

Сумітомо Електрик Груп (Sumitomo Electric Group)

ГЛОБАЛЬНА АНТИТРЕСТІВСЬКА І АНТИМОНОПОЛЬНА ПОЛІТИКА

Терміни «антитрестівська» та «антимонопольна», як правило, взаємозамінні і вживаються для позначення законів, що забороняють недобросовісну (антиконкурентну) поведінку. Однак термін «антитрестівська», в основному, використовується в Сполучених Штатах (США), в той час як «антимонопольна» – в більшості інших юрисдикцій. Задля кращого розуміння, термін «антимонопольна» буде використовуватися для позначення як «антитрестівської», так і «антимонопольної» політики, якщо не посилатися на окремі закони США.

ЛИСТ ПРЕЗИДЕНТА

Шановні колеги,

У нашому Кодексі ділової етики я посилався на славу історію компанії Сумітомо Електрик Груп (Sumitomo Electric Group, або «SEG»), яка охоплює понад 120 років. Я говорив про Дух Сумітомо, в якому виражено наше прагнення до досконалості в роботі та доброчесності в корпоративній поведінці. При веденні бізнесу ми діємо не тільки в рамках букви законів та правил, але також відповідно до найвищих етичних норм.

Складовою частиною наших стандартів є активна конкуренція при дотриманні етики ведення бізнесу. «Активно конкурувати» з дотриманням етичних норм означає, що ми будемо прагнути вигравати справи та замовлення, але ми маємо це робити не таємно, не змовляючись чи погоджуючи з нашими конкурентами будь-що протизаконне. Іншими словами, ми завжди повинні встановлювати ціни та вести бізнес незалежно.

Ця Глобальна антитрестівська та антимонопольна політика SEG доповнює наш Кодекс Корпоративної Етики. Тут потрібно нагадати всім нашим працівникам, що де б вони не були, вони мають знати та виконувати закони про конкуренцію кожної країни. Керівництво кожної компанії SEG повинно впроваджувати цю Політику та забезпечувати виконання цієї Політики всіма нашими працівниками.

Наш Юридичний департамент та Управління Комплаєнсу та ризик-менеджменту і з оцінки ризиків розробили цю Політику для того, щоб всі працівники знали і розуміли основні проблеми та виявляли загрозові ситуації. Наші регіональні юридичні департаменти, які розташовані по всьому світу, можуть допомогти вам у розумінні та дотриманні цих норм. SEG має комплексну антитрестівську програму та програму відповідності вимогам антимонопольного законодавства, і ця Політика є важливою складовою частиною цієї програми. Ми проводимо навчання кожного працівника особисто або в режимі онлайн. Ви повинні регулярно відвідувати ці заняття, не шкодуючи свого часу. Далі, вам треба зрозуміти, як антимонопольне законодавство може впливати на наш бізнес та на вас.

Я прошу кожного з вас взяти на себе особисте зобов'язання працювати відповідно до Духу Сумітомо та вимог цієї Політики.

ПОЛОЖЕННЯ ГЛОБАЛЬНОЇ АНТИТРЕСТІВСЬКОЇ І АНТИМОНОПОЛЬНОЇ ПОЛІТИКИ SEG

Антимонопольне законодавство покликане сприяти конкуренції між компаніями та забезпечити справедливі і вільні ринкові відносини.

SEG прийняла антитрестівську і антимонопольного програму (додаток до нашого Кодекс Корпоративної Етики), керуючись двома цілями. По-перше, визначити та довести до відома всіх політику SEG щодо дотримання антимонопольного законодавства. По-друге, запобігти порушенням цього антимонопольного законодавства.

Ця програма відповідності включає наступні основні принципи:

- Усі працівники, керівники, директори та службовці SEG відповідають за дотримання всіх діючих антимонопольних законів;
- Працівники SEG не повинні брати участь та не дозволяти іншим працівникам брати участь, схвалювати чи допускати будь-яких дій, що порушують діюче антимонопольне законодавство або Глобальну антитрестівську і антимонопольну політику SEG;
- Працівники на керівних посадах несуть особисту відповідальність не лише за власні дії, але й за поведінку своїх підлеглих. Тому кожен керівник повинен звернути особливу увагу на впровадження відповідної системи внутрішнього контролю для зменшення ризиків порушення законодавства про захист конкуренції;
- Будь-який працівник, який порушує Глобальну антитрестівську і антимонопольну політику SEG, може зазнати дисциплінарного стягнення, аж до звільнення; і
- за необхідності, SEG надаватиме матеріали та освітні програми, в яких пояснюється, як працівнику діяти на практиці, якщо він зіткнеться з проблемами конкуренції при виконанні своїх щоденних обов'язків.

