

# Několik praktických poznámek k RPM

Svatomartinská konference ÚOHS, Brno

Martin Nedelka, Nedelka Kubáč advokáti

13.11.2013

# Jasnost v přístupu k RPM

- Rozdílný přístup k postihu RPM v rámci EU
- Některé NSÚ nepovažují RPM za prioritu a agendou se příliš nezabývají
- U každého NSÚ nutnost jasného přístupu k RPM; pokud RPM není prioritou, je třeba stanovit jasná pravidla, kdy už je RPM problém
- Měřítko pro „přípustnost“ RPM musí být jasné a srozumitelné; soutěžitelé se nesmí stát rukojmími rozdílného pohledu právníků a ekonomů
- ČR:
  - Informační list 2/2009 – razantní přístup
  - Dnes spíše opatrný přístup?

# Prioritizace u RPM?

- Prioritizaci je třeba odlišovat od politiky NSÚ nepovažující RPM za „prioritu“
- Měly by NSÚ aplikovat u méně závažných RPM bez dalšího prioritizaci?
  - Jasná specifikace okolností, ze nichž má RPM méně závažné dopady na trh
    - Koncentrované trhy
    - Fragmentované trhy
  - Co má být měřítko pro posuzování negativních dopadů?
  - Jak bude NSÚ zjišťovat a posuzovat závažnost dopadů? Nebude pak už lepší věc šetřit a využít například soutěžní advokacii?
  - Co případné horizontální aspekty RPM?
  - Pozor na negativní dopady na „malých trzích“
  - Negativní dopady prioritizace na akceptaci soutěžního práva?
    - RPM je snadno prokazatelné
    - Buď něco zakázané je nebo není

# Co je tedy v rámci RPM zakázáno (1)?

- Písemné nebo ústní dohody o (fixních) prodejních cenách nebo minimálních prodejních cenách mezi dodavatelem a obchodníkem jsou nepřípustné
- Cenová doporučení dodavatelů jsou přípustná, pokud jsou právně i fakticky nezávazná; pouhé označení ceny jako nezávazné doporučení nemusí stačit, pokud je dodržování doporučené prodejní ceny vynucováno
- Komunikace mezi dodavatelem a obchodníkem o konečné prodejní ceně musí probíhat nezávaznou formou; dodavatel může vysvětlit důvody svého cenového doporučení, jakož i strategii
- Je nepřípustné motivovat k dodržování požadované cenové politiky dodavatele poskytováním rabatů, bonusů, dalších zvýhodnění
- Je nepřípustné penalizovat nedodržování požadované cenové politiky dodavatele finančním postihem, zpožděním či přerušením dodávek, jinými formami nátlaku
- Je nepřípustné nahrazování nákladů obchodníka na reklamu, při níž je inzerována doporučená cena, dodavatelem

# Co je tedy v rámci RPM zakázáno (2)?

- Je nepřípustné, aby obchodník penalizoval dodavatele za to, že u ostatních konkurujících obchodníků neprosadil stejné nebo podobné prodejní ceny; obdobné platí pro krácení nákupní ceny, v případě neprosazení stejné nebo podobné prodejní ceny u ostatních obchodníků
- Je nepřípustné, aby obchodník vázal souhlas se zvýšením nákupní ceny od dodavatele určitého výroku na to, že konkurenční obchodníci budou u tohoto výrobku dodržovat určitou prodejní cenu výrobku/zvýší určitým způsobem prodejní cenu tohoto výrobku
- Je nepřípustné dohodnout minimální marži pro obchodníka; zejména není možné dohodnout, že v důsledku toho při zvýšení nákupní ceny dodavatelem obchodník zvýší odpovídajícím způsobem prodejní cenu
- Nepřípustná je dohoda mezi dodavatelem a obchodníkem o maximální slevě poskytnut obchodníkem konečným spotřebitelům; sleva se zpravidla počítá od doporučené prodejní ceny
- Nepřípustná je též dohoda mezi dodavatelem a obchodníkem, že prodejní cena konkurenčních obchodníků zůstane v určitém cenovém pásmu; zakázaná je proto např. best price guarantee, v rámci níž musí dodavatel zajistit, aby cena určitého obchodníka nebyla u určitého konkrétního výrobku ostatními konkurenty podsekávána

# Co je tedy v rámci RPM zakázáno (3)?

- Obchodník nesmí po dodavateli požadovat poskytnutí doby pro exkluzivní cenové akce ani koordinaci cenových akcí mezi obchodníky
- Obchodník musí o svých prodejních akcích rozhodovat sám, zejména o určení akčního zboží; může však sdělit dodavateli období a rozsah prodejní akce, pokud je to třeba k realizaci akce, zejména k zajištění dostatečného množství výrobků
- Nepřípustná je též dohoda mezi dodavatelem a obchodníkem o vázání prodejní ceny výrobků na ceny konkurenčních výrobků
- Sledování cenového chování konkurence obchodníky je přípustné; rovněž dodavatelé mohou monitorovat vývoj cen v maloobchodě; pokud však dodavatel pravidelně podporuje cenový monitoring v maloobchodě, může to naznačovat existenci trilaterální cenové dohody mezi obchodníky a dodavatelem/dodavateli (hub & spoke)

# Co je tedy v rámci RPM zakázáno (4)?

- V zásadě nepřípustná je též účast dodavatelů na opatřeních k monitorování prodejních cen obchodníků a naopak účast obchodníků na opatřeních k monitorování cen dodavatelů; jde např. o případy, kdy obchodníci jsou povinni nebo motivováni hlásit dodavateli takové obchodníky, kteří nedodrží doporučenou prodejní cenu nebo se odchyľují od stanovené minimální cenové hranice; dále sem spadají opatření, na základě nichž jsou dodavatelé povinni obchodníkům hlásit ty konkurující obchodníky, kteří se odchyľují od doporučených cen nebo minimální cenové hranice
- Nepřípustné je sdělování cenových informací získaných dodavatelem od určitého obchodníka v rámci obchodního vztahu na jejich žádost jiným obchodníkům; jde zejména o informace o okamžiku a výši chystané změny prodejní ceny (též nebezpečí hub & spoke)
- Problematické může být též částečné nebo úplné poskytnutí podmínek nebo smluv obchodníkovi, které dodavatel uzavřel s konkurujícím obchodníkem, neboť to může vést k zakázané horizontální dohodě mezi obchodníky

# Co je tedy v rámci RPM zakázáno (5)?

- Dodavatelé mohou při poskytování nezávazných cenových doporučení sdělovat obchodníkům své obchodní strategie, není však přípustné, aby dodavatelé s obchodníky odsouhlasovali prodejní strategii nebo reklamu, pokud to přímo či nepřímo slouží k vzájemným dohodám obchodníků o prodejních strategiích
- Nepřípustné je též, aby v souvislosti s udržováním cen dodavatelé bránili určitému prodejnímu kanálu, např. prodeji zboží přes internet
- V zásadě přípustné je, pokud dodavatel obchodníka zavazuje, při prodeji výrobku nepřekročit určitou maximální prodejní cenu; nesmí však jít o skryté stanovení fixní ceny
- Přípustné je, pokud obchodník požaduje po dodavateli tisk cenovky na zboží, pokud cenu svobodně stanovuje obchodník
- Uvedená omezení neplatí pro obchodní zástupce jednající na účet dodavatele



[www.nklegal.eu](http://www.nklegal.eu)