

# Сумимото Электрик Групп

## ГЛОБАЛЬНАЯ АНТИМОНОПОЛЬНАЯ И КОНКУРЕНТНАЯ ПОЛИТИКА

Термины «антимонопольный» и «конкурентный», как правило, используются как взаимозаменяемые для обозначения законов, запрещающих недобросовестное (антиконкурентное) поведение. Однако термин «антимонопольный» обычно используется в Соединенных Штатах (США), а «конкурентный» – в большинстве других юрисдикций. Для простоты термин «конкурентный» будет использоваться в значении как «антимонопольный», так и «конкурентный», кроме тех случаев, когда речь идет о конкретных законах США.

## ПОСЛАНИЕ ПРЕЗИДЕНТА

Дорогие коллеги,

В нашем Кодексе поведения я рассказал о славной истории компании «Сумимото Электрик Групп» (SEG), которая насчитывает более 120 лет. Я говорил о «Духе Сумимото», который объединяет в себе стремление к совершенству в работе и честность в ведении бизнеса. Во всех аспектах нашей коммерческой деятельности мы работаем, соблюдая не только букву и дух законов и правил, но самые высокие этические стандарты.

Одной из составляющих этих стандартов является стремление активно конкурировать там, где мы ведем бизнес, при этом соблюдая этические нормы. «Активно конкурировать» с соблюдением этических норм означает, что мы будем стремиться к получению прибыли и заказов, но мы должны делать это, не вступая в сговор и не договариваясь о чем-либо противозаконном с нашими конкурентами. Другими словами, мы всегда должны определять нашу ценовую политику и принимать бизнес-решения самостоятельно.

Настоящая Глобальная антимонопольная и конкурентная политика SEG дополняет наш Кодекс поведения. Ее задача – напоминать всем нашим сотрудникам, где бы они ни находились, о необходимости знать и соблюдать различные законы о конкуренции, действующие в разных странах. Руководство всех компаний SEG должно внедрить эту Политику и обеспечить ее соблюдение нашими сотрудниками.

Наш Юридический департамент и Отдел соблюдения требований и управления рисками подготовили данную Политику, чтобы помочь сотрудникам разобраться в основных вопросах и выявлять ситуации, которые могут привести к возникновению проблем. Наши региональные Юридические департаменты работают по всему миру, помогая вам понимать и соблюдать эти законы. Компания SEG располагает всеобъемлющей программой по соблюдению антимонопольного законодательства и правил честной конкуренции, и данная Политика является важной частью этой программы. Мы предлагаем обучение, как очное, так и заочно в режиме онлайн. Вы все должны найти время для регулярного посещения этих тренингов. Более того, это ваша обязанность – разбираться в том, как законы о конкуренции могут влиять на наш бизнес и на вас лично.

Я прошу каждого из вас взять на себя личное обязательство вести бизнес в соответствии с Духом Сумимото и настоящей Политикой.

Осаму Иноуэ  
Президент и генеральный директор  
Сумитомо Электрик Индастриз, ООО

## **ПОЛОЖЕНИЕ О ГЛОБАЛЬНОЙ АНТИМОНОПОЛЬНОЙ И КОНКУРЕНТНОЙ ПОЛИТИКЕ SEG**

Законы о конкуренции направлены на поощрение конкуренции между предприятиями и обеспечение справедливости и свободного доступа к рынку.

SEG приняла программу соблюдения антимонопольного и конкурентного законодательства (дополнение к нашему Кодексу поведения) с двумя целями. Во-первых, сформулировать и разъяснить политику SEG в отношении соблюдения законов о конкуренции. Во-вторых, предотвратить нарушение этих законов о конкуренции.

Настоящая программа соблюдения включает следующие ключевые принципы:

- Все сотрудники, руководители, директора и должностные лица SEG несут индивидуальную ответственность за соблюдение всех применимых законов о конкуренции;
- Сотрудники SEG не должны участвовать, одобрять или проявлять терпимость (а также позволять все это другим сотрудникам) по отношению к любому поведению, которое нарушает применимые законы о конкуренции или Глобальную антимонопольную и конкурентную политику SEG;
- Сотрудники, занимающие руководящие должности, лично отвечают не только за собственные действия, но и за поведение своих подчиненных. Таким образом, каждый руководитель должен уделять особое внимание внедрению надлежащих мер внутреннего контроля для снижения риска нарушения законов о конкуренции;
- Любой сотрудник, нарушающий Глобальную антимонопольную и конкурентную политику SEG, может быть подвергнут дисциплинарному взысканию вплоть до увольнения;
- По мере необходимости SEG предоставит материалы и образовательные программы, способные на практике объяснить, что ожидается от сотрудников, которые могут столкнуться с проблемами, связанными с конкуренцией, при выполнении своих повседневных обязанностей.

