



Zgodność z przepisami antymonopolowymi

A. OMÓWIENIE

B. ZASTOSOWANIE

C. ZASADY

D. PROCEDURY

E. ODNIESIENIA



Kodeks etyki



A. OMÓWIENIE

Firma oraz jej pracownicy ściśle przestrzegają wszelkich przepisów prawa antymonopolowego (w niektórych krajach nazywanego prawem konkurencji) obowiązujących w miejscach, w których prowadzimy działalność. Przepisy te zostały stworzone, aby wspierać konkurencję i chronić konsumentów przed nieuczciwymi porozumieniami oraz praktykami biznesowymi. Naruszenie przepisów prawa antymonopolowego może skutkować dotkliwymi karami, w tym wysokimi grzywnami i ograniczeniami nakładanymi na spółkę, jak również karami grzywny i pozbawienia wolności dla poszczególnych osób. Pozwy mogą być składane nie tylko przez rząd, ale także przez podmioty prywatne. Przyznawane odszkodowania mogą być bardzo wysokie (podobnie jak honoraria prawników, których trzeba opłacić nawet w przypadku, gdy spółka wygra proces). Każdy pracownik spółki (bez względu na to, jaką pozycję zajmuje) jest zobowiązany do przestrzegania obowiązujących przepisów prawa antymonopolowego.

B. ZASTOSOWANIE

Niniejsze zasady mają zastosowanie w przypadku wszystkich pracowników oraz działań spółki, jej podmiotów stowarzyszonych, oddziałów oraz innych podmiotów biznesowych kontrolowanych przez spółkę na całym świecie.

C. ZASADY

Firma oraz jej pracownicy będą ściśle przestrzegać wszelkich przepisów prawa antymonopolowego. Każdy pracownik musi przestrzegać zasad i procedur antymonopolowych firmy, w tym zasad obowiązujących w poszczególnych jednostkach biznesowych. Spółka oraz jej jednostki biznesowe będą przeprowadzać okresowe szkolenia antymonopolowe (w tym w ramach programów dostępnych w Internecie), jak również oceny zgodności z przepisami antymonopolowymi. Celem takich działań jest upewnienie się, że dyrektorzy i pracownicy prowadzą działalność w sposób całkowicie legalny. Niniejsze szkolenie jest szczególnie ważne w przypadku pracowników, do obowiązków których należy kontaktowanie się z konkurentami, ustalanie cen, tworzenie polityki cenowej i warunków sprzedaży, a także działalność marketingowa.

Działalność poza Stanami Zjednoczonymi może podlegać przepisom prawa antymonopolowego obowiązującym w Stanach Zjednoczonych lub innych krajach. Podmioty prowadzące działalność poza Stanami Zjednoczonymi muszą przestrzegać wszystkich obowiązujących przepisów prawa antymonopolowego, w tym przepisów mających zastosowanie w lokalnej jurysdykcji, Stanach Zjednoczonych, a także innych krajach, na które może wpływać budzące wątpliwości postępowanie biznesowe. Informacje na temat wytycznych dotyczących poszczególnych regionów można znaleźć w dokumentach zawartych w **Sekcji E. — ODNIESIENIA**.

Przepisy prawa antymonopolowego są złożone, a ich zastosowanie w przypadku



działalności biznesowej lub transakcji zależy od wielu czynników. Jeśli wystąpi problem, należy odnieść się do niniejszych zasad i skonsultować z Działem prawnym. Aby uniknąć stworzenia wrażenia, że doszło do niewłaściwego postępowania, należy stosować się do poniższych wytycznych:

