

## **Reguły postępowania w konkurencji (instrukcja na temat prawa konkurencji)**

21 czerwca 2022 r.

1.	Wprowadzenie .....	4
1.1.	Czym jest prawo konkurencji? .....	4
1.2.	Instrukcja w zakresie prawa konkurencji oraz informacje uzupełniające .....	5
2.	Zapobieganie naruszeniom prawa antymonopolowego .....	5
2.1.	Porozumienia ograniczające konkurencję i uzgodnione praktyki .....	6
2.1.1	Ograniczenia horyzontalne .....	6
2.1.1.1	Zmowy dotyczące cen lub warunków dostawy z aktualnymi lub potencjalnymi konkurentami (tzw. porozumienia horyzontalne).....	6
2.1.1.2	Porozumienia na temat podziału rynku z aktualnymi lub potencjalnymi konkurentami .....	7
2.1.1.3	Bojkot .....	7
2.1.1.4	Związki handlowe .....	8
2.1.1.5	Spółki joint venture .....	8
2.1.1.6	Przetargi .....	8
2.1.1.7	Wymiana informacji .....	9
2.1.2	Porozumienia wertykalne.....	10
2.1.2.1	Ceny odsprzedaży u dystrybutorów.....	10
2.1.2.2	Podział regionalny/wyłącznieść.....	11
2.1.2.3	Klauzula o zakazie konkurencji.....	12
2.1.2.4	Patenty, prawa własności, know-how lub marki.....	12
2.2.	Zakaz nieprawidłowego wykorzystywania dominującej pozycji na rynku .....	12
2.2.1	Dyskryminacja/różnicowanie warunków sprzedaży .....	13
2.2.2	Ograniczanie konkurencji.....	13
2.2.2.1	Wyłączne porozumienia o zaopatrzeniu .....	13
2.2.2.2	Rabaty lojalnościowe i rabaty o porównywalnym działaniu .....	13
2.2.2.3	Ceny dumpingowe.....	14
2.2.2.4	Transakcje wiązane .....	14
2.2.2.5	Transakcje pakietowe.....	14
2.2.2.6	Klauzula angielska.....	15
2.2.2.7	Odmowa dostaw .....	15
2.2.2.8	Dyskryminacja cenowa zależna od czynników geograficznych.....	16
2.3.	Zakaz wykorzystywania pozycji przedsiębiorstwa o stosunkowo dużej sile na rynku.....	16
2.3.1	Dyskryminacja/różnicowanie warunków sprzedaży .....	17
2.3.2	Rabaty lojalnościowe i rabaty o porównywalnym działaniu .....	17
2.3.3	Transakcje wiązane.....	18
2.3.4	Odmowa dostaw .....	18
2.3.5	Wypowiadanie umów.....	19

2.3.6	Dyskryminacja cenowa zależna od czynników geograficznych .....	19
3.	Postępowanie w przypadku podejrzenia naruszenia prawa antymonopolowego .....	19
4.	Dochodzenia związane z prawem antymonopolowym .....	21
5.	Nieuczciwa konkurencja .....	21
6.	Wejście w życie .....	22
	<b>Załącznik 1: Szablon formularza przeszukania siedziby firmy – recepcja .....</b>	<b>23</b>
	<b>Załącznik 2: Szablon formularza przeszukania siedziby firmy – kierownictwo firmy .....</b>	<b>25</b>
	<b>Załącznik 3: Wytyczne dla pracowników na temat przeszukania siedziby firmy .....</b>	<b>29</b>

## 1. Wprowadzenie

### 1.1. Czym jest prawo konkurencji?

Arbonia AG oraz jej spółki podrzędne (dalej określane łącznie nazwą „Arbonia”, a w przypadku pojedynczych spółek podrzędnych nazwą „spółka podrzędna”) zobowiązują się w swoim Kodeksie postępowania do uczciwego i opartego na kryteriach merytorycznych postępowania w konkurencji oraz nieangażowania się w niedozwolone praktyki konkurencyjne ani porozumienia sprzeczne z prawem antymonopolowym.

Prawo konkurencyjne danego kraju ma zastosowanie, kiedy w kraju tym dochodzi do naruszenia prawa konkurencji, nawet jeśli naruszenie to zostało zainicjowane poza jego granicami. Jako koncern działający na skalę globalną, Arbonia zobowiązuje się i dąży do przestrzegania wszystkich obowiązujących krajowych oraz międzynarodowych ustaw i przepisów związanych z prawem konkurencji.

Na tle złożonego ustawodawstwa i orzecznictwa dotyczącego prawa konkurencji niniejsza instrukcja ma za zadanie dodatkowo wzmocnić zrozumienie prawa konkurencji u wszystkich pracowników grupy Arbonia oraz przekazać konkretne wskazówki i zalecenia na temat postępowania w codziennej pracy. Pracownicy powinni być w stanie rozpoznawać oraz krytycznie oceniać sytuacje problematyczne z perspektywy prawa konkurencji, a także podejmować niezbędne kroki.

Konieczne jest, aby w takich przypadkach bezzwłocznie poinformować i włączyć odpowiednie kadry kierownicze oraz dział prawny grupy Arbonia. Dotyczy to zwłaszcza wszelkich porozumień zawieranych z aktualnymi lub potencjalnymi konkurentami i/lub długoterminowych porozumień dotyczących dostaw oraz zakupów z klientami i/lub dostawcami. Jednak inne rodzaje porozumień z partnerami biznesowymi, na przykład dotyczące współpracy w zakresie badań i rozwoju, także muszą zostać przeanalizowane pod kątem zgodności z prawem konkurencji.

Konkurencja między firmami jest siłą napędową naszej gospodarki, a tym samym niezbędnym warunkiem rozwoju, dobrobytu oraz dostępności miejsc pracy. Prawo antymonopolowe odgrywa istotną rolę w ochronie konkurencji. Prawo antymonopolowe zabrania niestosownych ograniczeń konkurencji, takich jak zmowy cenowe lub podział rynku między konkurentami, a także wszelkie formy nieprawidłowego wykorzystywania dominującej pozycji na rynku.

Każda spółka podrzędna musi zawsze we własnym zakresie ocenić, czy jej postępowanie jest zgodne z prawem antymonopolowym. Takie oceny nie zawsze są łatwe do przeprowadzenia. Zabronione są nawet uzgodnione praktyki lub nieformalne rozmowy, których celem lub skutkiem jest ograniczenie konkurencji. Należy unikać nawet pozorów takiego konspiracyjnego działania.

## 1.2. Instrukcja w zakresie prawa konkurencji oraz informacje uzupełniające

Odpowiedzialność za postępowanie zgodne z prawem konkurencji spoczywa na każdym pracowniku.

W przypadku wątpliwości należy zasięgnąć porady przełożonego lub kierownika działu Compliance albo złożyć zgłoszenie dotyczące postępowania istotnego z perspektywy prawa konkurencji.

*Prawo konkurencji musi być przestrzegane przez wszystkich pracowników grupy Arbonia na całym świecie. Na każdym pracowniku spoczywa odpowiedzialność za przestrzeganie przepisów prawa konkurencji. Naruszenia mogą zostać ukarane przez grupę Arbonia. Popołniający je pracownicy muszą liczyć się ze skutkami wynikającymi z prawa cywilnego i karnego oraz konsekwencjami dyscyplinarnymi, aż po rozwiązanie stosunku pracy bez wypowiedzenia. Arbonia w każdym przypadku zastrzega sobie prawo do zabezpieczenia się przed szkodami spowodowanymi przez pracowników popołniających naruszenie.*

Celem funkcjonującego systemu zgłoszeń (patrz także instrukcja dotycząca informowania o nieprawidłowościach) oraz uczulania pracowników na kwestie istotne z perspektywy prawa konkurencji jest wyeliminowanie lub ograniczenie negatywnych skutków dla grupy Arbonia oraz jej pracowników (patrz punkt 2), zgłaszanie i badanie wszystkich krytycznych incydentów związanych z prawem konkurencji oraz prawidłowe reagowanie w przypadku dochodzenia pod kątem zgodności z prawem kartelowym (patrz punkty 3 i 4).