SEG не будет мириться с поведением, которое может привести к нарушению законов о конкуренции, и ни одно руководящее или контролирующее лицо не должно издавать инструкции, противоречащие этим законам.

## **А. ОБЗОР АНТИМОНОПОЛЬНОГО И КОНКУРЕНТНОГО ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВА**

### **1. Введение**

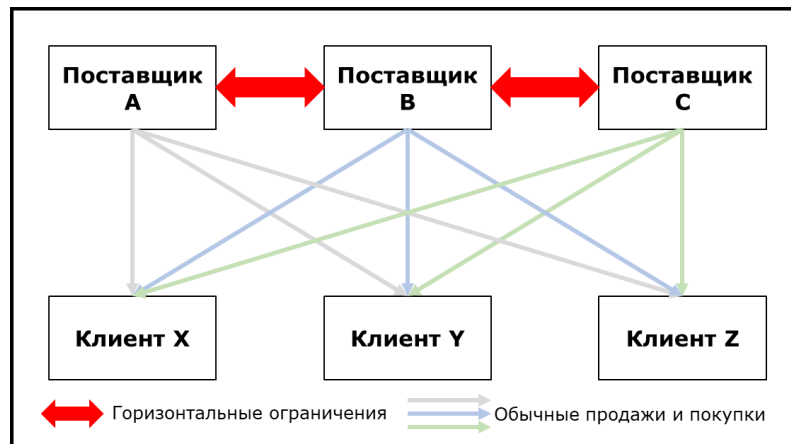
Более 120 стран мира приняли законы о конкуренции. В различных законах этих стран есть несколько общих принципов. Компания SEG должна соблюдать законы о конкуренции в тех местах, где ведет свой бизнес. Во многих странах антимонопольные органы применяют свои правила к случаям нарушения законодательства о конкуренции, имевшим место за пределами их соответствующей юрисдикции, если считают, что такое поведение наносит вред потребителям в их стране. В ряде стран, например, в США, определенные действия, такие, как фиксация цен конкурентами, всегда считаются незаконными независимо от вреда, причиняемого потребителю. Всегда консультируйтесь с региональным Юридическим департаментом, чтобы определить, какие законы о конкуренции применимы к вашему случаю.

Законы о конкуренции, как правило, преследуют одни и те же цели:

- 1) Обеспечить эффективную работу рынков силами компаний, предлагающих конкурентные цены, выбор продуктов и инновации. Это означает, например, что у покупателей должен быть выбор из ряда независимых продавцов-конкурентов, которые не действовали сообща для ослабления конкуренции между собой. Аналогичным образом, продавец должен сталкиваться с конкурирующими покупателями, которые действуют в своих личных интересах для снижения затрат;
- 2) Добиться, чтобы в тех случаях, когда бизнес доминирует на рынке, где он может работать без особого внимания к последствиям для конкурентов и потребителей (например, монополия или олигополия), этот бизнес не наносил ущерб конкуренции путем антиконкурентного поведения;
- 3) Добиться, чтобы компании не могли осуществить слияния или поглощения, если такие сделки впоследствии существенно снизят конкуренцию и поставят потребителей в невыгодное положение.

### **2. Работа с конкурентами (горизонтальные ограничения)**

Конкуренты работают на одном уровне цепочки поставок – поэтому соглашения между такими конкурентами называются «горизонтальными ограничениями» (красные стрелки ниже).



Основная предпосылка законодательства о конкуренции состоит в том, что каждая компания должна принимать деловые решения самостоятельно и независимо от своих конкурентов. Такие соглашения с конкурентами, как фиксация цен, распределение потребителей или рынков, махинации на торгах или бойкот других участников рынка или потенциальных конкурентов считаются настолько вредными для потребителей, что антимонопольные органы автоматически считают их незаконными.

