present Guidelines the CPC directs the attention of undertakings to a specific tool which they can use in the process of preventing infringements of competition rules as part of the legal norms that regulate their economic activity. This specific tool finds its expression in the corporate programs for compliance with competition rules.

## **II. OBJECTIVE OF THE CPC GUIDELINES ON CORPORATE PROGRAMS FOR COMPLIANCE WITH COMPETITION RULES**

The objective of these guidelines is to help the business understand better the benefits of drafting corporate programs for compliance with competition rules as well as to encourage the management of the undertakings to develop and adopt such programs. Along with the main provisions of the applicable competition law in the Republic of Bulgaria, as well as with the risks of violating those provisions, the Guidelines also focus on the main practical steps that the companies can take in developing their own corporate programs for compliance with competition rules<sup>11</sup>.

According to the CPC, a large number of undertakings aim at observing the rules of competition while implementing their economic activity. By the present Guidelines the CPC aims at helping undertakings in adopting and applying good practices in implementing their economic activity. Despite the fact that the present Guidelines are not of an obligatory nature, they could serve as a useful source of information for those undertakings which would like to take actions for avoiding or preventing

---

<sup>11</sup> The Guidelines were adopted by the CPC decision № 1553/20.12.2012

potential infringements of competition rules. In this way, the corporate programs for compliance with competition rules could play the role of a preventive measure against potential infringements both for the companies as a whole, and for their employees.

In the Guidelines the CPC outlines the main stages that an undertaking needs to go through in the process of designing a corporate program for compliance with competition rules. It is a matter of an individual assessment on the part of the undertaking whether the compliance program will be designed by the employees, or whether it will seek professional advice and cooperation from external consultants in this field. In designing their corporate compliance programs, the undertakings could use the information published on the websites of the CPC and DG “Competition” of the European Commission (EC). Neither the CPC, nor the EC, however provide consultations in this respect. They don’t approve individual compliance programs either. The drafting, introduction and implementation of programs for compliance with competition rules is a voluntary act on the part of the undertakings and the responsibility for those programs is entirely in the hands of the undertakings themselves.

### **III. NATURE OF THE CORPORATE PROGRAMS FOR COMPLIANCE WITH COMPETITION RULES**

The corporate programs for compliance with competition rules comprise a set of actions, internal procedures and documents that undertakings design under their own initiative. These programs express the will of the management of the undertakings to adhere to competition rules; they are targeted at all organizational levels and all members of staff. Being a part of the internal company policy and procedures, the corporate programs impose certain obligations on the managers, employees and workers of the undertaking.

The programs for compliance with competition rules are after two main objectives: to prevent or reduce the risks of violating competition law and to provide the tools for their timely identification, on the one hand, as well as the procedure that needs to be followed in establishing already committed infringements.

Through the corporate programs for compliance with competition rules the companies voluntarily take certain actions aimed at identifying, preventing or solving cases of potential illegal behavior on their part by identifying the responsible employees and the procedures that need to be followed. In this way, the business itself outlines the specific frame in which it can realize its market behavior without infringing competition rules.

#### **IV. COMPETITION RULES**

In accordance with the Bulgarian and the European competition law, the main types of infringements that have to be avoided by the undertakings in implementing their economic activity are the prohibited agreements and concerted practices<sup>12</sup>, as well as the abuse of monopoly or dominant position<sup>13</sup>.

##### ***1. Prohibited agreements***

The prohibited agreements and concerted practices between independent undertakings comprise one of the gravest forms of anticompetitive behavior. They aim at or lead to restriction of the competition on the relevant market. The reason behind the extremely strict persecution of this type of conduct on the part of the CPC has to do with its serious negative effect, e.g. eliminating competition among the participants in the market, slowing down the rate of improving production, harming consumers by restricting their free choice, etc.

---

<sup>12</sup> See Article 15 of the LPC and Article 101 of TFEU

<sup>13</sup> See Article 21 of the LPC and Article 102 of the TFEU

Article 15 of the LPC and Article 101 of TFEU contain a general prohibition for all types of agreements between undertakings, decisions by associations of undertakings as well as concerted practices of two or more undertakings having as their object or effect the prevention, restriction or distortion of competition on the relevant market.