SEG не потурає вчинкам, які могли б призвести до порушення законодавства про захист конкуренції, і жоден керівник вищої або нижчої ланки не повинен давати вказівок, які йдуть всупереч цьому.

А. ОГЛЯД АНТИТРЕСТІВСЬКОГО ТА АНТИМОНОПОЛЬНОГО ЗАКОНОДАВСТВА

1. Вступ

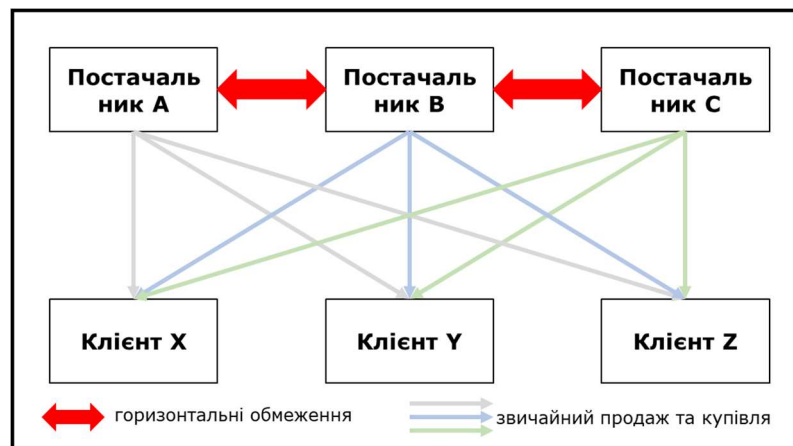
Антимонопольне законодавство вже прийняли понад 120 країн світу. В різних законах цих країн є загальні принципи. Працівники SEG повинні виконувати антимонопольне законодавство, що діє в тих країнах, в яких вони працюють. В багатьох країнах органи, які займаються питаннями конкуренції, застосовують свої правила щодо порушень законодавства про захист конкуренції, які мали місце за межами відповідної юрисдикції, якщо вони вважають, що такі вчинки шкодять споживачам у їхній країні. У деяких країнах, наприклад в США, певні дії, такі як цінова змова конкурентів, завжди вважаються незаконними незалежно від шкоди для споживачів. Треба обов'язково проконсультуватися в регіональному Юридичному департаменті, щоб дізнатися, яке антимонопольне законодавство застосовується в конкретному випадку.

Антимонопольне законодавство зазвичай має однакові цілі:

- 1) Вам треба визначити компанії, які ефективно працюють на ринках і пропонують конкурентоспроможні ціни, вибір товару та інновації. Це означає, наприклад, що покупці повинні мати коло незалежних конкуруючих продавців, які не діють спільно для зниження ступеня конкуренції. Так само, продавець повинен мати конкуруючих покупців, які діють в своїх інтересах і прагнуть зменшити свої витрати;
- 2) Забезпечте те, щоб ваш бізнес, який працює на ринку, не чинив сильного тиску на конкурентів та клієнтів цього ринку (наприклад, через монополію чи олігополію), та щоб бізнес не завдавав шкоди конкурентам через антиконкурентні дії; і
- 3) Забезпечте те, щоб компанії не здійснювали злиття чи поглинання, якщо такі угоди суттєво зменшать конкуренцію та створять не вигідні умови для споживачів.

2. Робота з конкурентами (горизонтальні обмеження)

Коли конкуренти працюють на одному рівні у ланцюгу поставок, то угоди між конкурентами називаються «горизонтальними обмеженнями» (показано червоними стрілками).



Головна передумова антимонопольного законодавства полягає в тому, що кожна компанія повинна приймати свої бізнес-рішення незалежно від конкурентів. Угоди з конкурентами, такі як домовленість про встановлення цін, розподіл клієнтів або ринків, фальсифікація пропозицій або бойкотування інших учасників ринку або потенційних учасників, вважаються настільки шкідливими для споживачів, що органи, які займаються справами конкуренції, автоматично вважають їх незаконними.