## 2.1. Что входит в понятие Соглашение?

Соглашение между конкурентами, нарушающее законодательство о конкуренции, включает в себя не только формальный договор, но и любую неформальную договоренность (рукопожатие, достигнутое взаимопонимание, вербальное или невербальное соглашение, разговор в баре, разговор во время игры в гольф и т.д., в тех случаях, когда происходит обмен конфиденциальной с точки зрения конкуренции информацией для согласования рыночных действий). Вывод о достигнутом соглашении может быть сделан на основании поведения и других обстоятельств. На самом деле во многих случаях вывод о незаконном соглашении может быть сделан на основании косвенных доказательств (т.е. два конкурента общались друг с другом – и, возможно, не согласовывали никакой линии поведения – и впоследствии вели бизнес схожим образом) или поведения (т.е. две компании последовательно повышают или снижают цены в одно и то же время или одновременно объявляют о таких изменениях). Обмен конфиденциальной с точки зрения конкуренции информацией может не выглядеть как соглашение, но антимонопольный орган может признать его доказательством незаконного соглашения. И даже если незаконное соглашение не было заключено, общение с конкурентом может вызвать подозрение в подготовке антиконкурентного соглашения, что может стать основанием для проведения расследования или подачи иска против нашей компании. Кроме того, в некоторых юрисдикциях обмен конфиденциальной с точки зрения конкуренции информацией сам по себе является нарушением конкурентного законодательства.

## 2.2. Что входит в понятие Конкурент?

Другая компания является конкурентом, если она конкурирует с нами на наших рынках сбыта (силовые кабели, оптоволоконные кабели, жгуты и т.д.), если она конкурирует при закупке товаров и услуг, или если она конкурирует с нами за сотрудников на рынке труда. Зачастую клиенты в одной сфере нашего бизнеса будут конкурентами в других сферах нашего бизнеса.

### **2.3. Типы антиконкурентных соглашений (или картелей) между конкурентами**

- I) **Соглашения о фиксации цен.** Заключение любого соглашения с конкурентом о фиксации цен или условиях конкуренции всегда является незаконным. Во многих странах (включая Японию, США и Великобританию) лица, участвующие в соглашениях о фиксации цен, могут попасть в тюрьму. Фиксация цен относится не только к ценам, но и к другим условиям, которые влияют на цены, таким как стоимость доставки, скидки, финансовые ставки или услуги. Кроме того, во многих странах соглашение с конкурентом, ограничивающее или иным образом устанавливающее условия найма нынешних или потенциальных сотрудников, также является незаконным. Пожалуйста, проконсультируйтесь с вашим региональным Юридическим департаментом в этой ситуации.
- II) **Соглашения о распределении рынков или клиентов.** Заключать соглашение с конкурентом (или конкурентами) о разделе рынков всегда противозаконно. В таких соглашениях конкуренты распределяют между собой конкретных клиентов или типы клиентов, продукты или территории. Поставщик может принять независимое решение не иметь дело с конкретным клиентом, но поставщики не имеют права договариваться о том, каких клиентов они будут снабжать/выбирать.
- III) **Махинации на торгах.** Всегда противозаконно заключать какое-либо соглашение с конкурентом о стоимости (в том числе приблизительной), сроках и условиях в тендерном предложении или о способе, с помощью которого будут поданы или определены тендерные предложения. Незаконные махинации на торгах также включают соглашения или договоренности между конкурентами о: (i) ротации проектов/задач или тендерных предложений между конкурентами; (ii) определении того, кто будет участвовать в торгах, а кто нет, или кто будет участвовать в торгах с теми или иными покупателями, или кто предложит более высокую цену, а кто более низкую; или (iii) определении цен, которые будут предложены отдельными конкурентами. В некоторых случаях даже обмен информацией, связанной с тендерными предложениями или с тем, кто будет участвовать в торгах, может считаться незаконным. Пожалуйста, проконсультируйтесь с вашим региональным Юридическим департаментом в этой ситуации.
- IV) **Обмен конфиденциальной с точки зрения конкуренции информацией между конкурентами.** Во многих юрисдикциях обмен определенными типами конфиденциальной с точки зрения конкуренции информацией (например, информацией о будущих ценах или коммерческой стратегии, которая не является общедоступной) карается как картельный сговор. Даже отправка открытой информации непосредственно конкуренту может быть наказуема, так как это будет расценено как попытка повлиять на стратегию конкурента (параллелизм).
- V) **Бойкот.** Бойкот – это соглашение между двумя или более конкурентами об отказе от ведения бизнеса с третьей стороной в антиконкурентных целях, будь то другой конкурент, клиент или поставщик. Примерами могут служить отказ в продаже товаров тем, кто снижает цены, или дискаунтеру, или исключение конкурента из торговой ассоциации или организации, устанавливающей стандарты.