Prohibited are the agreements in which independent undertakings agree not to compete effectively among one another. These agreements may have the following form:

- fix prices or other trading conditions;
- limit production or trade;
- share sources of supply, territories or clients to which the goods and services are offered;
- apply to certain partners dissimilar conditions for equivalent transactions;
- exchange of information between competitors<sup>14</sup>, etc

Prohibited agreements cover all forms of trade relations between independent undertakings by which those undertakings restrict or may restrict their freedom to individually and independently define their market conduct. In terms of their form, the prohibited agreements may be written or oral, and in terms of the participants in them, they can be horizontal (between competing undertakings on the same relevant market) or vertical (e.g. between a producer and a distributor).

Cartels occupy an important place within the group of prohibited agreements as a result of their significant anti-competitive effect. Cartels are formed with the purpose of mutual benefit for the participants achieved by means of artificially

---

<sup>14</sup> See CPC Guidelines on the exchange of information among competitors adopted by CPC Decision No 1778/20.12.2011

eliminating the competitive pressure that undertakings exercise on one another. The cartel is an agreement or concerted practice between competitors aimed at restricting competition through:

- fixing prices or pricing conditions for purchase or sale;
- allocating production quotas;
- allocating markets;
- rigging of public bids or tenders or public procurement award procedures<sup>15</sup>, etc.

The LPC envisages the opportunity for an undertaking, part of a cartel, which cooperates with the CP in the process of disclosing the cartel and terminates its involvement in it, to be granted immunity from fines or reduction of fines<sup>16</sup>.

In addition, both the LPC and the European competition law envisage an opportunity for the participants in certain agreements to be granted the so called exemption from the prohibition if they implement certain conditions that can be applied to certain categories of agreements or to individual agreements<sup>17</sup>. If the undertakings manage to prove in front of the CPC the presence of conditions for exemption from the prohibition in a specific cases, that would prevent the establishment of the infringement and the imposing of the respective sanction with regard to the infringement.

---

<sup>15</sup> See CPC Guidelines for counteracting bid-rigging in public procurement procedures adopted by CPC Decision No 570 of 20 May, 2010

<sup>16</sup> See CPC Program for immunity from sanciton or redution of sanction in case of participation of the undertaking in a secret cartel as well as Rules for implementing the Program adopted by CPC Decision No 274 of 08 March 2011

<sup>17</sup> See CPC Decision No 55 of 20 January 2011 for block exemption from the prohibition under Article 15, para 1of the LPC of certain categories of agreements, decisions pr concerted practices.

## ***2. Abuse of monopoly or dominant position***

Another form of anticompetitive conduct which is prohibited by Article 21 of the LPC and Article 102 of the TFEU, is the abuse of monopoly and dominant position.

Monopoly is the position of an undertaking which by law has the exclusive right to carry out a certain type of economic activity such as railway transport, national post and telecommunication services, production of radioactive products, weapons, etc.

Dominant position is in place when the undertaking possesses market power which allows it to act to a great extent independently from its suppliers, competitors and clients. An indication for such a position is the large market share of an undertaking. The market share, however, is not the only factor that the CPC takes into consideration in investigating an alleged abuse of dominant (monopoly) position.

The undertakings that enjoy monopoly or dominant position do not want to lose their market share and incomes as a result of free and effective competition. Some of them undertake actions by which they take advantage of their market position and push away from the market their competitors, impede the entry of new participants in the market or exploit in an unfair way their suppliers or clients. Such a conduct leads to restriction of competition and has a negative impact on the well-being of consumers.

Such abuses may include:

➤ Imposing unreasonably high prices. In this case the dominant undertaking unilaterally sets prices which are considerably higher than its production costs. In this way, it gains profit which would be impossible to gain in the conditions of effective competition;

➤ Imposing unreasonably low prices. This is the case in which the undertaking purposefully sells its products at prices which do not cover the costs of the production and realization of products. In this way, the dominant undertaking aims at pushing away its competitors from the market or to preventing new participants from entering the market;

➤ Discrimination with regard to certain trading partners. For the undertakings enjoying dominant position certain trading practices are prohibited such as selling one and the same products at different prices for the different clients, offering discounts and bonuses only to the clients who use only the dominant undertaking as a supplier, etc.

➤ Imposing unfair trading conditions. A typical example is that of a dominant undertaking which links the selling of a certain product with the purchasing of another one, which the client is not willing to buy.

➤ Terminating unreasonably long-term trading relations or refusing unreasonably to sign a contract at the presence of opportunities for production or supplies.

The actions listed above are provided as examples and do not exhaust all the potential forms of abuse of monopoly or dominant position.