2.1. Що означає домовленість?

Домовленість між конкурентами з порушенням антимонопольного законодавства включає не тільки формальну угоду, але й будь-яку неофіційну згоду (рукописання, взаєморозуміння, висловлювання, дружню бесіду в барі, бесіду під час гри в гольф тощо, коли інформація, яка може вплинути на конкуренцію, розповсюджується з метою узгодження певних дій на ринку). Про домовленість можна здогадатися з огляду на поведінку або на інші обставини. Насправді, про більшість незаконних угод можна здогадатися з непрямих доказів (наприклад, двоє конкурентів спілкувались один з одним і ніби ні про що не домовилися, але пізніше приймали участь у корпоративних діях) або з поведінки (наприклад, дві компанії постійно підвищують або знижують ціни одночасно або оголосили про такі зміни одночасно). Обмін інформацією, яка може вплинути на конкуренцію, може не виглядати угодою, але антимонопольний орган може вважати це доказом незаконної домовленості. І навіть коли незаконної домовленості не було досягнуто, спілкування з конкурентом може викликати підозру про укладення антиконкурентної угоди, що може стати причиною розслідування чи позову проти нас. Крім того, в деяких юрисдикціях обмін інформацією, яка може вплинути на конкуренцію, вже є порушенням антимонопольного законодавства.

2.2. Хто такий конкурент?

Конкурентом є інша компанія, якщо вона конкурує з нами на наших ринках збуту (силові кабелі, волоконні кабелі, дротяні джгути тощо), якщо вона конкурує у закупівлі товарів і послуг, або якщо вона конкурує з нами за працівників на ринку праці. Часто клієнти якоїсь частини нашого бізнесу стають конкурентами для інших частин нашого бізнесу.

2.3. Види антиконкурентних угод (або картелів) між конкурентами

- I) **Угоди про встановлення продажних цін.** Укладання угоди з конкурентом щодо встановлення цін або конкурентних умов – це завжди незаконно. В багатьох країнах, включаючи Японію, США та Великобританію, особи, які беруть участь в укладанні угод про встановлення цін, можуть потрапити до в'язниці. Встановлення фіксованих цін відноситься не лише до самих цін, а й до інших умов, які впливають на ціни, наприклад, плата за доставку, знижки, ставки фінансування або послуги. Крім того, у багатьох країнах угода з конкурентом, яка обмежує або іншим чином встановлює однакові умови роботи для дійсних чи потенційних працівників, також є незаконною. Прошу проконсультуватися зі своїм регіональним Юридичним департаментом щодо такої ситуації.
- II) **Угоди про розподіл ринків або клієнтів.** Укладати угоду з конкурентом (або конкурентами) про поділ ринків незаконно. Такими угодами конкуренти розподіляють між собою конкретних замовників або типів замовників, товарів чи територій. Постачальник може самостійно вирішити, чи мати йому справу з конкретним замовником, але постачальники не можуть домовлятися про клієнтів, яким вони будуть поставляти товар, чи про потенційних клієнтів.
- III) **Цінова змова.** Незаконним є укладання угоди з конкурентом щодо вартості (включаючи приблизну вартість), термінів та умов пропозицій або методів, за якими будуть подаватися чи визначатися пропозиції. Незаконна цінова змова також включає домовленість або згоду між конкурентами щодо: (i) передачі проектів/замовлень або пропозицій між конкурентами; (ii) визначення, хто подаватиме пропозиції, а хто не подаватиме пропозиції, або хто яким клієнтам подаватиме пропозиції, або хто подаватиме кращі пропозиції, а хто подаватиме гірші пропозиції; або (iii) визначення цін, за якими будуть надавати пропозиції окремі конкуренти. У деяких випадках навіть обмін інформацією стосовно пропозиції або стосовно автора пропозиції може вважатися незаконним. Прошу проконсультуватися зі своїм регіональним Юридичним департаментом щодо такої ситуації.
- IV) **Обмін між конкурентами інформацією, яка може вплинути на конкуренцію.** У багатьох юрисдикціях обмін певними видами інформації, яка може вплинути на конкуренцію (наприклад, інформацією про майбутні ціни або комерційну стратегію, які не є загальнодоступними), карається як картель. Навіть надсилання відкритої інформації безпосередньо конкуренту може каратися, оскільки це вважатиметься спробою впливу на стратегію конкурента (паралелізм).
- V) **Бойкот.** Бойкот – це угода між двома або більше конкурентами про відмову задля антиконкурентних цілей від ведення бізнесу з третьою стороною, будь то інший конкурент, замовник чи постачальник. Прикладами бойкоту є відмова від постачання товару «торговцю, що

знижує ціну», або дискаунтеру, або виключення конкурента з торговельної асоціації чи організації, яка встановлює стандарти.