## 2.4. Законные соглашения с конкурентами

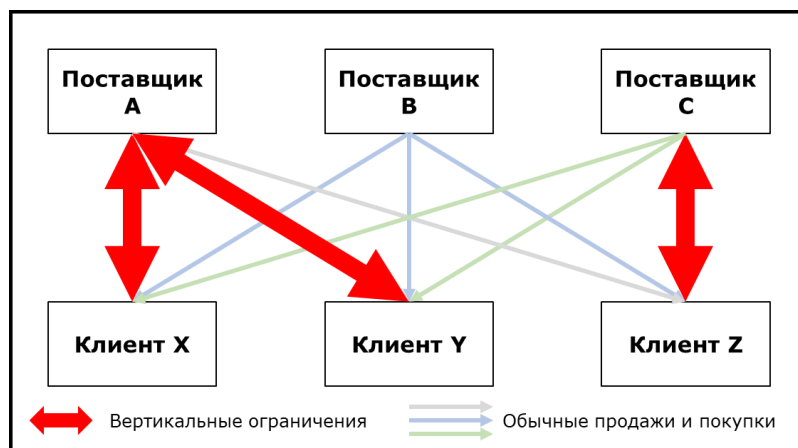
Для обсуждения или согласования вопросов с конкурентом могут быть законные основания, например:

- клиент прямо просит конкурентов предоставить предложения по решению технической проблемы;
- соглашения о совместной разработке, сотрудничестве, совместной научно-исследовательской работе, совместных предприятиях и консорциумах для проектов, которые слишком рискованны для выполнения нашей компанией в одностороннем порядке из-за недостаточных мощностей, либо когда мы не располагаем техническими средствами или навыками, либо когда клиент просит о таком сотрудничестве;
- сделки с конкурентами в областях, в которых конкурент не конкурирует с нашей компанией (например, покупка товара или услуги (или продажа товара или услуги) в области, где наша компания и покупатель/продавец не конкурируют).

**Во всех случаях, когда могут быть причины для обсуждения или, возможно, согласования вопросов с конкурентом, вы обязаны проконсультироваться с вашим региональным Юридическим департаментом, прежде чем вступать в дискуссию с вашим конкурентом.**

## 3. Вертикальные ограничения

Соглашения между сторонами, которые работают на разных уровнях цепочки поставок, называются «вертикальными ограничениями» (красные стрелки ниже).



Вертикальными ограничениями называют определенные практические методы, которые используют производители или поставщики при перепродаже их продукции, потому что они ограничивают другую сторону в том, как она может поступить с продукцией.

### 3.1. Поддержание цен перепродажи

Соглашение с дистрибьюторами и оптовиками о ценах, которые реселлер будет выставять своим клиентам, часто считается незаконным. Наша компания не будет заключать соглашения с клиентами относительно определенной цены или минимальной цены, по

которой клиент будет перепродавать продукт, без предварительного согласования с региональным Юридическим департаментом.

### **3.2. Другие вертикальные ограничения**

В целом, незаконными могут быть следующие виды вертикальных ограничений, в зависимости от того, насколько они вредят конкуренции на соответствующем рынке:

- соглашение, обязывающее поставщика работать исключительно с нашей компанией, либо запрещающее поставщику продавать свои товары или услуги конкурентам SEG;
- соглашение с дистрибьюторами и оптовиками о территориях или клиентах, на которых или которым реселлер может перепродавать продукты;
- соглашение, по которому наша компания ограничивает круг физических или юридических лиц, у которых наши клиенты будут приобретать товары или услуги, или пытается ограничить права наших клиентов на приобретение товаров или услуг у других лиц;
- продажа одного и того же продукта по разным ценам или на разных условиях разным покупателям в один и тот же период времени.

**Вы обязаны обсудить все эти вопросы с вашим региональным Юридическим департаментом прежде, чем заключить любое такое соглашение.**

## **4. Злоупотребление доминирующим положением**

Нет ничего незаконного или неправильного в том, что компания добивается успеха законными способами, такими, как использование патентов. Однако законы о конкуренции, как правило, запрещают монополистам притеснять своих конкурентов (например, в Японии и США) или злоупотреблять своим сильным положением на рынке (например, в Японии, ЕС и многих других странах).