## **V. BENEFITS OF THE DESIGN AND APPLICATION OF THE CORPORATE PROGRAMS FOR COMPLIANCE WITH COMPETITION RULES**

All undertakings are obliged to take the necessary measures which can allow them to carry out economic activity while adhering to competition rules and preventing potential infringements of the LPC and Article 101 and 102 of the TFEU. In this relation, the drafting of corporate programs for compliance with competition rules could serve as a key factor for achieving the above mentioned objective by providing undertakings with

additional security guarantees in the process of implementing their economic activity. Despite the need for involving certain financial, human and other resources for drafting and implementing the programs, the advantages of the corporate programs for compliance are significantly bigger than the costs for their introduction and effective implementation.

The benefits of drafting and implementing programs for compliance with competition rules could be summarized, without being exhaustive, in several directions:

- Reducing or eliminating the risk for the undertaking to take part or be involved in any form of prohibited agreement or abuse of monopoly or dominant position;
- Avoiding sanctions imposed by the CPC as well as claims for harms from competitors, suppliers, clients and consumers;
- Terminating an infringement in a timely manner and potentially reducing the size of the sanction which may be imposed due to the shorter duration of the established infringement;
- Ensuring the opportunity for the companies to take advantage of the Leniency program in case of participation in cartel agreements;
- Avoiding long administrative and court proceedings and the costs related to them;
- Identifying, assessing and solving potential problems related to the implementation of competition rules;
- Improving company management and structure which makes companies much less risky when it comes to observing competition rules in future operations related to the activities they carry out;

- Reducing the risk of withdrawal of clients or suppliers;
- Strengthening the trust in the undertaking on the part of its clients and suppliers;
- Viewing the company as an ethical business organization of competitors, clients and suppliers, as well as of potential employees, thus contributing to enlarging its market share and facilitating the recruitment of highly qualified staff;
- Reducing the risk of discrediting the reputation of the company and of negative media coverage. The potential economic effect of harming the reputation of a company can be even greater than the risk of imposing a sanction by the CPC as it could lead to a considerable negative public response, and respectively to huge financial losses of actual or potential clients, as well as to a withdrawal on the part of consumers;
- Enhancing effective competition on the markets where the undertaking operates in the cases when it identifies the conduct of competitive undertakings or associations of undertakings that restrict competition on the relevant market and approaches the CPC.

## **VI. CORPORATE PROGRAMS FOR COMPLIANCE WITH COMPETITION RULES – STEP BY STEP**

The corporate programs for compliance with competition rules have to take into consideration a number of factors related to the specific characteristics of the company and the competitive environment of the markets on which it operates. There is no universal model for such a program that could be applied to all undertakings. Each company needs to carry out its own analysis by taking into consideration the specific circumstances and design its own compliance program. That is why the current Guidelines outline the main practical steps which have to be taken by the

undertakings in the process of drafting and implementing their individual corporate compliance guidelines.

### ***Step 1 – Risk analysis or company’s own analysis***

The effective and successful corporate program for compliance with competition rules is based on a detailed analysis of the specific profile of the undertaking and its activity aimed at identifying the areas where there may be a risk of violating competition law and which should be addressed by the corporate program. That’s why the analysis of the position of the undertaking on the relevant market and its individual characteristics comprise the first obligatory step towards introducing the individualized compliance program. More specifically, the main factors that need to be analyzed include:

➤ Size and legal and organizational form of the undertaking; internal organization, management type, corporate culture, resources. The analysis of these factors will help in determining the human resources needed for introducing and implementing the compliance program, the adequate procedures for training and reporting, etc.

➤ Scope of activity of the undertaking, the sectors and markets it operates on and other factors related to the competitive environment. In analyzing the above factors the undertaking should be able to identify some of the potential risks for actual or potential infringements of competition rules, which is of great importance in drafting the compliance program. For example, if the undertaking enjoys a dominant position on a given market, the corporate program needs to be focused on its potential actions or omissions which may be considered an abuse of dominant position. The market on which the company operates may pose risks with regard to the presence of anticompetitive practices by one or more undertakings the infringements of which have already been established and sanctioned by the CPC, by other national competition authorities, or by the European

Commission. This information would allow the company to put emphasis in its compliance program on the type of infringements which are typical of the economic sectors in which the company operates.

➤ Characteristics of the competitive environment in which the respective undertaking operates – characteristics of the respective product and geographic market, presence of competitors, legal framework, state regulation, barriers to market entry, market share of the undertaking and of its main competitors on the relevant markets, market relations of the undertaking with its suppliers, clients or competitors, etc. Each undertaking needs to analyze its position on the relevant markets by identifying the characteristics of supply and demand of the respective products which compete on the market, as well as the conditions and factors which determine whether and to what extent market competition is effective.