2.4. Законні угоди з конкурентами

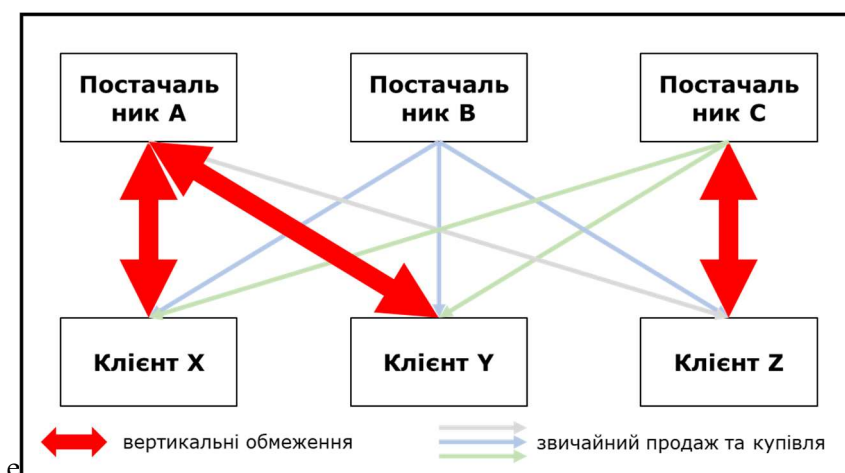
Для обговорення питань або угоди з конкурентами можуть бути законні причини, наприклад:

- замовник прямо просить конкурентів надати пропозиції для вирішення окремої технічної проблеми;
- спільна розробка, співпраця, спільні науково-дослідні роботи, спільні підприємства та угоди про консорціум для проекту, який є занадто ризиковим для самостійного виконання нашою компанією через недостатній потенціал, або якщо у нас немає технічних засобів чи навичок, або якщо замовник вимагає такої співпраці; і
- операції з конкурентом в районах, в яких конкурент не конкурує з нашою компанією (наприклад, купівля товару або послуги (або продаж товару або послуги) в тій місцевості, в якій наша компанія та покупець/продавець не конкурують).

У всіх випадках, коли є причини для обговорення або, можливо погодити питання з конкурентом, ви **повинні** проконсультуватися з вашим регіональним Юридичним департаментом, перш ніж брати участь в обговоренні питання з вашим конкурентом.

3. Вертикальні обмеження

Угоди між сторонами, які працюють на різних рівнях ланцюга постачання, називаються «вертикальними обмеженнями» (позначено червоними стрілками).



Вертикальні обмеження відносяться до певних видів діяльності виробників чи постачальників щодо перепродажу своєї продукції, оскільки існує обмеження щодо того, як інша сторона може використовувати цю продукцію.

3.1. Підтримання роздрібних цін на певному рівні

Домовленість з дистриб'юторами та оптовими торговцями про надбавки на товар для їхніх клієнтів, часто вважається незаконною. Наша компанія не буде вилучати у клієнтів угоди щодо ціни або мінімальної ціни, за якою клієнт буде перепродавати товар без попереднього затвердження у регіональному Юридичному департаменті.

3.2. Інші вертикальні обмеження

Загалом, можуть бути незаконними наступні види вертикальних обмежень, залежно від того, наскільки вони завдають шкоди конкуренції на відповідному ринку:

- угода, що вимагає від постачальника вести справи виключно з нашою компанією або обмежує постачальника в можливості продавати свої товари чи послуги конкурентам SEG;
- домовленість з дистриб'юторами та оптовими торговцями про території, на яких продавець може перепродавати продукцію, або про клієнтів, яким продавець може перепродавати продукцію;
- угода, за якою наша компанія обмежує коло юридичних осіб або фірм, у яких наші клієнти можуть купувати товари чи послуги, або намагається обмежити права наших клієнтів купувати товари та послуги інших фірм; або
- продаж одного й того ж товару різним клієнтам за різними цінами, або за різних умов протягом одного і того ж періоду.