## 2. Zapobieganie naruszeniom prawa antymonopolowego

Każde naruszenie prawa antymonopolowego niesie ze sobą poważne konsekwencje dla grupy Arbonia i jej pracowników. Za naruszenia prawa antymonopolowego grożą wysokie grzywny, po których często następują roszczenia o wysokie odszkodowania. Ponadto naruszenia prawa antymonopolowego prowadzą do unieważnienia umów, a tym samym mają negatywny wpływ na wizerunek i wiarygodność grupy Arbonia oraz/lub danej spółki podrzędnej w oczach klientów i opinii publicznej. W niektórych krajach naruszenia prawa antymonopolowego mogą grozić także sankcjami karnymi (np. karą więzienia). Z tego względu ważne jest, aby unikać wszelkich porozumień ograniczających konkurencję oraz uzgodnionych praktyk (patrz punkt 2.1), a także wszelkich form nieprawidłowego wykorzystywania dominującej pozycji na rynku (patrz punkt 2.2) lub pozycji przedsiębiorstwa o stosunkowo dużej sile na rynku (patrz punkt 2.3).

We wszelkich kontaktach biznesowych należy przestrzegać poniższych podstawowych zasad:

## 2.1. Porozumienia ograniczające konkurencję i uzgodnione praktyki

Jako niedozwolone w świetle prawa antymonopolowego uznawane są wszelkie rodzaje porozumień oraz uzgodnione praktyki między przedsiębiorstwami z różnych lub tych samych poziomów rynku, których celem albo skutkiem jest ograniczenie konkurencji.

Zakres prawa antymonopolowego obejmuje więc nie tylko pisemne porozumienia, lecz także zmony ustne i tzw. uzgodnione praktyki, czyli świadome lub zamierzone współdziałanie poszczególnych firm, które – choć nie stanowi jeszcze zawarcia rzeczywistego porozumienia – celowo wprowadza praktyczne współdziałanie w miejsce konkurencji wiążącej się z ryzykiem.

### 2.1.1 Ograniczenia horyzontalne

Ograniczenia horyzontalne to porozumienia lub uzgodnione praktyki pomiędzy przedsiębiorstwami, które działają na tym samym poziomie rynku, na przykład porozumienia między konkurentami lub potencjalnymi konkurentami, dotyczące m.in. zmów cenowych, ilościowych lub obszarowych.

#### 2.1.1.1 Zmony dotyczące cen lub warunków dostawy z aktualnymi lub potencjalnymi konkurentami (tzw. porozumienia horyzontalne)

##### ✘ **Działania zabronione:**

- bezpośrednio lub pośrednio ustawianie cen zakupu lub sprzedaży;
- wspólne uzgadnianie wzrostu lub obniżek cen lub koordynowanie ich w inny sposób;
- wspólne ustalanie cen minimalnych lub stałych albo określonych ram cenowych;
- wspólne uzgadnianie objętości produkcji, zakupów lub dostawy albo koordynowanie ich zmniejszania lub zwiększania;
- wspólne ustalanie warunków rabatu, upustów lub innych warunków dostawy albo czynników wpływających na ceny (np. warunków płatności, okresów kredytowania, odsetek za zwłokę oraz zakresów gwarancji);
- wymiana informacji dotyczących kosztów lub cen (np. informacji dotyczących ustalania cen, rabatów, upustów, warunków kredytowania, obrotów, list klientów lub innych ważnych czynników wpływających na koszty);
- zawieranie porozumień zakupowych z konkurentami, zwłaszcza w sytuacjach, gdy uzgadniane dostawy stanowią ważny składnik kosztów.

✓ **Działania zasadniczo dozwolone po konsultacji z kierownikiem działu Compliance:**

- tworzenie i używanie wspólnych pomocy kosztorysowych, o ile pomoce te są używane z przyczyn sprzyjających rozwojowi konkurencji i zgodnie z regułami organów ochrony konkurencji dotyczącymi pomocy kosztorysowych, a ponadto nie są wymieniane żadne informacje na temat warunków cenowych ani ustalania kosztów i/lub cen.

✓ **Działania dozwolone:**

- Jednostronne i samodzielne poszukiwanie informacji na temat aktualnych cenników konkurentów („rate shopping”), na przykład w Internecie lub poprzez obserwowanie publikowanych cenników bez jakiegokolwiek wymiany informacji z konkurentem. Należy udokumentować, że informacje zostały pozyskane i zarejestrowane bez jakiegokolwiek kontaktu z konkurentem.
- Odebranie informacji na temat cennika konkurenta przesłanych przez klienta z jego własnej inicjatywy, jeżeli nie było prowadzone systematyczne sondowanie na ten temat. Należy udokumentować, że informacje te zostały przesłane z wyłącznej inicjatywy klienta.

2.1.1.2 Porozumienia na temat podziału rynku z aktualnymi lub potencjalnymi konkurentami

✗ **Działania zabronione:**

- podział lub przydział rynku na podstawie obszarów geograficznych, produktów, klientów lub źródeł zaopatrzenia;
- ustalanie kwot produkcji, zakupów lub sprzedaży;
- zawieranie porozumień o zakazie konkurencji.

2.1.1.3 Bojkot

✗ **Działania zabronione:**

- zawieranie porozumień dotyczących powstrzymywania się od dostaw do określonych klientów lub pozyskiwania towarów od określonych dostawców;
- zawieranie porozumień uzależniających dostawę lub pozyskiwanie towarów od określonych warunków.

## 2.1.1.4 Związki handlowe

### ✘ **Działania zabronione:**

- bezpośrednia lub pośrednia wymiana informacji o cenach, upustach, warunkach dostawy, marżach zysku, strukturach kosztowych, objętości produkcji, obliczania cen, praktyk marketingowych i sprzedażowych, obsługiwanych obszarach, dostawcach, klientach itd. w ramach wydarzeń organizowanych przez związki handlowe.

### ✓ **Działania dozwolone:**

- dołączanie do związków handlowych, które zrzeszają konkurentów;
- dokonywanie porozumień w ramach związków handlowych na temat wspólnych podań i wniosków, spraw urzędowych i powiązanych kwestii;
- gromadzenie i udostępnianie materiałów statystycznych, o ile są to dane dotyczące przeszłości, które zostały zgromadzone i opublikowane w zagregowanej postaci przez niezależną jednostkę.

## 2.1.1.5 Spółki joint venture

W przypadku porozumień między konkurentami, które dotyczą utworzenia spółki typu joint venture (np spółki joint venture w zakresie badań i rozwoju, produkcji lub zbytu), zawsze konieczne jest wczesne uzyskanie zgody kierownika działu Compliance.

## 2.1.1.6 Przetargi

Zmowy przetargowe między konkurentami są zabronione w świetle zarówno prawa antymonopolowego, jak i prawa zamówień publicznych, a ich skutkiem mogą być roszczenia o odszkodowania na mocy prawa cywilnego.

