

**BOSNA I HERCEGOVINA**  
*Konkurencijsko vijeće*



**БОСНА И ХЕРЦЕГОВИНА**  
*Конкуренцијски савјет*

---

**O D L U K A**  
**O SPORAZUMIMA MALE VRIJEDNOSTI**

**S a r a j e v o**  
**Oktober, 2005. godine**

Na osnovu člana 8., stav 4. i člana 25., stav 1. tačka a) Zakona o konkurenciji („Službeni glasnik BiH“, broj: 48/05), Konkurencijsko vijeće na 18. sjednici održanoj 04.10.2005. godine donijelo je

## **O D L U K U**

### **O SPORAZUMIMA MALE VRIJEDNOSTI**

#### **Predmet**

#### **Član 1.**

Ovom odlukom definišu se sporazumi male vrijednosti kao dozvoljeni oblici saradnje među privrednim subjektima čiji efekti neznatno utiču na povredu Zakona o konkurenciji, kao i uslovi koje sporazumi male vrijednosti moraju ispunjavati i ograničenja koje ne smiju sadržavati.

#### **Definicija sporazuma male vrijednosti**

#### **Član 2.**

Sporazumom male vrijednosti smatra se sporazum ako je zajedničko tržišno učešće učesnika sporazuma i privrednih subjekata pod njihovom kontrolom na relevantnom tržištu neznatno, pod uslovom da sporazum ne sadrži odredbe koje, uprkos neznatnom tržišnom učešću, dovode do sprječavanja, ograničavanja ili narušavanja tržišne konkurencije.

#### **Neznatno tržišno učešće**

#### **Član 3.**

Pod neznatnim tržišnim učešćem, u smislu člana 2. ove odluke, podrazumijeva se:

- a) ukupno tržišno učešće učesnika sporazuma i privrednih subjekata pod njihovom kontrolom koje nije veće od 10% (deset) na bilo kojem relevantnom tržištu na kojem sporazum proizvodi efekte, i to u slučaju kada je sporazum zaključen između privrednih subjekata koji su stvarni ili potencijalni tržišni konkurenti na bilo kojem od tih relevantnih tržišta (u daljem tekstu: konkurentni privredni subjekti)
- b) tržišno učešće bilo kojeg učesnika sporazuma ili privrednih subjekata pod njihovom kontrolom koje nije veće od 15% (petnaest) na relevantnom tržištu na kojem sporazum proizvodi efekte, i to u slučaju kada je sporazum zaključen između privrednih subjekata koji nisu stvarni ili potencijalni tržišni konkurenti na bilo kojem od tih relevantnih tržišta (u daljem tekstu: nekonkurentni privredni subjekti)
- c) tržišno učešće bilo kojeg učesnika sporazuma ili privrednog subjekta pod njihovom kontrolom koje nije veće od 10% (deset) na relevantnom tržištu na kojem sporazum proizvodi efekte, i to u slučaju kada nije moguće utvrditi je li taj sporazum zaključen između konkurentnih ili nekonkurentnih privrednih subjekata.

## **Tržišno učešće kod paralelne mreže sporazuma**

### **Član 4.**

1. U slučajevima kada se na relevantnom tržištu konkurencija ograničava ili narušava kumulativnim efektom sporazuma o prodaji proizvoda ili usluga (u daljem tekstu: proizvoda) koje su zaključili različiti dobavljači ili distributeri, odnosno u slučajevima postojanja paralelne mreže sporazuma koji imaju sličan efekat na tržištu, neznatnim tržišnim učešćem za svakog učesnika sporazuma i njihovog povezanog privrednog subjekta, utvrđen u smislu člana 3. ove odluke, smatra se tržišno učešće do 5% (pet), kako za sporazume zaključene između konkurentnih privrednih subjekata, tako i za sporazume zaključene između nekonkurentnih privrednih subjekata.
2. Ukoliko je relevantno tržište pokriveno paralelnom mrežom sporazuma čije tržišno učešće je manje od 30% (trideset), smatra se da kumulativni efekat te paralelne mreže sporazuma ne ograničava ili narušava tržišnu konkurenciju.

### **Dozvoljeno povećanje tržišnog učešća**

#### **Član 5.**

Smatra se da sporazumi ne sprečavaju, ograničavaju ili narušavaju tržišnu konkurenciju ako tržišna učešća učesnika sporazuma i njihovih povezanih privrednih subjekata, utvrđeni u smislu člana 3. i 4. ove odluke u toku dvije uzastopne kalendarske godine ne povećavaju za više od 2% (dva).

### **Teška ograničenja tržišne konkurencije**

#### **Član 6.**

Sporazumi učesnika i njihovih povezanih privrednih subjekata koji iako imaju neznatno tržišno učešće u smislu člana 3. i 4. ove odluke, a koji za cilj imaju sprečavanje, ograničavanje ili narušavanje tržišne konkurencije, u skladu sa članom 7. i 8. ove odluke, ne smatraju se sporazumima male vrijednosti.