Перш ніж укласти таку угоду, вам треба обговорити усі питання зі своїм регіональним Юридичним департаментом.

4. Зловживання домінуючим становищем

Немає нічого незаконного чи неправильного в тому, що компанія прагне стати успішною, використовуючи законні засоби, наприклад, патенти. Однак антимонопольне законодавство, як правило, забороняє обмежувальні дії монополістів (наприклад, Японія та США) або зловживання своєю сильною позицією на ринку (наприклад, Японія, ЄС та багато інших країн).

Можна сказати, що компанії, які займають домінуюче місце на ринку, несуть особливу відповідальність за те, щоб своїми діями не фальсифікувати ринок. Антиконтурентними можуть вважатися наступні дії, які здійснює домінуюча/монополістична компанія без об'єктивного обґрунтування:

- призначення необґрунтовано високих цін;
- продаж за невиправдано низькими цінами (нижче собівартості) з метою запобігання виходу нового конкурента на ринок;
- додаткова угода до угоди на придбання іншого товару, що зобов'язує на придбання одного товару;
- відмова від укладення договору з замовником;

- призначення ексклюзивних вимог щодо купівлі чи продажу (без конкуренції); або
- структурування знижок/дисконту таким чином, щоб можна було покарати клієнтів, якщо вони не будуть купувати все необхідне у домінуючій компанії.

Якщо наша компанія має дуже сильні позиції на ринку будь-якого конкретного товару, працівники не повинні укладати договори на продукцію чи послуги за вищезазначеними умовами (або відмовлятися укладати договори) ДО отримання юридичної консультації в вашому регіональному Юридичному департаменті.

В. ПОТЕНЦІАЛЬНО УРАЗЛИВІ СФЕРИ

1. Соціальні відносини з конкурентами

Якщо ви спілкуєтесь із конкурентом в побуті, ви повинні подбати про те, щоб такі відносини ніколи не стосувалися уразливих тем ведення бізнесу, таких як ціноутворення, витрати, умови продажу, бізнес-плани, постачальники, клієнти, території, потужність, виробництво, або будь-яких інших тем, які можна вважати уразливими з точки зору конкуренції, якщо вони заздалегідь не затверджені регіональним Юридичним департаментом.

2. Торговельні асоціації та галузеві заходи

Торговельні асоціації та галузеві заходи збирають учасників конкретної галузі для обговорення питань, що становлять спільний інтерес. Однак зустрічі на таких асоціаціях та галузевих заходах дають можливість конкурентам обговорювати теми, які можуть призвести до порушення антимонопольного законодавства. Перш ніж приєднатися до торговельної асоціації, працівники повинні пройти підготовку або отримати інструктаж регіонального Юридичного департаменту та постійно посилаються на цю підготовку чи інструктаж. Після того, як працівники приєдналися до торговельної асоціації, вони повинні письмового готувати порядок денний до кожного засідання та забезпечити відповідність теми обговорення порядку денному. Співробітники мають негайно повідомити регіональний Юридичний департамент, якщо під час зустрічей будуть вестись дискусії на теми, які стосуються уразливих до конкуренції питань.

3. Обмін інформацією

Обмін інформацією з конкурентом, яка не є загальнодоступною, поточною або перспективною, не є відібраною або специфічною для фірми, і тому вважається такою інформацією, яка може впливати на конкуренцію в певному відношенні, може призвести до підвищення ризику порушення законодавства про захист конкуренції. Обмін інформацією, яка може вплинути на конкуренцію, повинен оцінюватися регіональним Юридичним департаментом щодо ризику порушення законодавства про захист конкуренції, щоб мінімізувати шкоду для конкуренції.

4. Спільні підприємства, консорціуми, злиття та поглинання, угоди про співпрацю з конкурентами та інші законні спільні підприємства з конкурентами

Хоча створення спільного підприємства або консорціуму з конкурентом для покращення умов конкуренції може бути законним, така угода може викликати суттєві проблеми відносно законодавства про захист конкуренції. Через ризик порушення законодавства про конкуренцію, пов'язаний з укладанням та виконанням таких домовленостей, з початку переговорів необхідно залучити одного з членів регіонального Юридичного департаменту. Регіональний Юридичний департамент повинен забезпечити відповідність антимонопольному

законодавству переговорів, дискусій, листування та самого пропонованого об'єкту підприємницької діяльності, а також забезпечити відповідність документообігу та зв'язку.