➤ Presence of branch associations of which the undertaking is a member. The uniting of independent undertakings into associations and branch organizations is a very common phenomenon. Often times, however, it is established that the member undertakings have adopted decisions which have led to restriction of competition. The decisions of those associations are prohibited if they aim at imposing adherence to certain economic behavior which restricts the competition among their member undertakings. In the practice of the CPC and other international competition agencies a number of cases can be pointed out in which associations of undertakings collect and exchange sensitive trading information (e.g. data on prices or other trading conditions) among the member of the association, give recommendations and provide forecasts on the economic behavior of the member undertakings, or create other mechanisms for anticompetitive coordination and cooperation between undertakings which are direct competitors on a given market. Such practices should be regarded as grave infringements of

competition rules. In the development of their compliance programs the undertakings which are members of branch associations may decide to include mechanisms and procedures which restrict the company to be involved into anticompetitive behavior as a member of an association of undertakings.

These are the main characteristics that need to be analyzed but they do not exhaust all potential factors that may also be included in the analysis. The individual assessment of the risk of infringing competition rules for the respective company is based mainly on the results of the analysis of the undertaking and its market position.

### ***Step 2 – Taking a clear and categorical management commitment***

A key moment in drafting and implementing an effective system and culture of observing the rules of competition within the company is the need for taking a clear and categorical commitment for implementing the corporate compliance program which has to be initiated by the company's top management.

In this sense, the first step in this direction is for the management of the company to clearly state that observing competition rules is part of the company's policy and to take specific measures to inform all employees of the company about this commitment.

Secondly, the management of the undertaking needs to take a solid position by informing its employees that it expects each one of them to be able to adhere to the provisions of competition law.

Thirdly, for the commitment of the top management to be effective, it has to be supported by actual actions on introducing and implementing the corporate program for compliance with competition rules. To that purpose, financial and technical resources need to be allocated, as well as staff and time necessary

for drafting and implementing the compliance programs which take into consideration the size of the company. In this sense, appointing a member of the top management who should be personally responsible for all activities related to the corporate compliance program is of key importance. It has to be noted that person from the management of the company to be responsible for the corporate compliance program should be appointed in view of the specific situation. When the undertaking is a small or medium-sized enterprise this responsibility could be taken by the owner or manager, or by a person pointed out by him/ her who occupies a management level suitable to the purpose.

In addition, the commitment and the position of the top management with regard to the corporate program for compliance should demonstrate to all employees in the undertaking that the adherence to competition rules is not only a legal obligation but also a key element of the business culture and the responsibility of the undertaking. That is why the general obligation for observing antitrust rules should be initiated by the highest management level and should cover the whole organizational structure of the company. The objective is to encourage both the members of the management boards of the undertaking and the other employees to observe the rules and procedures outlined in the corporate programs, to take clear and adequate actions and measures while taking into consideration the financial, trading and image risks for the undertaking as a result of violating competition rules. In this way, it will be ensured that potential infringement of competition rules may be prevented, disclosed or terminated early enough so that the company can avoid or minimize the unfavorable legal consequences for the undertaking stemming from the committed infringement.

It has to be emphasized that the introduction and effective implementation of corporate compliance programs are mostly within the responsibility of the top management of the undertaking. It is the management of the company that has to

ensure, through adequate measures and procedures, that the rules of competition are observed by the other employees. It is important for the measures taken by the management to be of such a nature as to invoke positive reactions and interest among the employees in order to encourage them to observe the rules and procedures established in the programs thus ensuring that the company staff will have a proactive position in case of a suspicion of the presence of a competition problem. The interest and commitment of the employees could be implemented by undertaking different measures the definition of which depends on the structure and internal policy of the undertaking as well as on the judgment of the company management. The following policies could be pointed out as examples of such measures:

- Ensuring an opportunity for *direct communication* between the top management and the other employees of the undertaking thus putting emphasis on the importance of observing competition rules;

- Drafting an implementing *a code of conduct for the employees* which should include the duties and responsibilities of the employees with regard to observing competition rules. In this way, any infringement of competition law would be equal to infringing this code, which could be related to imposing disciplinary penalties;

- Creating *positive stimuli for the employees* who have a proven record of adhering to the corporate program for compliance with competition rules and have expressed an active position by reporting a potential problem related to competition;

- other.