О компаниях, обладающих значительным влиянием на рынке, можно сказать, что на них лежит особая ответственность за то, чтобы их поведение не приводило к деформации рынка. К действиям, которые могут считаться антиконкурентными, если их совершает доминирующая/монополистическая компания без объективных причин, относятся:

- установление неоправданно высоких цен;
- продажа по неоправданно низким ценам (ниже себестоимости) с целью предотвратить выход на рынок нового конкурента;
- соглашение, по которому покупка одного товара обязывает купить другой товар;
- отказ от заключения договора с клиентом;
- заключение соглашений, требующих предоставления исключительных прав на закупку или продажу (без конкурентов);
- структурирование бонусов/скидок таким образом, чтобы наказать клиентов, если они не купят все необходимые им товары или услуги у доминирующей компании.

**Если наша компания имеет очень сильную позицию на рынке по какому-либо конкретному продукту, сотрудники не должны заключать контракты на продукты или услуги с вышеперечисленными условиями (или отказываться от заключения**



контракта) ПЕРЕЖДЕ, чем получают юридическую консультацию в вашем региональном Юридическом департаменте.

## **В. ПОТЕНЦИАЛЬНО КОНФИДЕНЦИАЛЬНЫЕ ОБЛАСТИ**

### **1. Социальное взаимодействие с конкурентами**

Если вы вступаете в социальное взаимодействие с конкурентом, вы должны позаботиться о том, чтобы эти взаимодействия никогда не затрагивали такие конфиденциальные вопросы ведения бизнеса, как цены, затраты, условия продажи, бизнес-планы, поставщики, клиенты, территории, производительность, производство или любые другие темы, которые могут рассматриваться как конфиденциальные с точки зрения конкуренции, за исключением тех случаев, когда такие взаимодействия заранее одобрены региональным Юридическим департаментом.

### **2. Торговые ассоциации и отраслевые мероприятия**

Торговые ассоциации и отраслевые мероприятия собирают участников из определенной отрасли, чтобы обсудить вопросы, представляющие общий интерес. Однако на этих встречах в рамках ассоциации и отраслевых мероприятиях конкуренты могут обсуждать темы, которые ведут к возможному нарушению законодательства о конкуренции. Перед вступлением в торговую ассоциацию сотрудники должны пройти обучение или получить инструктаж от регионального Юридического департамента и в дальнейшем регулярно сверяться с полученными рекомендациями. После вступления в торговую ассоциацию сотрудники должны позаботиться о том, чтобы перед каждой встречей была подготовлена письменная повестка и чтобы темы дискуссий соответствовали этой повестке. Компания рассчитывает, что если во время встречи будут обсуждаться конфиденциальные с точки зрения конкуренции темы, сотрудники незамедлительно проинформируют об этом региональный Юридический департамент.

### **3. Обмен информацией**

Любой обмен информацией с конкурентом, включающий непубличные, текущие или прогностические, необобщенные или специфические для фирмы данные, которые, следовательно, могут рассматриваться как в той или иной степени конфиденциальные с точки зрения конкуренции, влечет за собой потенциальные риски нарушения законодательства о конкуренции. Любой обмен конфиденциальной с точки зрения конкуренции информацией между конкурентами должен пройти оценку в региональном Юридическом департаменте на предмет рисков в области конкуренции и быть структурированным таким образом, чтобы минимизировать ущерб для свободной конкуренции.

### **4. Совместные предприятия, консорциумы, слияние и поглощение, соглашения о сотрудничестве с конкурентами и другие законные виды совместной деятельности с конкурентами**

Хотя создание совместного предприятия или консорциума с участием конкурентов может быть законной формой повышения эффективности конкуренции, такие соглашения потенциально порождают значительные проблемы с точки зрения законодательства о конкуренции. Из-за рисков нарушения конкурентного законодательства, связанных с подготовкой и выполнением таких соглашений, с самого начала обсуждения данного вопроса к нему должен привлекаться сотрудник регионального Юридического департамента. Региональный Юридический департамент обязан следить за тем, чтобы дискуссии,

переговоры, коммуникации и собственно предложенный бизнес-проект не препятствовали конкуренции, а также обеспечить соответствие документооборота, коммуникаций и собственно реализации заключенного соглашения требованиям законодательства о конкуренции.