5. Питання порівняльного аналізу ринкової практики

Порівняльний аналіз – це структуроване порівняння ідей, процесів, практик чи методів інших компаній. Він може бути конкуренто-орієнтованим інструментом, якщо його правильно застосовує: (i) легітимна дослідницька або консалтингова організація з дотриманням певних запобіжних заходів, або (ii) організація, яка використовує лише публічну інформацію або інформацію, законно надану замовником. Однак порівняльний аналіз, здійснений без ретельного дотримання запобіжних заходів, може призвести до обміну інформацією, яка впливає на конкуренцію з порушенням антимонопольного законодавства. Перед тим, як брати участь або погодитись на порівняльний аналіз, окрім випадків, описаних у пунктах (i) та (ii) вище, вам треба звернутися за дозволом до регіонального Юридичного департаменту. Якщо у вас є питання або сумніви щодо порушення цієї політики при проведенні опитування та/або дослідження, ви маєте звернутися до регіонального Юридичного департаменту.

6. Вертикальні ділові відносини з конкурентами

Ви можете зіткнутися з ситуацією, коли компанія, з якою конкурує SEG, також є постачальником, дистриб'ютором або має інше співвідношення з SEG, окрім товару/сфери, в якій компанії конкурують. Ваш зв'язок з таким конкурентом повинен суворо обмежуватися «вертикальними» діловими відносинами, які склалися з SEG (тобто, з покупцем/постачальником, дистриб'ютором/замовником тощо), за виключенням інших сфер, в яких ми конкуруємо. Якщо ви не впевнені, чи дозволено спілкування з одним із таких конкурентів на певну тему, то вам необхідно звернутися за консультацією до регіонального Юридичного департаменту і отримати відповідні поради та застосувати відповідні запобіжні заходи, включаючи угоди про нерозголошення та внутрішні заходи забезпечення конфіденційності.

C. ЗАХОДИ ВПЛИВУ

Наслідки порушення законодавства про захист конкуренції можуть бути серйозними як для компанії, так і для причетного до порушення працівника.

1. Наслідки для компанії

1.1. Штраф

За порушення антимонопольного законодавства накладаються значні штрафи. Наприклад, в Європі штраф може становити до 10% нашого світового обороту. У США штраф за порушення федерального антитрестівського закону може становити 100 мільйонів доларів США або й більше, якщо прибуток або збиток від порушення перевищує цю суму вдвічі. Штрафи можуть також стягуватися за порушення державного законодавства, і такі штрафи можуть бути дуже значними.

1.2. Відшкодування клієнтам

Постраждалі приватні особи також можуть подати позов на SEG до суду для отримання компенсації за шкоду, яку вони зазнали від SEG та її конкурентів. В деяких юрисдикціях, наприклад, в США, приватні особи можуть отримувати «відшкодування збитку в потрійному розмірі» (збитки, що дорівнюють трикратному розміру надбавки, яку вони заплатили SEG та його конкурентам внаслідок порушення).

1.3. Вартість розслідувань та судових процесів

Присуджені органами захисту конкуренції фінансові виплати, а також відшкодування збитків приватним особам у подальшому, можуть бути дуже високими, і це буде майже пряме фінансове навантаження на компанії SEG.

1.4. Порушення управління

Проведення розслідувань чи розгляд судових справ є руйнівним процесом, який впливає на час, що витрачається на управління та на повсякденний бізнес. Це означає, що ключові рішення можуть відкладатися або не прийматися.

1.5. Підрив репутації

Не треба забувати про шкоду нашій репутації, яку може нанести незаконна діяльність. У нову епоху, коли соціальні мережі та Інтернет стали широко доступними, фактична або потенційна шкода нашій репутації може бути нанесена дуже швидко. Якщо виявиться, що ми застосовували антиконкурентні дії, то це значно підірве нашу репутацію не тільки серед клієнтів, а також буде мати широкий відгук у громадськості і вплине на наші можливості набирати персонал.