As it was already pointed out, the specific individualized approaches and measures for introduction and effective implementation of the corporate programs or compliance with competition rules need to correspond to the specific situation in a

given company. The measures taken by the big international companies would hardly be useful and effective in a small or medium-sized enterprise. That's why the specific content of the corporate programs for compliance with competition rules should be defined on the basis of the analysis, carried out as a first step towards the drafting and implementation of those programs. A program can generate positive results only when it is adequate to the specific situation in a given undertaking.

### ***Step 3 – Creating a clear organizational structure for reporting problems***

The introduction and effective implementation of a corporate program for compliance with competition rules would be impossible without creating an active ***mechanism for reporting*** on the part of the employees on potential legal problems with competition. This mechanism should comprise a part of the corporate program as it has to take into consideration the organization structure of the undertaking and the responsibilities of the different units and employees in it. Again, the top management of the undertaking needs to decide on the type of structure for reporting problems that should be implemented. It is believed that the reporting structure should satisfy several important criteria:

- appointing a contact person or persons, the so called compliance officer, responsible for the corporate compliance program and to whom the employees should turn in case of a potential problem.

- Depending on the specific situation in the undertaking, this person could be an employee the main duties of whom are related to the implementation of the corporate program for compliance. In the big multinational companies which exhibit a complex organizational structure, it may turn out that additional compliance officers need to be recruited or assigned in the individual structural units or in the separate territorial branches. In

other cases, the contact person may be an employee from the legal department of the undertaking, or from the administrative management of the company. The head of a structural unit (e.g. the head of Sales Unit) or even the owner or one of the owners of the company can also serve as contact persons in the case of small or medium-sized enterprises.

➤ The contact person needs to have direct access to the top management and the control or supervisory bodies of the undertaking in case that there is a problem related to the implementation of the company policy or the adherence to the compliance program, such as in case of suspicion of an infringement of competition rules. The direct access to the management of the undertaking could serve as a guarantee that it has been informed about the presence of a problem and can take the necessary measures for overcoming the problem in a way that complies with the law.

➤ The compliance officer needs to have the necessary authorities for the actual implementation of the program for compliance and to have at his/ her disposal sufficient human and financial resources, e.g. for organizing and carrying out training courses;

➤ The legal department of the undertaking or the law office providing legal services to the company, should be obliged to keep track of amendments to the legislation in the field of competition protection, as well as of the relevant court practice, in order to provide adequate training to the employees, quick reactions in case of an established problem and professional protection in case of proceedings initiated against the undertaking for infringements of competition law.

➤ There are other methods for reporting legal problems related to competition such as the opening of an anonymous telephone hot line, establishing a confidential reporting system, “open doors” policy, etc.

The choice of a reporting system is within the authority of the top management and needs to take into consideration the situation in the specific undertaking. Regardless of the chosen structure and form of reporting problems related to competition, the aim is to ensure a quick and adequate reaction of the undertaking in case of a potential or actual problem.

Along with establishing a suitable structure for reporting problems, the undertakings use as a common practice to include in their compliance programs suitable *internal procedures for minimizing the risk of infringing competition law* on the part of their employees. Examples of such procedures are:

- Drafting a code of ethics for the employees which includes the requirement for observing the corporate program for compliance with competition rules;
- Introducing a system in which the employees could keep track in a certain form of the contracts they have established with competitors, suppliers and clients;
- Introducing a requirement for the employees to be given permission and guidelines by their supervisors before taking part in the meetings of branch or other business associations;
- Introducing a requirement for the legal advisers or lawyers of the company to check the trading contracts for compliance with competition law before they are signed;
- other.

#### ***Step 4 – establishing an internal mechanism for providing cooperation to the competition authority***

When the activity of the undertaking is an object of investigation on the part of the competition agency, the undertaking and its employees need to provide the assistance required by the competition law in order to ensure the conducting of an objective,

comprehensive investigation which is completed in a prompt manner and minimizes the risk of imposing sanctions on the undertaking as a result of the failure to provide complete, accurate and timely assistance to the competition authority. In this relation it is recommended an ***internal mechanism for providing assistance to the competition authority*** to be included in the compliance program which should include at least the following aspects:

➤ the types of investigation that the competent competition authority could carry out with regard to the activity of the undertaking or the relevant market on which it operates (proceedings for establishing infringements, sector inquiries, etc.);

➤ the authorities that the competition agency has in carrying out its investigations, as well as the corresponding duties of the investigated undertakings related to providing assistance (requesting information, exhibits, written, digital, electronic and forensic evidence, taking down of oral explanations, on-site checks, closing premises, vehicles and other sites, etc.);