### ✘ **Działania zabronione:**

- wcześniejsza wymiana informacji na temat treści i warunków ofertowych (cen, warunków sprzedaży itd.) z konkurentami;
- zawieranie bezpośrednich lub pośrednich porozumień dotyczących przyznania zlecenia;
- wysyłanie przygotowanych ofert do konkurentów, którzy następnie składają oferty pozorowane;
- zawieranie porozumień cenowych przed złożeniem oferty oraz w poszczególnych rundach przetargu;
- tworzenie cichych konsorcjów, w ramach których każda strona składa ofertę, jednak zwycięzca przetargu został już z góry ustalony;



- prowadzenie rejestracji zainteresowanych stron, w ramach której wyłoniona zostanie strona mająca otrzymać zlecenie;
- tworzenie mechanizmów przydziału, których celem jest wyłonienie, który konkurent, kiedy i na jakich warunkach otrzyma zlecenie;
- oferowanie cen dumpingowych (cen poniżej poziomu kosztów) w przypadku dominującej pozycji na rynku;
- wywieranie wpływu na osoby decyzyjne w przetargach poprzez niedozwolone podarunki lub przywileje;
- zawieranie porozumień z konkurentami dotyczących składania ofert pozorowanych w przetargach;
- wycofywanie się z przetargów publicznych pod warunkiem uzyskania rekompensaty za wycofanie od konkurenta;
- udzielanie konkurentom informacji na temat udziału grupy Arbonia w przetargu;
- zadawanie konkurentom pytań na temat ich udziału w przetargu.



### **Działania dozwolone:**

- zawieranie konsorcjów oraz składanie wspólnych ofert jako konsorcjum, o ile współpraca w ramach konsorcjum jest podana do wiedzy inwestora, a dopiero utworzenie konsorcjum umożliwia przedsiębiorstwu złożenie oferty lub oferta konsorcjum jest znacząco lepsza, niż mogłyby być oferty poszczególnych przedsiębiorstw;
- zapraszanie hurtowników do udziału w przetargach publicznych, o ile nie wiąże się to z ustalaniem cen hurtownika lub koordynowaniem jego ofert.

#### 2.1.1.7 Wymiana informacji

Wymiana informacji istotnych dla konkurencji pomiędzy konkurentami jest niedozwolona. Informacje istotne dla konkurencji to niepubliczne informacje, których przedsiębiorstwo zazwyczaj nie przekazywałoby swoich konkurentom, ponieważ mogą one wpływać na decyzje biznesowe lub strategię konkurenta. Poniższe informacje uznawane są za istotne dla konkurencji i nie mogą być udostępniane konkurentom:

- ceny (na przykład aktualne ceny i upusty, planowane podwyżki cen, obniżki cen i rabaty), warunki zakupów lub inne warunki handlowe;
- klienci, dostawcy, rynki lub obszary;
- koszty produkcji, objętość produkcji, zdolności produkcyjne, obroty, sprzedaż lub parametry jakości;
- plany marketingowe, strategie sprzedażowe lub ocena ryzyka rynkowego;

- planowane lub złożone oferty, w tym informacje dotyczące udziału w przetargach;
- technologie, programy badawczo-rozwojowe oraz ich wyniki, a także inne informacje;
- wszelkie inne informacje, które pozwalałyby konkurentowi osiągnąć przewagę konkurencyjną.

W przypadku otrzymania od klienta informacji istotnych dla konkurencji należy natychmiast poinformować zarząd firmy i/lub kierownika działu Compliance. Alternatywnie można dokonać zgłoszenia drogami opisanymi w „Instrukcji dotyczącej informowania o nieprawidłowościach”.

## 2.1.2 Porozumienia wertykalne

Porozumienia wertykalne to umowy pomiędzy firmami działającymi na różnych poziomach produkcji i sprzedaży. W tym przypadku partnerami umownymi nie są zazwyczaj konkurenci, lecz dystrybutorzy, klienci, licencjobiorcy, licencjodawcy i dostawcy. Porozumienia wertykalne mogą być różnie traktowane w zależności od stosownego ustawodawstwa; przykładowo, niektóre kategorie porozumień wertykalnych nie naruszają europejskiego prawa konkurencji, o ile mieszczą się w zakresie rozporządzenia w sprawie wyłączeń grupowych, a jednocześnie mogą być niedozwolone w ramach innego porządku prawnego.

### 2.1.2.1 Ceny odsprzedaży u dystrybutorów

#### **✘ Działania zabronione (dla producenta):**

- bezpośrednie lub pośrednie ustalanie lub narzucanie cen odsprzedaży u dystrybutorów lub dealerów w ramach list, katalogów, reklam, broszur, formularzy zamówieniowych, ofert lub w inny sposób;
- wymaganie od dystrybutorów stosowania zalecanych cen sprzedaży;
- zerwanie relacji biznesowych z dystrybutorem lub grożenie takim zerwaniem z powodu odmowy stosowania zalecanych cen sprzedaży;
- uniemożliwianie dystrybutorom oferowania rabatów lub preferencyjnych warunków;
- dostarczanie dystrybutorom instrukcji lub wzorów obliczania cen;
- narzucanie dystrybutorom marży zysku;
- narzucanie stałych lub minimalnych ograniczeń ceny sprzedaży;
- uzgadnianie klauzul największego uprzywilejowania, uniemożliwiających dystrybutorom oferowanie korzystniejszych warunków zakupu innym odbiorcom;

- uzgadnianie polityki cenowej z dystrybutorem odpowiednio do sytuacji na rynku;
- systematyczne monitorowanie cen odsprzedaży u dystrybutora.



## **Działania dozwolone:**

- przekazywanie niewiążących zaleceń dotyczących cen odsprzedaży towarów, o ile nie są stosowane żadne bezpośrednie lub pośrednie środki przymusu (np. udzielanie rabatów) lub inne środki (np. automatyczne wyświetlanie zaleceń cenowych w systemie kasowym sprzedawcy) mające na celu wymuszanie realizacji zaleceń, a zalecenia cenowe nie skutkują faktycznym ustalaniem cen na rynku;
- narzucanie maksymalnej ceny odsprzedaży, o ile takie zalecenia nie działają w rzeczywistości jak narzucanie ceny stałej lub minimalnej.

### 2.1.2.2 Podział regionalny/wyłączność



## **Działania zabronione:**

- nakładanie zakazów eksportowych;
- wymaganie, aby dystrybutorzy nie mogli być zaopatrywani pasywnie (tzn. na zapytanie klienta spoza obszaru wyłączności) spoza uzgodnionego obszaru wyłączności;
- zabranianie dystrybutorom dostarczania towarów na zapytanie do innych kanałów sprzedaży;
- zawieranie porozumień na wyłączność dostaw, które przewidują dostawy wyłącznie do określonych klientów bez wyraźnego zezwolenia kierownika działu Compliance;
- odrzucanie zamówień od dystrybutorów, którzy eksportują produkty (sprzedaż pasywna), ze względu na ograniczenia terytorialne;
- zabranianie dystrybutorom reklamowania się w Internecie lub sprzedaży w Internecie.



## **Działania dozwolone:**

- udzielanie wyłącznych praw do sprzedaży, zakupów, franczyzy lub licencji na określonym obszarze;
- zabranianie prowadzenia aktywnej polityki sprzedażowej poza obszarem wyłączności, o ile udział w rynku spółki podrzędnej jest mniejszy niż 30%, a reklama i sprzedaż w Internecie nie są zabronione;

- informowanie partnerów biznesowych o różnicach wpływających na akceptację produktów w innych krajach lub o wymogach prawnych w innych krajach;
- tymczasowe ograniczenie ilości towarów sprzedawanych partnerom biznesowym ze względu na uzasadnione problemy ze zdolnościami produkcyjnymi.

## 2.1.2.3 Klauzula o zakazie konkurencji

### ✘ **Działania zabronione:**

- zabranianie dystrybutorowi lub licencjobiorcy produkowania oraz sprzedaży konkurujących produktów w czasie trwania umowy na czas nieokreślony lub czas dłuższy niż 5 lat od momentu rozpoczęcia porozumienia;
- zabranianie dystrybutorowi lub licencjobiorcy produkowania oraz sprzedaży konkurujących produktów po zakończeniu porozumienia (tzw. zakaz konkurencji po ustaniu umowy).