## **5. Проблемы эталонного анализа**

Эталонный анализ – это структурированное сравнение идей, процессов, подходов и методов. Он может стать полезным для конкуренции инструментом, если должным образом проводится: (i) уполномоченной исследовательской или консалтинговой организацией, использующей определенные защитные меры, или (ii) с использованием исключительно открытой информации либо информации, предоставленной потребителем на законном основании. В то же время, если эталонный анализ проводится без тщательного соблюдения этих защитных мер, то его можно использовать как средство обмена конфиденциальной с точки зрения конкуренции информацией в нарушение конкурентного законодательства. Перед тем, как принять или согласиться принять участие в проведении какого-либо эталонного анализа (кроме как в случаях, описанных в пунктах (i) и (ii) выше), вы должны получить предварительное разрешение регионального Юридического департамента. Если у вас возникают вопросы или сомнения относительно того, не нарушает ли эталонное исследование и/или сравнительный анализ данную политику, вы обязаны связаться с региональным Юридическим департаментом.

## **6. Вертикальные деловые отношения с конкурентами**

Вы можете столкнуться с ситуацией, когда компания-конкурент SEG является также ее поставщиком, дистрибьютором или имеет другие, отдельные отношения с SEG, не связанные с продуктами/областями, в которых конкурируют эти компании. Вы должны проследить, чтобы любые коммуникации с таким конкурентом ограничивались исключительно «вертикальными» деловыми отношениями с SEG (т.е. покупатель/поставщик, дистрибьютор/потребитель и т.д.), не затрагивая другие области, где мы являемся конкурентами. Если вы не уверены, допустимо ли взаимодействовать с одним из таких конкурентов по определенному вопросу, важно обратиться за консультацией в региональный Юридический департамент, чтобы получить необходимую рекомендацию и применить соответствующие меры защиты, включая соглашения о неразглашении и внутренние системы ограничения доступа.

## **С. КОНТРОЛЬ СОБЛЮДЕНИЯ**

Нарушение конкурентного законодательства влечет за собой серьезные последствия как для компании, так и для сотрудника, причастного к такому нарушению.

### **1. Последствия для компании**

#### **1.1. Штрафы**

Нарушение конкурентного законодательства может повлечь за собой значительные штрафы. Например, в Европе штраф может составлять до 10% от нашего объема продаж во всем мире. В США штрафы за нарушение федерального антимонопольного законодательства могут составлять 100 миллионов долларов, а в тех случаях, когда прибыль или убытки от такого нарушения в два раза превышают эту сумму, то и гораздо больше. Штрафы также могут быть наложены за нарушение законов штата, и эти штрафы могут быть очень высокими.

#### **1.2. Компенсация клиенту**

Пострадавшие частные лица также могут подать иск на SEG в суд, чтобы получить компенсацию за ущерб, который им нанесла компания SEG и ее конкуренты. В некоторых юрисдикциях, например в США, частные лица могут получить «возмещение ущерба в тройном размере» (сумма возмещения ущерба, в три раза превышающая сумму переплаты, которую пострадавшая сторона заплатила SEG и ее конкурентам в результате нарушения).

#### **1.3. Стоимость расследований и судебных разбирательств**

Финансовые затраты на разбирательство в антимонопольных органах, а также на последующие действия по возмещению частного ущерба могут быть весьма высокими, и это практически сразу накладывает финансовое бремя на компании SEG.

#### **1.4. Нарушение управления**

Проведение расследований и разбирательств дестабилизирует работу компании и может отразиться на сроках принятия управленческих решений, а также на повседневной операционной деятельности, то есть, ключевые решения могут не приниматься вовремя или приниматься неправильно.

#### **1.5. Ущерб для репутации**

Мы не должны забывать об ущербе для нашей репутации, который может нанести участие в подобной противоправной деятельности. В современном мире, где получили самое широкое распространение социальные сети и интернет, нашей репутации можно очень быстро нанести реальный или потенциальный ущерб. Если нас уличат в ведении антиконкурентной деятельности, это может иметь серьезные последствия для нашей репутации не только среди наших клиентов, но и в глазах широкой общественности, что повлияет на нашу возможность набирать персонал.