### **Teška ograničenja u sporazumima između konkurentnih privrednih subjekata (horizontalni sporazumi)**

#### **Član 7.**

Teškim ograničenjima tržišne konkurencije u sporazumima zaključenim između konkurentnih privrednih subjekata a koji se ne mogu smatrati sporazumima male vrijednosti iako ispunjavaju uslove iz člana 2. i člana 3., stav 1., tačka a) i c) ove odluke, smatraju se ograničenja koja direktno ili indirektno, samostalno ili zajedno sa ostalim učesnicima pod kontrolom ugovornih strana, imaju za cilj:

- a) utvrđivanje cijena kod prodaje proizvoda trećim licima
- b) ograničavanje proizvodnje ili prodaje
- c) podjelu tržišta ili kupaca

## **Teška ograničenja između nekonkurentnih privrednih subjekata (vertikalni sporazumi)**

### **Član 8.**

Teškim ograničenjem tržišne konkurencije u sporazumima zaključenim između nekonkurentnih privrednih subjekata a koji se ne mogu smatrati sporazumima male vrijednosti iako ispunjavaju uslove iz člana 2. i člana 3., stav 1., tačka b) i c) ove odluke, smatraju se ograničenja koja direktno ili indirektno, samostalno ili zajedno sa ostalim učesnicima pod kontrolom ugovornih strana, imaju za cilj:

a) ograničavanje mogućnosti kupca da određuje prodajnu cijenu proizvoda, bez obzira na mogućnost dobavljača da odredi najvišu prodajnu cijenu ili preporuči prodajnu cijenu, pod uslovom da se ne radi o fiksnim ili minimanim prodajnim cijenama koje su rezultat pritiska ili stimulacije od bilo koje ugovorne strane

b) ograničavanje područja na kojem kupac može prodavati proizvode iz sporazuma ili ograničavati prodaju ugovorenih proizvoda određenoj grupi potrošača, osim u slučajevima:

- aktivne prodaje na isključivo dodijeljenom području ili isključivoj grupi kupaca koje su rezervisane za dobavljača, odnosno koje je dobavljač isključivo ustupio drugom kupcu, pod uslovom da takvo ograničenje ne onemogućava dalju prodaju proizvoda od strane indirektnog kupca

- prodaje proizvoda krajnjim korisnicima od strane kupca koji djeluje na nivou veleprodaje

- prodaje proizvoda koju neovlaštenim distributerima nameću članovi selektivnog distribucijskog sistema

- mogućnost kupca da prodaje dijelove, isporučene u svrhu ugradnje, drugim kupcima koji bi ih koristili za proizvodnju iste vrste proizvoda koji proizvodi dobavljač.

c) ograničavanje aktivne ili pasivne prodaje krajnjim korisnicima od strane članova selektivnog distribucijskog sistema koji se bave maloprodajom, što ne isključuje mogućnost zabrane članu distribucijskog sistema da se bavi putem neovlaštenog privrednog subjekta

d) ograničavanje međusobnih isporuka proizvoda između distributera u okviru selektivnog distribucijskog sistema, uključujući i one isporuke između distributera koji djeluju na različitim nivoima trgovine

e) ograničavanje dogovoreno između dobavljača dijelova i kupca koji ugrađuje te dijelove, kojim se onemogućava dobavljač da prodaje dijelove kao rezervne dijelove krajnjim korisnicima ili serviserima ili drugim davaocima usluga koje kupac nije ovlastio za popravak ili održavanje njegovih proizvoda.

### **Aktivna i pasivna prodaja**

#### **Član 9.**

1. Aktivna prodaja, u smislu člana 8. ove odluke, podrazumijeva aktivno traženje i pristupanje kupcima ili određenoj grupi kupaca koji se nalaze na isključivoj teritoriji drugog distributera, zaključivanje pojedinačnih ugovora te poduzimanje mjera za ponudu proizvoda tim kupcima, te osnivanje podružnica, skladišta ili organizovanje distributivne mreže i reklamiranje na isključivoj teritoriji drugog distributera. Pod aktivnim pristupanjem smatra se posjećivanje kupca, slanje pošte kupcima što uključuje i elektronsku poštu, oglašavanje putem medija i drugih sredstava javnog informisanja ciljanih isključivo na te kupce ili grupu kupaca na isključivoj teritoriji drugog distributera.

2. Pasivna prodaja, u smislu člana 8. ove odluke, podrazumijeva odgovaranje na zahtjeve pojedinačnih kupaca uključujući isporuku proizvoda takvim kupcima, uz napomenu da takvo odgovaranje ne smije biti posljedica djelovanja aktivne prodaje. Pod pasivnom prodajom smatra se i opšte reklamiranje ili oglašavanje u medijima ili na internetu koje dopire izvan nečije isključive teritorije ili određene grupe kupaca, koje je rezultat razvoja tehnologije, odnosno jednostavnosti pristupa, pa se smatra razumnim načinom pristupanja tim kupcima ili grupama kupaca.

**Usaglašavanje zaključenih sporazuma sa ovom odlukom**  
**Član 10.**

Svi sporazumi sa neznatnim tržišnim učešćem u smislu ove odluke, koji su zaključeni prije stupanja na snagu ove odluke, moraju biti usklađeni sa ovom odlukom u roku od 6 (šest) mjeseci od dana njenog stupanja na snagu.

**Objavljivanje i stupanje na snagu**  
**Član 11.**

Ova odluka stupa na snagu osmog dana od dana objavljivanja u «Službenom glasniku Bosne i Hercegovine», a objaviće se u službenim glasilima entiteta i Brčko Distrikta Bosne i Hercegovine.

**K.V., broj 01-01-26-506/05**

**30. 11. 2005. godine**  
**S a r j e v o**

**Predsjednica**  
**Konkurencijskog vijeća**

**Sena Hatibović**