### ✓ **Działania dozwolone:**

- zabranianie dystrybutorowi lub licencjobiorcy produkowania oraz sprzedaży konkurujących produktów w czasie trwania porozumienia na czas maksymalnie 5 lat, o ile udział w rynku nie przekracza 30%.

## 2.1.2.4 Patenty, prawa własności, know-how lub marki

### ✘ **Działania zabronione:**

- zawieranie porozumień na temat licencjonowania patentów, praw własności, know-how lub marek bez wyraźnego zezwolenia kierownika działu Compliance;
- zabranianie partnerom biznesowym podważania legalności licencjonowanych patentów;
- ustalanie ceny, po jakiej licencjobiorca sprzedaje swój produkt;
- porozumienia z innymi właścicielami patentów na temat opłat pobieranych za konkurujące patenty.

## 2.2. Zakaz nieprawidłowego wykorzystywania dominującej pozycji na rynku

Przedsiębiorstwa o dominującej pozycji na rynku nie mogą wykorzystywać swojej siły rynkowej w sposób nieuczciwy i dyskryminujący. Dominującą pozycję na rynku oraz związane z nią konsekwencje należy zawsze uwzględniać w kontekście niniejszych instrukcji, jeśli udział przedsiębiorstwa w danym rynku przekracza 40%.

W celu ustalenia udziału w rynku konieczne jest zdefiniowanie rynku pod kątem produktu, lokalizacji i czasu. Zasadniczo produkty należą do tego samego rynku produktowego, jeśli z punktu widzenia kontrahenta są w racjonalnym stopniu zamienne. Rynek geograficzny jest definiowany jako obszar, w którym panują jednakowe lub porównywalne warunki konkurencyjne. Taki rynek może obejmować przykładowo pojedyncze, niektóre lub wszystkie państwa członkowskie UE/EFTA oraz Szwajcarię, lecz także poszczególne regiony tych państw.

W przypadku potwierdzenia dominującej pozycji na rynku należy bezwzględnie przestrzegać poniższych instrukcji:

## 2.2.1 Dyskryminacja/różnicowanie warunków sprzedaży

### ✘ **Działania zabronione:**

- udzielanie różnych warunków sprzedaży (cen, rabatów) lub warunków handlowych równorzędnym partnerom handlowym (dystrybutorom, klientom lub dostawcom) w jednakowych okolicznościach, jako przedsięwzięcie o dominującej pozycji na rynku.

## 2.2.2 Ograniczanie konkurencji

### 2.2.2.1 Wyłączne porozumienia o zaopatrzeniu

#### ✘ **Działania zabronione:**

- znaczące utrudnianie konkurentom dostępu do klientów lub dystrybutorów poprzez wyłączne porozumienia o zaopatrzeniu, jako przedsięwzięcie o dominującej pozycji na rynku.

### 2.2.2.2 Rabaty lojalnościowe i rabaty o porównywalnym działaniu

#### ✘ **Działania zabronione:**

- udzielanie rabatów pod warunkiem, że odbiorca będzie zaspokajać swoje zapotrzebowanie wyłącznie u dostawcy dominującego na rynku (tzw. rabaty lojalnościowe), jako przedsięwzięcie o dominującej pozycji na rynku;
- udzielanie rabatów od łącznych obrotów, które powodują efekt przyciągania na korzyść dominującej firmy na rynku oraz wpływają na sprzedaż produktów z różnych rynków, jako przedsięwzięcie o dominującej pozycji na rynku;
- udzielanie rabatów indywidualnie dostosowanych do obrotów określonego klienta lub dostawcy, jako przedsięwzięcie o dominującej pozycji na rynku;

- udzielanie rabatów ilościowych na określone kategorie produktów bez wyraźnego zezwolenia kierownika działu Compliance, jako przedsiębiorstwo o dominującej pozycji na rynku;
- udzielanie rabatów od obrotów na określone kategorie produktów na podstawie wcześniejszej informacji o wielkości zamówienia bez wyraźnego zezwolenia kierownika działu Compliance, jako przedsiębiorstwo o dominującej pozycji na rynku.

### 2.2.2.3 Ceny dumpingowe

#### ✘ **Działania zabronione:**

- naliczanie cen poniżej poziomu kosztów jako przedsiębiorstwo o dominującej pozycji na rynku;
- celowe oferowanie produktów lub usług poniżej poziomu kosztów jako przedsiębiorstwo o dominującej pozycji na rynku.

### 2.2.2.4 Transakcje wiązane

#### ✘ **Działania zabronione:**

- uzależnianie dostawy produktu o dominującej pozycji na rynku od zakupu innego produktu lub zawarcia umowy o świadczenie usług;
- wymaganie od klienta zakupu pełnej gamy produktów wraz z akcesoriami bez wyraźnego zezwolenia kierownika działu Compliance, jako przedsiębiorstwo o dominującej pozycji na rynku;
- wymaganie od klienta zawarcia umowy o świadczenie usług ze względu na bezpieczeństwo produktu bez wyraźnego zezwolenia kierownika działu Compliance, jako przedsiębiorstwo o dominującej pozycji na rynku.

#### ✔ **Działania dozwolone:**

- wymaganie pozyskania materiałów i specjalnych narzędzi w ramach umowy licencyjnej, które są obiektywnie niezbędne do zadowalającego technicznie korzystania z licencji.

### 2.2.2.5 Transakcje pakietowe

#### ✘ **Działania zabronione:**

- strategiczne łączenie produktu o dominującej pozycji na rynku z innym produktem lub produktami w wyłącznym celu wyeliminowania konkurentów;
- ustalanie agresywnych cen za pakiet produktów.



## **Działania dozwolone:**

- łączenie w pakiet dwóch lub więcej produktów, o ile jest to uzasadnione z naukowego punktu widzenia, jako przedsiębiorstwo o dominującej pozycji na rynku;
- łączenie w pakiet produktów stanowiących część obiektywnie związanego ze sobą systemu.

### 2.2.2.6 Klauzula angielska



## **Działania zabronione:**

- Zawieranie tzw. „klauzuli angielskiej” jako przedsiębiorstwo o dominującej pozycji na rynku. Zgodnie z tą klauzulą partner umowy firmy dominującej na rynku może pozyskiwać produkty od konkurenta, pod warunkiem że wcześniej przekazał firmie dominującej na rynku informacje o nazwie konkurencyjnej firmy, wielkości zamówienia oraz uzgodnionej cenie.



## **Działania dozwolone:**

- uzgadnianie automatycznego przedłużenia umowy, o ile możliwe jest jej rozwiązanie.

### 2.2.2.7 Odmowa dostaw



## **Działania zabronione:**

- odmawianie realizacji dostaw do klienta spełniającego te same wymagania co inni klienci, którzy są zaopatrywani, jako przedsiębiorstwo o dominującej pozycji na rynku;
- ograniczanie realizacji dostaw do równorzędnych klientów w niejednakowy sposób bez obiektywnej przyczyny, jako przedsiębiorstwo o dominującej pozycji na rynku;
- odmawianie zawarcia umowy lub rozwiązanie istniejącej umowy w celu przerwania relacji biznesowych bez obiektywnej przyczyny, jako przedsiębiorstwo o dominującej pozycji na rynku.



## **Działania dozwolone:**

- odmawianie realizacji dostaw do nowych lub starych klientów z uzasadnionych komercyjnie i możliwych do udowodnienia przyczyn;
- odmawianie realizacji dostaw do nowych klientów ze względu na niedostateczne zdolności produkcyjne.