## **2. Последствия для отдельных лиц**

В некоторых юрисдикциях нарушение конкурентного законодательства является уголовным преступлением и может привести к тюремному заключению отдельных сотрудников. В США, например, власти чрезвычайно жестко реагируют на нарушение антимонопольных законов, привлекая к ответственности отдельных руководителей даже в тех случаях, когда все противоправные действия такого рода происходят за пределами США, а тюремные сроки являются распространенной практикой и могут достигать 10 лет (при этом осужденных могут экстрадировать и поместить в места лишения свободы на территории США). В других юрисдикциях все чаще используют правоохранительные органы для того, чтобы наказать картельное поведение.

## **D. ПРАКТИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ – ЧТО ДЕЛАТЬ И ЧЕГО НЕ ДЕЛАТЬ**

### **Сотрудники обязаны:**

- Обсуждать любые вопросы или опасения, связанные с конкуренцией, с региональным Юридическим департаментом.
- Соблюдать требования законодательства о конкуренции и пройти всю необходимую подготовку.
- Прекратить разговоры, особенно с конкурентом, если вы подозреваете, что могут быть затронуты неприемлемые области, по которым у вас есть сомнения в законности. Вы обязаны:
  - (i) немедленно проинформировать это лицо о том, что данное обсуждение является прямым нарушением настоящей Политики;
  - (ii) немедленно закончить обсуждение и/или покинуть его, попросив отметить ваш уход;
  - (iii) немедленно зафиксировать свои действия;
  - (iv) как можно скорее после этого связаться с Юридическим департаментом по поводу деталей данного обсуждения.
- Немедленно докладывать региональному Юридическому департаменту обо всех обсуждениях, затрагивающих указанные выше темы.

### **Сотрудникам запрещается:**

- Обсуждать с конкурентами SEG цены, сроки изменения цен, затраты, маржу, условия предоставления скидок и бонусов, производственные возможности, коммерческие предложения, новые проекты, стратегии, бизнес-планы, поставщиков, потребителей, а также любую другую конфиденциальную с точки зрения конкуренции информацию. Этот запрет действует в любое время и в любом месте, включая торговые ассоциации, деловые мероприятия и социальные сети.
- Шутить или использовать двусмысленные или гипотетические формулировки, которые могут быть истолкованы как предложение, выражение согласия или понимания в отношении: совместного установления цен или других условий продажи (включая условия кредитования или скидки); фиксации или согласования конкурсных предложений (или соглашений о неучастии в торгах); распределения рынков или клиентов; сокращения или контролирования производства или выпуска продукции; бойкота, штрафных санкций или иных дискриминационных мер по отношению к другой компании или лицу.
- Договариваться с клиентом или конкурентом не вести дел с другими компаниями.
- Договариваться с конкурентом о найме или подборе сотрудников (включая договоренности не нанимать и не подбирать сотрудника) либо об условиях найма.
- Участвовать в любом из следующих видов деятельности без согласования с региональным Юридическим департаментом:
  - (i) ограничивать территорию или цену, на/по которой клиент может перепродавать продукцию нашей компании;
  - (ii) ограничивать круг лиц или компаний, которым клиент может перепродавать продукцию нашей компании;
  - (iii) требовать от клиента, приобретающего один продукт или услугу, приобрести еще один продукт или услугу (связанное соглашение);

- (iv) запрещать клиенту покупать у ваших конкурентов (соглашение об исключительном праве на сбыт); и/или
- (v) вести деятельность, которую можно расценить как злоупотребление доминирующим положением.

## **Е. ЗАКЛЮЧЕНИЕ**

Настоящая политика возлагает ответственность за соблюдение конкурентного законодательства на каждого директора, должностное лицо, руководителя и сотрудника.

Настоящая политика предназначена для того, чтобы помочь вам понимать и выполнять ваши обязанности по соблюдению Кодекса поведения SEG.

Настоящая политика предназначена не для того, чтобы сделать вас экспертом, а чтобы помочь вам выявить проблемы, связанные с соблюдением законов о конкуренции, которые могут возникнуть в ходе выполнения вами своих должностных обязанностей.

Приведенные выше практические рекомендации не охватывают все виды соглашений или договоренностей, которые были признаны нарушением конкурентного законодательства.

Вы обязаны сообщать своему региональному Юридическому департаменту о любых соглашениях, деловых отношениях или коммерческих возможностях, которые могут вызвать проблемы с соблюдением конкурентных норм.