1. *Kontakty z konkurentami.* Nie należy uzgadniać ani omawiać z konkurentem lub potencjalnym konkurentem (definiowanym jako firma chcąca pozyskać klientów kosztem spółki) następujących kwestii (w postaci pisemnej, ustnej lub elektronicznej):
 - > cen oraz informacji dotyczących cen;
 - > polityki cenowej oraz proponowanych lub planowanych zmian cen;
 - > zniżek, upustów, kredytów oraz innych warunków sprzedaży;
 - > kosztów, zysków, marży zysku, możliwości oraz ich wykorzystania;
 - > przeszłych lub przyszłych planów dotyczących składania lub nieskładania ofert dotyczących konkretnych firm;
 - > bieżących lub planowanych badań, rozwoju, wprowadzenia na rynek nowego produktu, usprawnień oraz działań marketingowych;
 - > odmowy współpracy ze stroną trzecią (klientem, konkurentem oraz dostawcą);
 - > informacji dotyczących klienta.
2. *Transakcje.* Należy skonsultować się z Działem prawnym przed rozpoczęciem z konkurentem rozmów dotyczących spółek joint venture, fuzji, przejęć, zbycia, współpracy oraz transakcji dostawy.
3. *Informacje o konkurencji.* Nasze oddziały podejmują niezależne decyzje dotyczące sprzedaży produktów oraz usług, a także zaopatrzenia. Przed ustaleniem cen oraz warunków sprzedaży produktu lub usługi można zapoznać się z cenami i warunkami określonymi przez konkurentów. Jednak takie informacje należy pozyskiwać jedynie za pośrednictwem standardowych kanałów rynkowych, takich jak klienci oraz publicznie dostępne dane rynkowe, a nie bezpośrednio lub pośrednio od konkurentów. Należy udokumentować źródło, z którego pozyskano informacje dotyczące cen ustalanych przez konkurenta oraz inne dane. Więcej informacji można znaleźć w dokumencie Gromadzenie informacji o konkurencji — **Sekcja E. — ODNIESIENIA.**
4. *Stowarzyszenia handlowe.* Członkostwo w stowarzyszeniach handlowych często niesie ze sobą konieczność kontaktowania się z konkurentami, dlatego należy uzyskać na nie zgodę kierownictwa jednostki biznesowej oraz Działu prawnego. Wszelkie działania prowadzone w ramach takiego stowarzyszenia muszą być zgodne z wytycznymi opracowanymi przez spółkę, zasadami dotyczącymi stowarzyszeń handlowych obowiązującymi w jednostce



biznesowej pracownika, a także wytycznymi opracowanymi przez spółkę i zawartymi w Globalnym przewodniku po przepisach prawa antymonopolowego dla pracowników — **Sekcja E. — ODNIESIENIA**.

5. *Porozumienia zawierane z klientami oraz dostawcami.* Przepisy prawa antymonopolowego są mniej restrykcyjne, jeśli chodzi o porozumienia zawierane z podmiotami, które nie są konkurentami spółki (np. klientami, dystrybutorami, dostawcami itd.). Jeśli jednak firma ma dominującą pozycję na rynku, pewne porozumienia zawierane przez nią z klientami, dystrybutorami lub dostawcami mogą zostać uznane za godzące w konkurencję. Należą do nich między innymi porozumienia zawierające klauzulę najwyższego uprzywilejowania lub dotyczące transakcji na wyłączność, ustalania cen niższych niż koszty, sprzedawania produktów w pakiecie, powiązania jednego produktu (bądź usługi) z innym oraz rozwiązywania współpracy z klientem, dystrybutorem lub dostawcą, który może być potencjalnym konkurentem. Przed zawarciem takiego porozumienia należy skontaktować się z Działem prawnym i uzyskać jego zgodę.

D. PROCEDURY

W przypadku jakichkolwiek pytań dotyczących zgodności z przepisami antymonopolowymi lub niniejszych zasad należy skontaktować się z Działem prawnym. Szczegółowe omówienie przepisów antymonopolowych oraz zasad i procedur firmy, o których mowa w niniejszym dokumencie, można znaleźć w dokumentach zawartych w **Sekcji E. — ODNIESIENIA** (poniżej).

E. ODNIESIENIA

[Globalny przewodnik po przepisach prawa antymonopolowego dla pracowników](#)
[Gromadzenie informacji o konkurencji](#)