## 2.2.2.8 Dyskryminacja cenowa zależna od czynników geograficznych

### ✘ **Działania zabronione:**

- ograniczanie możliwości klientów do pozyskiwania towarów lub usług, które są oferowane w Szwajcarii i za granicą, za granicą po tamtejszych cenach rynkowych i na obowiązujących tam warunkach, jako przedsiębiorstwo o dominującej pozycji na rynku.

### ✓ **Działania dozwolone:**

- wymaganie od klientów samodzielnego odebrania towarów za granicą, jeśli chcą oni nabyć je na zagranicznych warunkach.

## 2.3. **Zakaz wykorzystywania pozycji przedsiębiorstwa o stosunkowo dużej sile na rynku**

Przedsiębiorstwom o stosunkowo dużej sile na rynku zabrania się ograniczania lub utrudniania działalności innych firm lub konsumentów, którzy polegają na podaży lub popycie przedsiębiorstwa o dużej sile na rynku, na przykład poprzez dyskryminujące warunki, agresywne ceny, specjalne warunki rabatowe, odmowę dostępu do praw własności intelektualnej, nieuzasadnione zrywanie umów, odrzucanie zapytań biznesowych itd.

Przedsiębiorstwo posiada stosunkowo dużą siłę na rynku, jeśli inne firmy polegają na jego podaży lub popycie w zakresie produktów i usług w takim stopniu, że nie istnieje możliwość wystarczającego lub racjonalnego zastąpienia go innymi przedsiębiorstwami.

Koncepcja stosunkowo dużej siły na rynku ma za zadanie chronić oferentów i nabywców, którzy polegają na innych uczestnikach rynku o dużej sile rynkowej. Wyróżnić można zwłaszcza następujące rodzaje zależności (lista nie jest wyczerpująca):

- Zależność związana z asortymentem: produkty „must in stock”, bez których handlarz nie jest konkurencyjny (produkty o wiodącej pozycji), oryginalne części zamienne, aktualizacje oprogramowania itd.
- Zależność związana z firmą: lock-in firmy, np. wskutek zaporowo wysokich kosztów przejścia i/lub w sytuacji, gdy odbiorca jest długoterminowo przywiązany do konkretnego partnera umownego i w praktyce nie może przejść do innych oferentów w przypadku jednostronnej odmowy realizacji dostaw.
- Stosunkowo duża siła nabywca: oferent jest zależny od nabywcy o silnej pozycji (np. dostawca lub poddostawca dużej detalicznej sieci handlowej/hurtownika).
- Zależność związana z platformą lub danymi: zależność firmy od dostępu do platformy lub danych oferowanych przez inne przedsiębiorstwo.
- Zależność związana z niedoborami: obowiązek dostaw bez dyskryminacji w przypadku ogólnych niedoborów (np. podczas kryzysu naftowego lub ogólnego niedoboru półprzewodników).



Przedsiębiorstwa o stosunkowo dużej sile na rynku muszą udowodnić obiektywne przyczyny nierównego traktowania równorzędnych odbiorców lub dostawców, np. w kwestii cen, rabatów, zrywania relacji handlowych lub transakcji wiązanych (w przeciwnym razie działania te są niedozwolone).

Ocena jest dokonywana w każdym indywidualnym przypadku na podstawie zależności występujących między dwoma firmami w odniesieniu do konkretnych produktów lub usług. Przykładowo, dane przedsiębiorstwo może mieć stosunkowo dużą siłę rynkową w porównaniu do partnera biznesowego 1, ale nie mieć jej w stosunku do partnera biznesowego 2, a przy tym w relacji z partnerem biznesowym 1 mieć dużą siłę rynkową w odniesieniu do produktu A, jednak nie do produktu B.

W przypadku potwierdzenia pozycji o stosunkowo dużej sile na rynku należy bezwzględnie przestrzegać poniższych instrukcji:

Utrudnianie działalności zależnych przedsiębiorstw

2.3.1 Dyskryminacja/różnicowanie warunków sprzedaży

✘ **Działania zabronione:**

- nierówne traktowanie (np. poprzez różne ceny, rabaty lub warunki handlowe) równorzędnych partnerów handlowych (np. klientów lub dostawców) w jednakowych warunkach.

✔ **Działania dozwolone:**

- gwarantowanie dystrybutorom różnych warunków handlowych (rabatów), jeżeli firmy te oferują szczególne usługi, które nie są świadczone przez innych dystrybutorów, lub znajdują się na różnych poziomach rynku (np. handel hurtowy/detaliczny).

2.3.2 Rabaty lojalnościowe i rabaty o porównywalnym działaniu

✘ **Działania zabronione:**

- udzielanie rabatów pod warunkiem, że zależny odbiorca będzie zaspokajać swoje zapotrzebowanie wyłącznie u dostawcy o stosunkowo dużej sile na rynku (tzw. rabaty lojalnościowe), jako przedsiębiorstwo o stosunkowo dużej sile na rynku.



## **Działania dozwolone:**

- udzielanie rabatów ilościowych na określone kategorie produktów;
- udzielanie rabatów od obrotów na określone kategorie produktów na podstawie wcześniejszej informacji o wielkości zamówienia.

### 2.3.3 Transakcje wiązane



## **Działania zabronione:**

- uzależnianie dostawy produktu do zależnego przedsiębiorstwa od zakupu innego produktu lub zawarcia umowy o świadczenie usług jako przedsiębiorstwo o stosunkowo dużej sile na rynku.



## **Działania dozwolone:**

- wymaganie od klienta zakupu pełnej gamy produktów wraz z akcesoriami;
- wymaganie od klienta zawarcia umowy o świadczenie usług ze względu na bezpieczeństwo produktu;
- wymaganie pozyskania materiałów i specjalnych narzędzi w ramach umowy licencyjnej, które są niezbędne do zadowalającego technicznie korzystania z licencji.

### 2.3.4 Odmowa dostaw



## **Działania zabronione:**

- odmawianie realizacji dostaw do zależnego klienta spełniającego te same wymagania co inni klienci, którzy są zaopatrywani, jako przedsiębiorstwo o stosunkowo dużej sile na rynku;
- ograniczanie lub wstrzymanie realizacji dostaw do zależnych klientów bez obiektywnej przyczyny, jako przedsiębiorstwo o stosunkowo dużej sile na rynku.



## **Działania dozwolone:**

- odmawianie realizacji dostaw do nowych lub starych klientów z uzasadnionych komercyjnie i możliwych do udowodnienia przyczyn;
- odmawianie realizacji dostaw do nowych klientów ze względu na niedostateczne zdolności produkcyjne.

## 2.3.5 Wypowiadanie umów

### ✘ **Działania zabronione:**

- zrywanie umów z zależnymi klientami bez odpowiedniego okresu wypowiedzenia w sytuacji, gdy partner umowny (klient lub dostawca) nie jest w stanie w krótkim terminie znaleźć innego oferenta lub odbiorcy, jako przedsiębiorstwo o stosunkowo dużej sile na rynku.

### ✔ **Działania dozwolone:**

- zrywanie umów z zależnymi klientami bez odpowiedniego okresu wypowiedzenia w przypadku wystąpienia ważnych przyczyn (np. rażącego naruszenia warunków umowy przez partnera umownego);
- wypowiedzenie umów z zależnymi klientami w sytuacji, gdy istnieje możliwość, że partner umowny będzie w stanie przejść do innego oferenta lub odbiorcy po upłynięciu odpowiedniego okresu wypowiedzenia.

## 2.3.6 Dyskryminacja cenowa zależna od czynników geograficznych

### ✘ **Działania zabronione:**

- ograniczanie możliwości zależnych klientów do pozyskiwania towarów lub usług, które są oferowane w Szwajcarii i za granicą, za granicą po tamtejszych cenach rynkowych i na obowiązujących tam warunkach, jako przedsiębiorstwo o stosunkowo dużej sile na rynku.