➤ the protection methods that have been provided to the undertaking and to its representatives and employees at the different stages of the respective investigation carried out by the competition authority;

➤ The competition authority could impose in the following cases: if the required assistance has not been provided; if the required information is not provided in a timely manner; if the provided information is incomplete, inaccurate, false or misleading; if the undertaking objects to an on—site check or impedes the exercising of other competencies of the competition authority;

➤ The mechanism for providing assistance needs to be able to point out the employee of the respective undertaking who has been assigned with the function of coordinating the activities for providing assistance to the competition authority

when conducting checks and investigations. That person could be the compliance officer but also a representative of the legal department or of any other organizational unit at the undertaking.

### ***Step 5 – Training the staff of the undertaking***

With a view to observing competition rules, the compliance programs containing these rules need to include, as an obligatory part, guidelines on designing and implementing of a ***training program*** targeted at the employees of the undertaking. The management of the undertaking has to select the most adequate and effective training methods aimed at the employees responsible for carrying out the day-to-day business operations of the company. Regardless of the selected forms of training and their frequency, they have to be able to ensure the achievement of the following objectives:

➤ The employees and workers have to get knowledge about the main provisions of competition law in order to be able to distinguish between the different manifestations of prohibited behavior, to be aware of the sanctions that can be imposed in the cases of violating competition rules. As a result of the training the employees of the undertaking should be able to identify actions that could be considered an infringement of competition rules both on their part and on the part of competitive undertakings or other participants in the market;

➤ The employees and workers need to be acquainted with the actions that they have to avoid in implementing their professional duties in order to ensure that the competition rules and the corporate compliance program have not been infringed;

➤ The employees and workers need to be acquainted with the program for compliance with competition rules of the undertaking. It is extremely important for the staff to be trained in making use of the reporting system (who is the compliance officer in the undertaking) in case of suspicion of an infringement of

competition rules by the employees themselves, by competitive undertakings or by other companies.

➤ Staff training needs to take into account the risks that the specific undertaking faces in implementing its economic activity on the relevant market as they have been identified at the first stage of drafting the compliance program.

➤ The training needs to be target oriented with a view to the specific on-the-job responsibilities of the different employees and the risk of infringing competition rules.

The intensity, content and form of the training need to take into account the type and degree of the risk to which the employee or the worker has been exposed, which can generally be divided into low, average and high. These risks have been identified and assessed as part of the risk analysis for the respective undertaking at the first stage of drafting and introducing the program for compliance with competition rules.

In this way, the employees exposed at a higher risk need a more in-depth training compared to the employees exposed at medium or low risk. An undertaking may decide, for example, that there is a high risk of cartel infringement due to the regular contacts of its employees from the marketing department with competitors. There may be a medium degree of risk with regard to employees coming from a competitive undertaking or with regard to managers who do not have regular contacts with competitors. A low level of risk is present in the case of employees involved in administrative or technical activities (e.g. shopping assistant in trade centers or information centers). In this way the training of employees in accordance with the level of risk would contribute to overcoming potential or current competition problems in the best possible way.

➤ Carrying out of regular checks of the knowledge of employees about competition rules. It is through the investigation

of established infringements that their commitment in the future could be avoided, and that would also lead to a smaller risk for imposing a sanction on the undertaking

➤ Updating the training programs, including through including examples of infringements of competition rules committed by the employees of the respective undertaking with the aim of avoiding their occurrence in the future.

The forms and methods of training could be as follows:

- Carrying out and participation in training seminars;
- Carrying out role play;
- Drafting in-company manuals (guidelines) containing description of the prohibited manifestations of anticompetitive activities;
- Electronic messages, on-line trainings and working groups;
- Regular publishing of newsletters that discuss current issues related to compliance with competition rules, etc.

***Step 6 – Monitoring and evaluation of the results of the program and follow-up activities***

Adopting a compliance program is a step in the right direction for every undertaking which wants to take active actions for observing competition rules. In the end of the day, however, the only objective evaluation for the effectiveness of the corporate program is whether it has contributed to observing the provisions for protection of competition. The success of a compliance program does not depend only on its adoption but is evaluated on the basis of the achieved results, i.e. avoided and/ or terminated infringements of competition rules. The formal commitment of the undertaking to implement the program will not be of much use if it is not accompanied by specific steps and actions which should

impose a culture for observing the rules. The undertakings need to be aware that their compliance programs and the efforts for implementing them will be evaluated only by the achieved result, i.e. whether they have allowed infringements to be committed.

