



Urząd Ochrony Konkurencji i Konsumentów

**ZASADY PUBLIKOWANIA  
INFORMACJI O WYNIKACH BADAŃ RYNKU  
PROWADZONYCH PRZEZ  
URZĄD OCHRONY  
KONKURENCJI I KONSUMENTÓW**

**Warszawa, kwiecień 2015 r.**



## **Zasady publikowania informacji o wynikach badań rynku prowadzonych przez Urząd Ochrony Konkurencji i Konsumentów**

Urząd Ochrony Konkurencji i Konsumentów na podstawie art. 48 ust. 2 pkt. 3 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (t.j. Dz. U. z 2015, poz. 184) przeprowadza postępowania wyjaśniające jako **badanie rynku**, w szczególności mające na celu określenie jego struktury, poziomu konkurencji i stopnia koncentracji.

Publikacja informacji o wynikach badań rynku jest częścią misji prowadzenia przez Urząd aktywnej polityki promowania konkurencji. Badania rynku dostarczają i systematyzują wiedzę na temat poszczególnych rynków wzmacniając przejrzystość obrotu gospodarczego.

Zgodnie z polityką otwartości działań Urzędu, wobec opinii publicznej i przedsiębiorców, UOKiK przyjął następujące zasady publikowania informacji o wynikach badań rynku:

1. UOKiK będzie co do zasady publikował informacje o wynikach wszystkich istotnych badań rynku.
2. Informacja o wynikach badania rynku może być przedstawiona w różnej formie, np. raportu, podsumowania, komunikatu prasowego czy tabelarycznego zestawienia danych. Forma będzie zależała od zakresu i tematyki badania rynku oraz tego jaki sposób przedstawienia informacji będzie najbardziej czytelny.

Badania rynku mają bowiem zróżnicowany zakres, zarówno jeśli chodzi o ich tematykę, liczbę przedsiębiorców objętych badaniem, jak i zasięg geograficzny. Mogą być szeroko zakrojonymi badaniami, obejmującymi całe rynki lub sektory, ale mogą też skupiać się tylko na jednym szczegółowym problemie, istotnym z punktu widzenia konsumentów lub funkcjonowania konkurencji na rynku.

3. Decyzja o zakresie i sposobie publikacji informacji o wynikach badania, jak również o ewentualnym od niej odstąpieniu będzie:
  - **uwzględniać interes publiczny wynikający z waloru informacyjnego i edukacyjnego w zakresie polityki ochrony konkurencji i konsumentów;** wyniki niektórych badań nie posiadają lub posiadają bardzo znikomy walor edukacyjny dla opinii publicznej ze względu na ich metodyczny charakter, nakierowany na wewnętrzne potrzeby Urzędu, stąd ich publikacja jest niecelowa;
  - **respektować tajemnice i inne informacje chronione przedsiębiorców objętych badaniem;** jako że - stosownie do treści art. 71 ust. 1 ustawy o

ochronie konkurencji i konsumentów - UOKiK jest zobowiązany do ochrony tajemnicy przedsiębiorstwa, jak również innych informacji podlegających ochronie na podstawie odrębnych przepisów, o których powzięto wiadomość w toku postępowania, żaden upubliczniany przez Urząd dokument, w tym informacja o wynikach badania rynku, nie może zawierać ww. informacji;

- **chronić dane mogące mieć wpływ na skuteczność prowadzenia postępowań UOKiK;** wobec tego, że niektóre informacje pozyskane w trakcie badań rynku mogą być wykorzystane do prowadzenia dalszych postępowań, przez co ich zbyt wczesne upublicznienie mogłoby obniżyć skuteczność prowadzonych przez organ ochrony konkurencji i konsumentów działań, publikacja tych informacji może być niemożliwa, ograniczona lub też przesunięta w czasie.

Informacje o wynikach badań będą publikowane na stronie internetowej Urzędu po zakończeniu postępowania wyjaśniającego, chyba że wyżej wymienione przesłanki będą przemawiały za przesunięciem publikacji w czasie.

Opublikowanie informacji o wynikach badań nie ma wpływu na ich ewentualną kwalifikację jako informacji publicznej w rozumieniu ustawy z dnia 6 września 2001 r. o dostępie do informacji publicznej (t.j. Dz.U. z 2014 r., poz. 782 ze zm.).

Opisane w niniejszym dokumencie zasady publikacji odnoszą się tylko do postępowań wyjaśniających, o których mowa w art. 48 ust. 2 pkt 3 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów i nie dotyczą innych rodzajów postępowań wyjaśniających.

Warszawa, kwiecień 2015 r.