### ✔ **Działania dozwolone:**

- wymaganie od klientów samodzielnego odebrania towarów za granicą, jeśli chcą oni nabyć je na zagranicznych warunkach.

## 3. **Postępowanie w przypadku podejrzenia naruszenia prawa antymonopolowego**

Pracownicy, którzy zaobserwują sygnały wskazujące na możliwe naruszenie prawa antymonopolowego, mają obowiązek je bezzwłocznie zgłosić. W tym celu należy poinformować zarząd firmy i/lub kierownika działu Compliance lub przesłać zgłoszenie drogami opisanymi w „Instrukcji dotyczącej informowania o nieprawidłowościach”. Wszyscy pracownicy muszą wspólnie działać na rzecz zbadania podejrzanych okoliczności oraz, w razie konieczności, zapobiegania naruszeniom lub naprawiania ich skutków.

## Dalsze zasady postępowania dla pracowników:

### Kontakty biznesowe z aktualnymi lub potencjalnymi konkurentami:

Jeśli w ramach spotkań z konkurentami (kontaktów biznesowych, wydarzeń, targów itd.) dojdzie do rozmowy na tematy istotne z perspektywy prawa antymonopolowego, należy wyraźnie zdystansować się od treści rozmowy i naciskać na jej zakończenie. Jeśli żądanie nie zostanie spełnione, należy opuścić dyskusję i udokumentować rozmowę. Następnie należy zgłosić incydent do kierownika działu Compliance oraz przekazać notatkę z rozmowy.

**Uwaga:** W przypadku rozmów naruszających prawo antymonopolowe nie wolno nawet biernie przysłuchiwać się dyskusji. Również w takiej sytuacji na firmie spoczywa odpowiedzialność za naruszenie prawa antymonopolowego. Dlatego w codziennej pracy należy zwracać uwagę, aby nieformalne kontakty z aktualnymi lub potencjalnymi konkurentami nie wpływały na zachowanie rynkowe. Kontakty biznesowe z konkurentami powinny zawsze mieć konkretny powód, a cel spotkania powinien być jasno określony z wyprzedzeniem (plan spotkania).

### Korespondencja biznesowa:

W korespondencji biznesowej należy dbać o to, by zawsze używać jednoznacznego i niepowodującego nieporozumień języka. Dotyczy to zwłaszcza korzystania z poczty elektronicznej, w przypadku której zwykle poświęca się mniej uwagi precyzyjnemu wyrażaniu się niż w innych formach korespondencji. Należy unikać niejednoznacznych stwierdzeń, takich jak: *„Ze względu na wysoką presję kosztową w naszej branży od początku przyszłego roku podnosimy nasze ceny o ...%”*. Może to stwarzać wrażenie, że mamy wiedzę na temat kosztów ponoszonych przez naszych konkurentów. Nieproblematiczne byłoby natomiast stwierdzenie: *„Ze względu na wzrost ponoszonych przez nas kosztów od początku przyszłego roku podnosimy nasze ceny o ...%”*.

W związku z tematyką cen należy unikać sformułowań takich jak: *„ujednolicenie”*, *„wyrównanie”*, *„uzgodnienie”* itd. Sformułowania te mogą zostać zinterpretowane jako sugestia tego, że zмова z konkurentami została już zawarta lub podjęte zostały próby w tym kierunku.

W miarę możliwości należy unikać stwierdzania, że na rynku nie ma konkurencji dla naszej firmy (np. *„jesteśmy niekwestionowanym liderem rynku”*).

Należy też wyraźnie odrzucać na piśmie wszelkie poufne informacje, które zostały w nieproszony lub przypadkowy sposób przesłane przez konkurentów.

## 4. Dochodzenia związane z prawem antymonopolowym

Organy ochrony konkurencji mogą zarządzać (niezapowiedziane) przeszukania w firmach, jeżeli występuje podejrzenie naruszenia prawa antymonopolowego. W tym celu ich przedstawiciele są uprawnieni do przeszukiwania terenu i lokali, zażądania wglądu w dokumenty, sporządzania kopii dokumentów, zarządzania konfiskaty oraz przesłuchiwania personelu. W przypadku przeszukania w jednej ze spółek podrzędnych jej pracownicy są zobowiązani do przestrzegania podanych niżej instrukcji, a także wykonania kroków lokalnej instrukcji postępowania sporządzonej dla danej spółki podrzędnej na bazie szablonu dla recepcji (załącznik 1) oraz kierownictwa spółki (załącznik 2).

## 5. Nieuczciwa konkurencja

Podczas gdy celem prawa antymonopolowego jest ochrona konkurencji (konkurentów, oferentów, nabywców) przed ograniczeniami konkurencji, prawo uczciwego handlu ma na celu ochronę wszystkich uczestników rynku (konkurentów, klientów, użytkowników itd.) przed nieuczciwą konkurencją. Wszystkie spółki podrzędne oraz pracownicy grupy Arbonia są zobowiązani do przestrzegania obowiązujących przepisów prawa dotyczących nieuczciwej konkurencji. Pod pojęciem „nieuczciwej konkurencji” rozumiemy bezprawne lub zwodnicze działanie, którego celem jest wpływanie na relacje pomiędzy różnymi uczestnikami rynku oraz na różne krajowe przepisy ochrony konkurencji.

Nieuczciwie postępuje każdy, kto ze względu na narodowość, miejsce zamieszkania, lokalizację oddziału, lokalizację siedziby dostawcy usług finansowych lub miejsce wydania środków płatniczych dyskryminuje odbiorców końcowych w zakresie cen lub warunków płatności bez obiektywnego uzasadnienia, blokuje lub ogranicza dostęp odbiorców końcowych do portalu internetowego lub bez zgody kieruje odbiorców końcowych do innej wersji portalu internetowego niż ta, która została oryginalnie odwiedzona.

Przykładami nieuczciwego postępowania są:

- niedopuszczalne wpływanie na klientów (np. oferty wykorzystujące „przynętę” poniżej wysokości kosztów, zwodzenie klienta poprzez przekazywanie mylących informacji na temat produktów, stosowanie agresywnych metod sprzedaży wpływających na swobodę decyzji klienta itd.);
- dyskredytowanie konkurenta (np. w reklamach);
- przekazywanie mylących informacji na temat produktów w reklamach;
- wykorzystywanie usług świadczonych przez strony trzecie do własnych celów;
- stwarzanie ryzyka pomylenia z produktami innych oferentów;
- nieuzasadnione geoblokowanie lub inne formy dyskryminacji w handlu internetowym (w zakresie ceny, warunków płatności itd.) ze względu na

narodowość, miejsce zamieszkania, lokalizację oddziału, lokalizację siedziby dostawcy usług finansowych lub miejsce wydania środków płatniczych w kontekście dostępu do wszelkich internetowych interfejsów użytkownika (witryn internetowych, sklepów internetowych itd.).

## 6. Wejście w życie

Niniejsza instrukcja wchodzi w życie od zaraz i zastępuje instrukcję dotyczącą konkurencji z dnia 24 stycznia 2014 r.

Arbon, poniedziałek, 21 czerwca 2022 r.

Arbonia AG



Alexander von Witzleben

Przewodniczący rady nadzorczej.