It is extremely important for the undertakings to review their compliance programs as a way for the management to make sure that the identified risk areas have not undergone changes and that the actions on preventing or avoiding infringements are still adequate and effective. In this relation, the programs themselves could envisage mechanisms for regular review and evaluation of their effectiveness. In case of establishing new risks the program has to be updated in order to introduce new measures aimed at avoiding or minimizing these risks. If necessary, the review of the internal procedures and the envisaged control mechanisms may be assigned to external experts. By undertaking these steps the undertaking would demonstrate a clear commitment on the part of the top management to observe competition rules, putting itself in a position which gives it the opportunity not too allow the commitment of infringements.

The carrying out of regular evaluations of the different aspects of the compliance program as well as of legal and economic audits is recommended, especially in the cases which lead to new risks for the undertaking (such as the acquisition of a new company or the development of a new product or service). These evaluations and reviews need to be documented and comprise an obligatory part of the evaluation of the effectiveness of the program and of its improvement, if necessary.

The activity of each undertaking on observing competition rules through drafting and implementing a corporate program for compliance with these rules is not a single act. When an existing or new competition, organizational, legal or other problem related to the implementation of the compliance program has been identified, the undertaking needs to revise and update its program

in such a way as to ensure that the same or similar problem will not arise again.

## **VII. THE CORPORATE PROGRAMS FOR COMPLIANCE WITH COMPETITION RULES FROM THE POINT OF VIEW OF THE LAW ON PROTECTION OF COMPETITION**

The Methodology for setting fines under the LPC<sup>18</sup> does not envisage for the corporate programs for compliance with competition rules to be taken into consideration by the CPC in determining the specific size of the sanctions imposed on the infringers. The sanctions are determined on the basis of the gravity and the duration of the infringement as well as on the basis of the aggravating and mitigating circumstances. The potential existence or implementation, as well as the absence or non-observance of a compliance program for a given undertaking is not a circumstance which could influence the size of the imposed sanction for an infringement of competition rules established by the CPC. Despite the fact that the presence of a compliance program provides an opportunity for the affected undertaking to be distinguished by other potential participants in the infringement, the CPC considers that this circumstance should not be taken into account in determining the sanction as the only objective criterion for the effectiveness of the compliance program is the non-admission for the respective infringement to be committed. That's why the programs for compliance with competition rules should be drafted and implemented by the undertakings not with the purpose of these undertakings to be able to exert influence on the size of the sanctions that may be imposed on them by the competition authority, but with the purpose of creating conditions in the internal organizational structure of the respective undertaking that minimize the risk of grounds for imposing sanctions under the LPC to arise.

---

<sup>18</sup> Adopted by CPC Decision No 71 of 03 February, 2009

## **Appendix to**

### **GUIDELINES ON CORPORATE PROGRAMS FOR COMPLIANCE WITH COMPETITION RULES**

#### **I. RISK FACTORS FOR PARTICIPATION OF AN UNDERTAKING IN PROHIBITED AGREEMENTS, DECISIONS AND CONCERTED PRACTICES**

The respective undertaking is exposed to a high risk of participation in prohibited agreements, decisions and concerted practice if:

- the clients of the undertaking are also its competitors;
- employees of the undertaking participate in meetings of trade and professional associations, along with representatives of the competitive companies;
- employees of the undertaking, especially managers or employees occupying positions related to sales, who used to work for competitive companies;
- employees of the undertaking have at their disposal sensitive trading information about the prices, costs, business plans, etc. of the competitive companies;
- the undertaking operates on a market where most of the companies and their staff know one another;
- the undertaking operates on a market where the clients and end-consumers often change their supplier;
- the undertaking works in cooperation with its competitors, e.g. in the case of a joint enterprise;
- the employees of the undertaking have contacts with employees of competitive companies, regardless of the frequency of these contacts;
- the undertaking operates on a market which has already been an object of investigation for cartel by the competition authority;

- the undertaking signs contracts with provisions for exclusivity for a long period of time;
- the undertaking signs contracts with clients containing clauses for the conditions of reselling the goods or services, e.g. with regard to the prices for reselling;
- the undertaking signs licensing contracts containing provisions for exclusivity with other competitive companies;
- the undertaking participates in agreements related to the standardization of goods or services;
- the agreements signed by the undertaking include joint sales or the purchasing of goods or services;
- the agreements signed by the undertaking include provisions for horizontal cooperation with competitive companies.

