

Znaczenie struktur compliance przedsiębiorstwach

Z Adamem Jasserem, Prezesem UOKiK rozmawia Bartosz Jagura z Viadrina Compliance Center

Publikacja towarzysząca VI Polsko-Niemieckiemu Forum Prawa Gospodarczego, Warszawa 05.11.2015

Chcielibyśmy porozmawiać z Panem Prezesem o znaczeniu compliance z punktu widzenia ochrony konkurencji, występuje tutaj bowiem wiele punktów stycznych.

Rzeczywiście, kultura compliance i ochrona konkurencji mają ze sobą wiele wspólnego. W pierwszej kolejności należy wskazać, że wdrożenie do systemu compliance modułu związanego z przestrzeganiem prawa ochrony konkurencji jest dla wielu firm w Polsce oczywistością, szczególnie jeżeli są częścią międzynarodowych korporacji, w których jest to już ugruntowaną praktyką.

Inaczej sytuacja wygląda w przypadku małych i średnich przedsiębiorstw. Tutaj świadomość wymogów prawa ochrony konkurencji jest niższa i jest to obszar, w którym należy wyrównywać deficyt wiedzy z zakresu zgodności. Przyczynkiem do szerokiej dyskusji o compliance w przedsiębiorstwach była [nowelizacja ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów ze stycznia 2015 r.¹](#), która wprowadziła do polskiego porządku prawnego instytucję osobistej odpowiedzialności osób zarządzających za naruszenia prawa ochrony konkurencji. Nadal widać jednak, że świadomość compliance jest wśród przedsiębiorców niedostateczna. UOKiK podejmuje działania popularyzujące ideę compliance, uczestniczymy w konferencjach, jest to tematem wystąpień kierownictwa urzędu na forach prawniczych i gospodarczych. Ośrodki akademickie i organizacje przedsiębiorców są na tym polu także aktywne. Ale na koniec jest to odpowiedzialność przedsiębiorców by mieć w firmie system zgodności obejmujący również prawo ochrony konkurencji.

¹ Więcej informacji dostępnych jest na stronie <http://ustawa-antymonopolowa.uokik.gov.pl/>

Czy uważa Pan , że z punktu widzenia ochrony konkurencji przedsiębiorstwa powinny wdrażać struktury compliance? Mówiąc inaczej, czy inwestycja w Compliance Management System się opłaci?

Tak. To zarządy i prezesi powinni brać odpowiedzialność za to, żeby firmę zabezpieczyć przed ewentualnymi naruszeniami prawa konkurencji. Muszą mieć wiedzę, czy pracownicy dysponują wystarczającą wiedzą o wymogach ochrony konkurencji, a także czy nie występują okoliczności, które wskazywało by na ryzyko wejścia w konflikt z przepisami ochrony konkurencji, na przykład posiadanie przez pracowników wiedzy o strukturze cen lub tożsamości klientów i kontrahentów konkurencji. Zarząd, analizując te okoliczności, musi podjąć decyzję, jak efektywnie zapewnić przestrzeganie wymogów ochrony konkurencji. Nie można przy tym wskazać jednej uniwersalnej formuły. Podejmowane działania muszą być dostosowane do charakteru danego podmiotu. Jeżeli istnieje ryzyko wystąpienia naruszenia prawa, zarząd musi się zastanowić, jak mu przeciwdziałać, np. implementując dostosowany do potrzeb przedsiębiorstwa system compliance. W naszej opinii, zakresem działań compliance objęty powinien być nie tylko obszar związany z przestrzeganiem prawa ochrony konkurencji, ale również przeciwdziałaniem naruszaniu zbiorowych interesów konsumentów. Te dwie dziedziny powinny być ważnymi elementami całego systemu zgodności.

Czy w Pana opinii polski ustawodawca powinien aktywnie wspierać wdrażanie Compliance Management System (CMS), np. kodyfikując odpowiednie „zachęty”, lub nawet wprowadzając ogólny obowiązek implementacji systemów zarządzania compliance?

W moim odczuciu działania compliance w aspekcie ochrony konkurencji nie powinny być regulowane ustawowo. Skuteczny program compliance nie polega na formalnym posiadaniu go w przedsiębiorstwie, a na budowaniu długofalowej kultury konkurencji. Funkcja compliance powinna być więc jasno zdefiniowana, praktykowana, a zarząd powinien monitorować jej skuteczność. Tylko tak można krzewić kulturę zgodności.

Rozwiązania ustawowe mogą być wymagane w innych obszarach zgodności z prawem ze względu na ich specyfikę. Przestrzeganie przez przedsiębiorstwa wymogów ochrony konkurencji poprzez implementację systemu compliance to właściwa droga. To firmy mają obowiązek działania w zgodności z przepisami; przedsiębiorstwo samo musi wiedzieć, jakie działania podjąć, jest to bowiem warunkowane specyfiką jego funkcjonowania.

Chciałbym szczególnie podkreślić, że compliance nie jest kwestią istnienia katalogu formalnych działań (jak np. w przypadku controllingu); jego istotą jest skuteczność. Nie liczy się więc to, czy przedsiębiorstwo posiada formalnie Compliance Management System, liczy się skuteczność takiego systemu.

Jaki system compliance określić można zatem mianem skutecznego?