Andrea Wickart

Kierownik działu Compliance/sekretarz generalny

## Załącznik 1: Szablon formularza przeszukania siedziby firmy – recepcja

- 1. Zapytać przedstawicieli organów publicznych o powód wizyty. Zachować spokój i trzeźwy osąd, pod żadnym pozorem nie utrudniać przeszukania, lecz przestrzegać poniższych punktów:
- 2. Bezwzględnie poinformować zarząd firmy i/lub kierownika działu Compliance:
  - CEO oddziału: [imię, nazwisko, e-mail, numer telefonu]
  - Zarząd: [imię, nazwisko, e-mail, numer telefonu]
  - Kierownik działu Compliance: [imię, nazwisko, e-mail, numer telefonu]

*Jeśli osoby te są nieobecne lub nie można się z nimi skontaktować, należy bezzwłocznie poinformować najwyższego rangą obecnego przedstawiciela firmy. W tym celu należy skontaktować się z jedną z poniższych osób na miejscu (w tej kolejności):*

- [imię, nazwisko, e-mail, numer telefonu], stanowisko
- [imię, nazwisko, e-mail, numer telefonu], stanowisko
- [imię, nazwisko, e-mail, numer telefonu], stanowisko

- 3. Poprosić przedstawicieli organów publicznych o okazanie nakazu przeszukania.
- 4. Odebrać nakaz przeszukania i skopiować/zeskanować go.
- 5. Poprosić przedstawicieli organów publicznych o wylegitymowanie się i zeskanować/skopiować okazane dokumenty.
- 6. Odnotować stanowiska poszczególnych przedstawicieli organów publicznych.
- 7. Przesłać kopię nakazu przeszukania oraz informacje na temat przedstawicieli organów publicznych (*informacje wymienione w punktach 4, 5 i 6*) do zarządu, kierownika działu Compliance oraz zewnętrznego prawnika (patrz dane kontaktowe w punkcie 2).
- 8. Zaprowadzić przedstawicieli organów publicznych do pokoju konferencyjnego, w którym nie są przechowywane żadne dokumenty oraz nie ma innej możliwości dostępu do dokumentów, i poprosić o zaczekanie na osoby poinformowane wcześniej przez recepcję, a w miarę możliwości także na zewnętrznego prawnika wezwanego przez zarząd/kierownika działu Compliance.

*Jeśli przedstawiciele organów publicznych odmówią zaczekania na przybycie kierownictwa firmy (ponieważ np. nie są oni obecni w firmie) i będą chcieli od razu przystąpić do przeszukania siedziby firmy, należy wezwać obecnego pracownika najwyższej rangi zgodnie z punktem 2, aby przedstawiciele organów mogli rozpocząć przeszukanie bez opóźnień. Ta osoba musi przejąć stery i postępować zgodnie*

z dokumentem „Szablon formularza przeszukania siedziby firmy – kierownictwo firmy”.

Obowiązują następujące ogólne zasady (dotyczące wszystkich pracowników):

- *Pod żadnym pozorem nie podejmować jakichkolwiek prób niszczenia, ukrywania ani wynoszenia dokumentów!*
- *Nie ma obowiązku udzielania aktywnego wsparcia w przeszukaniu. Jednak podczas przeszukania przez organy ochrony konkurencji należy udzielać zgodnych z prawdą odpowiedzi na pytania dotyczące dokumentów lub faktów. Wypowiadać się wyłącznie na temat zdarzeń, co do których posiada się definitywną wiedzę, i unikać spekulacji!*
- *Traktować przeszukanie poufnie. Poinformować o nim wyłącznie wymienione wyżej osoby.*



## Załącznik 2: Szablon formularza przeszukania siedziby firmy – kierownictwo firmy

### I. **Rozpoczęcie przeszukania**

*Obowiązują następujące ogólne zasady (dotyczące wszystkich pracowników):*

- *Pod żadnym pozorem nie podejmować jakichkolwiek prób niszczenia, ukrywania ani wynoszenia dokumentów!*
- *Nie ma obowiązku udzielania aktywnego wsparcia w przeszukaniu. Jednak podczas przeszukania przez organy ochrony konkurencji należy udzielać zgodnych z prawdą odpowiedzi na pytania dotyczące dokumentów lub faktów. Wypowiadać się wyłącznie na temat zdarzeń, co do których posiada się definitywną wiedzę, i unikać spekulacji!*

- 1. Zapytać przedstawicieli organów publicznych o powód wizyty.  
*Zachować spokój i trzeźwy osąd, pod żadnym pozorem nie utrudniać przeszukania. Pod żadnym pozorem nie podejmować jakichkolwiek prób niszczenia, ukrywania ani wynoszenia dokumentów.*
- 2. Przystudiować nakaz przeszukania, aby zrozumieć przedmiot i zakres przeszukania.
  - *W nakazie określona musi być przyczyna przeszukania oraz organ odpowiedzialny za przeszukanie (krajowe organy ochrony konkurencji lub Komisja Europejska).*
  - *Z nakazu musi wynikać, jakie lokale mają zostać przeszukane oraz jakie dowody są poszukiwane.**Dopiero zapoznanie się z dokładną treścią nakazu przeszukania pozwala zweryfikować w trakcie przeszukania, czy przedstawiciele organów przestrzegają uprawnień udzielonych im na mocy nakazu.*
- 3. Należy bezzwłocznie poinformować następujące osoby:
  - CEO oddziału: [imię, nazwisko, e-mail, numer telefonu]
  - Kierownik działu Compliance: [imię, nazwisko, e-mail, numer telefonu]
  - Jeśli jeszcze nie poinformowano: zarząd firmy: [imię, nazwisko, e-mail, numer telefonu]
  - [zewnątrzny prawnik wyspecjalizowany w prawie konkurencji przydzielony do danej spółki]

Należy poinformować zarząd oddziału (jedną z następujących osób):

- [imię, nazwisko, e-mail, numer telefonu], stanowisko
- [imię, nazwisko, e-mail, numer telefonu], stanowisko
- [imię, nazwisko, e-mail, numer telefonu], stanowisko

Należy poinformować dział IT (jedną z następujących osób):

- [imię, nazwisko, e-mail, numer telefonu], stanowisko
- [imię, nazwisko, e-mail, numer telefonu], stanowisko
- [imię, nazwisko, e-mail, numer telefonu], stanowisko

- 4. Informacje dotyczące przedstawicieli organów publicznych zgromadzone na recepcji (*informacje wymienione w punktach 4, 5 i 6 dokumentu „Szablon formularza przeszukania siedziby firmy – recepcja”*) muszą zostać przekazane do zarządu oraz kierownika działu Compliance (patrz dane kontaktowe w punkcie 3).
- 5. W porozumieniu z kierownikiem działu Compliance (jeśli jest niedostępny: w porozumieniu z kierownictwem oddziału; jeśli także jest niedostępne: w porozumieniu z kierownictwem spółki) należy jak najszybciej zaangażować zewnętrznego prawnika doświadczonego w postępowaniach prawa konkurencji (patrz dane kontaktowe w punkcie 3).

Należy także ustalić, czy jednocześnie przeprowadzane są przeszukania w innych oddziałach firmy (przeszukanie równoległe) (patrz dane kontaktowe w punkcie 3).

- 6. Przedstawicielom organów publicznych należy udostępnić pomieszczenie robocze z kserokopiarką (lub pokój konferencyjny z kserokopiarką przydzielony przez recepcjonistę) w celu dalszego prowadzenia przeszukiwania.
- 7. Do każdego przedstawiciela organów publicznych należy wyznaczyć pracownika, który będzie towarzyszyć mu podczas całego przeszukania: wyznaczeni pracownicy muszą sporządzić szczegółowy protokół na temat działań danego przedstawiciela organów (imię i nazwisko, sposób postępowania, przeglądane dokumenty, skonfiskowane dokumenty, skonfiskowane lub skopiowane dane elektroniczne, zadawane pytania, przekazane informacje itd.).