2. Наслідки для фізичних осіб

Порушення антимонопольного законодавства є кримінальним злочином в деяких юрисдикціях і може призвести до ув'язнення окремих працівників. США, наприклад, вкрай рішуче налаштовані на притягнення до відповідальності окремих посадових осіб за вчинення антитрестівських порушень, навіть якщо вони відбуваються за межами США, а тюремні вироки, зазвичай, становлять до 10 років (людей можуть екстрадувати і ув'язнити в США). Інші юрисдикції все частіше використовують свої повноваження для покарання винних в картельних змовах.

D. ПРАКТИЧНІ РЕКОМЕНДАЦІЇ – ЩО ДОЗВОЛЯЄТЬСЯ І ЩО НЕ ДОЗВОЛЯЄТЬСЯ

Співробітники повинні:

- Обговорювати всі питання стосовно конкуренції з регіональним Юридичним департаментом.
- Дотримуватися вимог антимонопольного законодавства і пройти всі рекомендовані тренінги.
- Припинити розмову, особливо з конкурентом, якщо ви припускаєте, що розмова може торкатися тих тем, в законності яких ви сумніваєтесь. Ви повинні:
 - (i) негайно повідомити особу про те, що таке обговорення є прямим порушенням нашої Політики;
 - (ii) негайно закінчити обговорення та/або вийти з дискусії і попросити, щоб ваш відхід відзначили;
 - (iii) негайно викласти свої дії письмово; і
 - (iv) якнайшвидше після цього звернутися до регіонального Юридичного департаменту відносно подробиць цієї розмови.
- Про всі розмови, що стосуються вищезазначених тем, повідомляйте безпосередньо в регіональний Юридичний департамент.

Співробітники не повинні:

- Обговорювати ціни, терміни зміни цін, витрати, знижки, умови знижок та акцій, обсяги, пропозиції бізнес-партнерам, нові проекти, стратегії, бізнес-плани, постачальників, клієнтів та будь-яку іншу інформацію, яка може вплинути на конкурентів SEG. Ця заборона діє на постійній основі і скрізь, включаючи торгові асоціації, ділові вечірки та соціальні мережі.
- Жартувати або використовувати неоднозначні або абстрактні висловлювання, які можуть тлумачитися як пропозиція або висловлювання про домовленість чи розуміння щодо: спільного встановлення цін або інших умов продажу (включаючи умови кредитування та знижки); встановлення або домовленості про пропозиції (або домовленості не надавати пропозиції); розподілу ринків або клієнтів; зменшення або контролю над виробництвом чи виходом продукції; або бойкотування, штрафування чи дискримінування іншої компанії чи особи іншим чином.
- Домовлятися із замовником або конкурентом про те, щоб не мати справ з іншими компаніями.
- Домовлятися з конкурентом щодо найму чи набору працівників (включаючи домовленість не приймати на роботу або приймати на роботу працівника) або щодо умов працевлаштування.
- Займатися вказаною нижче діяльністю без погодження з регіональним Юридичним департаментом:
 - (i) обмежувати територію, на якій клієнт може перепродати продукцію або ціну, за якою клієнт може перепродати продукцію нашої компанії;

- (ii) обмежувати коло осіб або компаній, яким клієнт може перепродати продукцію **нашої** компанії;
- (iii) вимагати від замовника, який купує один товар чи послугу, придбати інший товар чи послугу (зобов'язуюча домовленість);
- (iv) забороняти клієнту купувати товар у ваших конкурентів (укладати угоди про виключне право на збут); та/або
- (v) займатися діяльністю, яка може виглядати як зловживання домінуючим становищем.

Е. ВИСНОВОК

Ця Політика зобов'язує кожного директора, посадову особу, керівника та працівника дотримуватися антимонопольного законодавства.

Ця Політика покликана допомогти вам зрозуміти відповідальність за дотримання Кодексу ділової етики SEG і втілювати цю Політику в життя.

Ця Політика не зробить вас експертом, а скоріше допоможе визначити пов'язані з конкуренцією проблеми, які можуть виникнути в ході виконання ваших обов'язків.

Описані вище практичні рекомендації не охоплюють всіх видів домовленостей чи угод, які вважаються порушенням законодавства про захист конкуренції.

Про всі угоди, ділові відносини або напрямки діяльності, які можуть викликати проблеми із захистом конкуренції, ви повинні сповіщати свій регіональний Юридичний департамент.