Skuteczność systemu compliance jeśli chodzi o prawo konkurencji warunkowana jest poprzez dwie okoliczności. Po pierwsze, poprzez zapobieganie wchodzeniu przez przedsiębiorstwo w konflikt z prawem, a więc zapobieganiu występowaniu naruszeń prawa ochrony konkurencji i konsumentów. Podkreślić należy tutaj silny aspekt prewencji CMS. Po drugie, przez wykrywanie nieprawidłowości, które w przedsiębiorstwie wystąpiły i zgłaszanie ich właściwemu organowi, co daje możliwość ograniczenia negatywnych skutków łamania prawa, przykładowo poprzez korzystanie z programu *leniency* (programu łagodzenia kar). Kluczowa jest także analiza przez przedsiębiorstwo naruszeń, które już - o ile - wystąpiły, pod kątem wyeliminowania ryzyka wystąpienia ich w przyszłości. Tu istotna jest determinacja zarządu, kadry kierowniczej, ale także umiejętność kaskadowania priorytetów compliance do pracowników i tworzenie tej kultury na każdym szczeblu organizacji. Liczy się więc to, co system compliance realnie daje, a nie samo jego formalne istnienie.

Czy w związku z tym można liczyć na to, że fakt posiadania skutecznego Compliance Management System będzie przez Urząd premiowany?

Odpowiedź: Jest to złożone zagadnienie. Podejście UOKiK jest takie, że jeżeli przedsiębiorstwo posiada skuteczny system, w wyniku działania którego samo wykryje nieprawidłowość i zgłosi się do programu *leniency*, to sam fakt możliwości skorzystania z tego programu, obwarowanego wszak licznymi wymogami, należy uznać za premiowanie posiadania Compliance Management System. Wynika to z samego charakteru instytucji *leniency*.

Jeżeli natomiast Urząd sam wykrywa nieprawidłowość, a w przedsiębiorstwie istniał system compliance, to czy premiowany powinien być fakt posiadania nieskutecznego CMS? To wątpliwe. Skuteczny CMS winien zapobiec wystąpieniu nieprawidłowości, a jeżeli już się ona pojawiła, wykryć ją i doprowadzić do jej zgłoszenia. System compliance nie może być

traktowany jako „przykrywka”, „listek figowy”. W takim wypadku nie zasługuje on na premiowanie.

CMS może natomiast odgrywać znaczenie w trakcie prowadzonego przez UOKiK postępowania: jeżeli przedsiębiorstwo współpracuje z Urzędem i podejmuje działania naprawcze, wprowadza CMS lub modyfikuje nieskuteczny dotąd system compliance tak, aby dawał w przyszłości realną szansę na zapobieganie występowaniu naruszeń prawa, takie okoliczności mogą być wzięte pod uwagę przy wymierzaniu sankcji. Będzie to swoisty kredyt zaufania na przyszłość, ale nie odwrotnie: nie można premiować przedsiębiorstwa za posiadanie CMS, który był nieskuteczny.

Jakie warunki musiałyby być spełnione, aby CMS mógł być brany pod uwagę przy łagodzeniu kary - a więc jako owa prognoza na przyszłość?

Kluczowe znaczenie ma oczywiście omówiona już skuteczność systemu. Dla zapewnienia skuteczności CMS spełnionych musi być pięć elementów. Po pierwsze, zarząd - kierownictwo przedsiębiorstwa odpowiada za wdrożenie programu compliance, jego skodyfikowanie i zapewnienie długofalowej realizacji funkcji zgodności z prawem - ochrony konkurencji i prawem konsumenckim. Po drugie, w przedsiębiorstwie regularnie muszą być przeprowadzane efektywne szkolenia z tego obszaru. Po trzecie, zapewniona musi być możliwość raportowania o nieprawidłowościach (tzw. *whistleblowing*). Po czwarte, CMS poddany powinien być bieżącemu monitoringowi, a okresowo przeprowadzany powinien być jego audyt. Po piąte, muszą istnieć mechanizmy dyscyplinarne wobec osób, które dopuściły się nieprawidłowości.

Jeżeli wskazane pięć punktów jest spełnione, to możliwe jest złagodzenie kary. Oczywiście jest, że nie każdy przedsiębiorca będzie miał możliwość stworzenia własnego, „szytego na miarę” systemu compliance. Mniejsze firmy, które także są narażone na ryzyko niezgodności, powinny móc np. skorzystać ze wsparcia organizacji przedsiębiorców czy izb gospodarczych.

Na koniec proszę pozwolić na pytanie bardziej wizjonerskie. Jak, Pana zdaniem, idea compliance będzie się rozwijać na przestrzeni kolejnych lat?

Trudno jest tutaj snuć wizje przyszłości. Jeśli chodzi o popularność systemów compliance jako narzędzia przeciwdziałania naruszeniom prawa ochrony konkurencji podkreślić należy istotną okoliczność - obserwacja praktyki działania urzędów antymonopolowych pokazuje,

że wykrywanie karteli nie może opierać się jedynie na dobrowolnym stosowaniu przez przedsiębiorstwa systemów compliance i istnieniu programu *leniency*. Kluczem do eliminowania karteli jest nie tylko promowanie compliance, ale również aktywne działanie urzędu antymonopolowego: wykrywanie zmów. Silna pozycja urzędu antymonopolowego i jego aktywność stanowią z kolei zachętę do podejmowania przez przedsiębiorstwa działań prewencyjnych. Świadomość, że urząd działa szybko i skutecznie, że wykryje nieprawidłowości, skłania przedsiębiorców do podejmowania działań samoregulacyjnych i implementacji CMS. Urząd musi być więc sam skuteczny w wykrywaniu niedozwolonych praktyk, przede wszystkim - w ściganiu karteli. Dla realizacji tego celu w UOKiK przeprowadzone zostały zmiany strukturalne, które mają zwiększyć efektywność naszej pracy w tym obszarze.

Rozmawiał: *Bartosz Jagura*, Viadrina Compliance Center

Rozmowa ukazała się w I wydaniu czasopisma fachowego ***Compliance***