## II. W trakcie przeszukania

Obowiązują następujące ogólne zasady (dotyczące wszystkich pracowników):

- o *Pod żadnym pozorem nie podejmować jakichkolwiek prób niszczenia, ukrywania ani wynoszenia dokumentów!*
- o *Nie ma obowiązku udzielania aktywnego wsparcia w przeszukaniu. Jednak podczas przeszukania przez organy ochrony konkurencji należy udzielać zgodnych z prawdą odpowiedzi na pytania dotyczące dokumentów lub faktów. Wypowiadać się wyłącznie na temat zdarzeń, co do których posiada się definitywną wiedzę, i unikać spekulacji!*

- 8. Należy zgromadzić „zespół ds. prawa konkurencji”, którego zadaniem będzie koordynowanie/kontrolowanie dalszego przebiegu przeszukania po stronie firmy, a także ustalanie wszelkiej komunikacji wewnętrznej i zewnętrznej.

„Zespół ds. prawa konkurencji” powinien obejmować następujące osoby:

- a) *przedstawiciel kierownictwa oddziału,*
  - b) *przedstawiciel kierownictwa spółki,*
  - c) *przedstawiciel działu Compliance,*
  - d) *przedstawiciel działu IT,*
  - e) *zewnętrzny prawnik,*
  - f) *kierownik działu Corporate Communications.*
- 9. Zespół ds. prawa konkurencji powinien jak najszybciej ocenić, czy konieczne jest złożenie zawiadomienia o zamiarze dobrowolnego zgłoszenia w odpowiednim urzędzie ochrony konkurencji.
  - 10. Jeden z członków zespołu ds. prawa konkurencji musi zostać wyznaczony na centralny punkt kontaktu i informacji na czas całego przeszukania, o czym należy poinformować przedstawicieli organów publicznych oraz pracowników przeszukiwanego przedsiębiorstwa.
  - 11. Na początku śledztwa należy poprosić przedstawicieli organów o potwierdzenie, że wszystkie przekazane dokumenty i informacje będą traktowane jako poufne w przypadku braku alternatywnych ustaleń. Potwierdzenie przedstawicieli organów należy udokumentować na piśmie.
  - 12. Należy sporządzić kopie wszystkich dokumentów zabranych przez przedstawicieli organów. Przedstawiciele organów zobowiązani są do przedłożenia własnej, podpisanej listy skopiowanych dokumentów. Należy zweryfikować jej poprawność.
  - 13. Pracowników przeszukiwanej firmy należy poinformować i poinstruować na temat postępowania w trakcie przeszukania.

W razie potrzeby dział Corporate Communications powinien opublikować komunikat zewnętrzny/prasowy.

- 14. Utajnienie jako prawo przedsiębiorstwa:  
Możliwe jest wnioskowanie o utajnienie w porozumieniu z kierownikiem działu Compliance lub za pośrednictwem wezwanego zewnętrznego prawnika.  
*Dokumenty i przedmioty, które zdaniem firmy nie mogą stać się przedmiotem przeszukania lub konfiskaty na mocy prawa do milczenia/prawa do odmowy składania*

zeznań albo z innych przyczyn, muszą zostać utajnione na wniosek firmy, przez co nie będą mogły być od razu skontrolowane ani wykorzystane przez organy ścigania. O utajnienie należy wnioskować bezzwłocznie i z zachowaniem zbieżności czasowej z przeszukaniem. Później, na przykład podczas analizy dokumentów, nie można już wnioskować o utajnienie.

### **III. Zakończenie przeszukiwania – protokół podsumowujący**

- 15. Należy odebrać i skontrolować protokół podsumowujący:
  - Stosowne przepisy przewidują, że bezpośrednio dotknięte osoby (należy do nich także firma, w której siedzibie przeprowadzone zostało przeszukiwanie) muszą otrzymać nie tylko kopię nakazu przeszukania, lecz także protokół podsumowujący.
  - Jeśli w ramach przeszukania skonfiskowano dokumenty lub inne przedmioty, protokół podsumowujący musi zawierać listę skonfiskowanych dokumentów i przedmiotów. Protokół podsumowujący musi być dokładny i szczegółowy; musi on zostać podpisany przez firmę jako właściciela przeszukiwanych lokali.
  - Następnie każdy z pracowników, którzy towarzyszyli poszczególnym przedstawicielom organów publicznych podczas przeszukiwania, musi sporządzić indywidualny protokół. Indywidualne protokoły pracowników muszą zostać porównane z protokołem organów publicznych.

### **IV. Po przeszukaniu – debriefing**

- 16. Bezpośrednio po przeszukaniu zespół ds. prawa konkurencji musi odbyć spotkanie.
- 17. Należy zebrać informacje, które zostały zgromadzone w związku z przeszukaniem od przedstawicieli organów publicznych (nakaz przeszukania, protokół podsumowujący), indywidualne protokoły pracowników oraz pozostałe dokumenty i informacje.
- 18. Ponadto należy przeprowadzić wywiady z pracownikami na temat przeszukania.

**Po debriefingu firma musi szczegółowo przeanalizować sytuację i uzgodnić dalsze kroki.**

## **Załącznik 3: Wytyczne dla pracowników na temat przeszukania siedziby firmy**

Organy ochrony konkurencji, organy ścigania lub inne organy publiczne mogą przeprowadzać niezapowiedziane przeszukania w siedzibie spółek grupy Arbonia.

W ramach przeszukania przedstawiciele organów mogą przeszukiwać lokale firmy, oglądać i kopiować dokumenty, konfiskować oryginały dokumentów oraz przesłuchiwać pracowników. Podczas przeszukania przedstawiciele organów mają prawo wejść do wszystkich pomieszczeń biurowych, uzyskać dostęp do wszystkich haseł, otwierać wszystkie pomieszczenia i pojemniki (np. szafki, sejfy), przeszukiwać wszystkie dane elektroniczne i sporządzać kompletne kopie; w przypadku utrudnień mają też prawo wezwać policję.

Podczas przeszukania wszyscy pracownicy muszą przestrzegać poniższych reguł:

### **NAKAZY**

- Zachować spokój i kontrolę nad sytuacją.
- Traktować przedstawicieli organów uprzejmie i z szacunkiem.
- Bezwzględnie poinformować przełożonego i współpracować z naszym biurem prawnym oraz zewnętrznymi prawnikami.
- Dokładnie przeczytać oficjalny nakaz przeszukania, jeśli przedstawiciele organów naciskają na rozpoczęcie przeszukiwania.
- Otworzyć wszystkie biura, pomieszczenia i sejfy wskazane przez przedstawicieli organów.
- Udzielić przedstawicielom organów dostępu do wskazanych przez nich komputerów i telefonów komórkowych.

### **ZAKAZY**

- NIE przeszkadzać przedstawicielom organów i nie utrudniać im pracy.
- NIE ukrywać ani nie niszczyć żadnych dokumentów, NIE usuwać plików ani wiadomości e-mail.
- NIE łamać żadnych oficjalnych pieczęci założonych przez przedstawicieli organów.
- NIE podpisywać żadnych dokumentów wręczonych przez przedstawicieli organów, zanim nie zostaną one sprawdzone przez prawników.
- NIE rozmawiać z przedstawicielami organów na temat treści sprawy pod nieobecność prawników, udzielać odpowiedzi tylko na pytania ogólne i dotyczące faktów. W przypadku skomplikowanych pytań poprosić o czas na udzielenie pisemnej odpowiedzi w późniejszym terminie.
- NIE wyrażać przypuszczeń, spekulacji ani osobistych opinii.
- NIE wypowiadać się na temat kwestii, których się dokładnie nie zna lub nie pamięta.
- NIE przekazywać żadnych dokumentów ani informacji, o które nie pytali przedstawiciele organów.
- NIE komunikować się z nikim z firmy Arbonia ani nikim z zewnątrz na temat przeszukania.
- NIE PRYZNAWAĆ SIĘ DO WINY!