## **II. RISK FACTORS FOR ABUSE OF DOMINANT POSITION**

A specific undertaking which enjoys dominant position on a given market is exposed to a high risk of abuse of this position if:

- the undertaking refuses to supply an existing client without objective reasons behind the refusal;
- the undertaking offers different prices or conditions under the contracts of similar clients without any objective reasons for that;
- the undertaking provides unreasonable discounts or rebates to its clients as these discounts or rebates are aimed at rewarding the clients for their specific behavior;
- the undertaking imposes on its clients exclusivity provisions;
- the undertaking requires the clients who purchase a given product, to purchase another one with it (e. g. the so-called linked sales);
- the prices offered by the undertaking for its goods and services are so low that they cannot cover the production costs for those goods/ services;

➤ the undertaking refuses access to its own facilities, without the use of which the competitive companies cannot implement their activity.

### **III. MAJOR REQUIREMENTS FOR THE CORPORATIVE PROGRAM FOR COMPLIANCE WITH COMPETITION RULES**

➤ All potential risks for infringing competition rules have been taken into account in drafting the compliance program and in carrying out the staff training;

➤ All staff members have been informed as to who is responsible for the compliance program (a legal adviser, a manager or a specially appointed staff member);

➤ All employees have direct access to the compliance program;

➤ All employees have been informed about the compliance program and have declared that they have been acquainted with the program and all their responsibilities that stem from it;

➤ Legal advice should be sought in each situation which raises suspicions of an infringement, concern, or even insecurity;

➤ Each infringement or suspicion of infringement has to be immediately reported to a legal adviser, the manager or to the employee responsible for the compliance program;

➤ The CPC has to be informed in case of any suspicion of or information about infringements of competition rules committed by competitive or other companies.

## **СЪДЪРЖАНИЕ**

I. Въведение.....	3
II. Цел на насоките на КЗК относно корпоративните програми за съответствие с правилата на конкуренцията.....	5
III. същност на корпоративните програми за съответствие с правилата на конкуренцията .....	7
IV. Правилата на конкуренцията.....	7
V. Ползи от създаването и прилагането на корпоративните програми за съответствие с правилата на конкуренцията.....	12
VI. Корпоративните програми за съответствие с правилата на конкуренцията - стъпка по стъпка .....	14
VII. Корпоративните програми за съответствие с правилата на конкуренцията от гледна точка на ЗЗК.....	30
<b>Приложение към НАСОКИ</b>	
ОТНОСНО КОРПОРАТИВНИТЕ ПРОГРАМИ ЗА СЪОТВЕТСТВИЕ С ПРАВИЛАТА НА КОНКУРЕНЦИЯТА .....	32
I. РИСКОВИ ФАКТОРИ ЗА УЧАСТИЕ НА ПРЕДПРИЯТИЕТО В ЗАБРАНЕНИ СПОРАЗУМЕНИЯ, РЕШЕНИЯ ИЛИ СЪГЛАСУВАНИ ПРАКТИКИ .....	32
II. Рискови фактори за злоупотреба с господстващо положение .....	33
III. Основни изисквания към корпоративната Програма за съответствие с правилата на конкуренцията .....	34

# **CONTENTS**

I. Introduction .....	39
II. Objective of the CPC Guidelines on corporate programs for compliance with competition rules .....	41
III. Nature of the corporate programs for compliance with competition rules .....	42
IV. Competition rules .....	43
V. Benefits of the design and application of the corporate programs for compliance with competition rules .....	47
VI. Corporate programs for compliance with competition rules – step by step .....	49
VII. The corporate programs for compliance with competition rules from the point of view of the Law on Protection of Competition .....	63
<b>Appendix to</b>	
Guidelines on corporate programs for compliance with competition rules .....	64
I. Risk factors for participation of an undertaking in prohibited agreements, decisions and concerted practices .....	64
II. Risk factors for abuse of dominant position .....	65
III. Major requirements for the corporative program for compliance with competition rules .....	66

# SCF

Sofia Competition Forum

Комисия за защита на конкуренцията  
бул. Витоша №18  
София 1000  
България

Commission on Protection of Competition  
18 Vitosha Blvd.  
1000 Sofia  
Bulgaria  
[www.cpc.bg](http://www.cpc.bg)

United Nations Conference on Trade and Development  
Palais des Nations, 8-14, Av. de la Paix  
1211 Geneva 10  
Switzerland  
[www.unctad.org](http://www.unctad.org)

support growth  
support growth  
convergence  
efficiency convergence  
efficiency success trust trust  
success future  
success future  
future