

**Правила поведения в случае конкуренции  
(Предписание о конкуренции)**

21 июня 2022 г.

1.	Введение.....	4
1.1.	Что такое конкурентное право? .....	4
1.2.	Указание по конкурентному праву и дополнительная информация .....	5
2.	Предотвращение нарушения картельного права .....	5
2.1.	Договоренности, ограничивающие конкуренцию, и согласованные действия.....	6
2.1.1	Горизонтальные ограничения .....	6
2.1.1.1	Соглашения о ценах и условиях поставки с действующими или потенциальными конкурентами (так называемые горизонтальные соглашения).....	6
2.1.1.2	Соглашение о разделе рынка с действующими или потенциальными конкурентами.....	7
2.1.1.3	использовать бойкоты.....	7
2.1.1.4	создание торговых объединений.....	8
2.1.1.5	Совместные предприятия (Joint Ventures).....	8
2.1.1.6	Особые контрактные торги.....	8
2.1.1.7	Обмен информацией.....	9
2.1.2	Вертикальные соглашения .....	10
2.1.2.1	Цены перепродажи у дистрибьюторов.....	10
2.1.2.2	территориальная защита/исключительность .....	11
2.1.2.3	Оговорка о конкуренции .....	12
2.1.2.4	Патенты, авторские права, ноу-хау или торговые марки .....	12
2.2.	Запрет злоупотребления доминирующим положением на рынке .....	13
2.2.1	Дискриминация/различные условия продажи .....	13
2.2.2	Препятствие конкурентам .....	13
2.2.2.1	Эксклюзивные обязательства по закупкам .....	13
2.2.2.2	Скидки за лояльность и скидки с сопоставимым эффектом .....	13
2.2.2.3	Демпинговые цены .....	14
2.2.2.4	Продажа с нагрузкой.....	14
2.2.2.5	Бандлинг .....	15
2.2.2.6	Английская оговорка .....	15
2.2.2.7	Отказ от поставок .....	15
2.2.2.8	Географическая ценовая дискриминация.....	16
2.3.	Запрет на злоупотребление положением компании, имеющей относительное влияние на рынок	16
2.3.1	Дискриминация/различные условия продажи .....	17
2.3.2	Скидки за лояльность и скидки с сопоставимым эффектом .....	18
2.3.3	Продажа с нагрузкой .....	18
2.3.4	Отказ от поставок.....	18

2.3.5	Расторжение договора .....	19
2.3.6	Географическая ценовая дискриминация .....	19
3.	Порядок действий при подозрении на нарушение закона о картелях .....	20
4.	Картельно-правовые расследования.....	21
5.	Скрытая конкуренция.....	21
6.	Вступление в силу .....	22
<b>Приложение 1. Типовая памятка в случае проведения обыска — отдел приёма .....</b>		<b>23</b>
<b>Приложение 2. Типовая памятка в случае проведения обыска — руководство.....</b>		<b>25</b>
<b>Приложение 3. Руководство для сотрудников при проведении обысков в офисе .....</b>		<b>29</b>

## 1. Введение

### 1.1. Что такое конкурентное право?

В своем Кодексе поведения (Code of Conduct) Arbonia AG и компании ее концерна (далее совместно именуемые «Arbonia», или каждая компания по отдельности, далее именуемая «Компания концерна») обязуются придерживаться честного и основанного на исполнении обязательств поведения в конкурентной борьбе, не заниматься незаконными конкурентными практиками и не участвовать в антимонопольных соглашениях.

Конкурентное право одной страны применяется, если нарушение конкуренции имеет последствия в этой стране, даже если нарушение инициировано за рубежом. Как концерн с представительствами во всем мире Arbonia обязуется и стремится соблюдать все соответствующие национальные и международные законы и нормативные акты в области конкурентного права.

С учетом сложного законодательства в области конкуренции и прецедентного права целью данного предписания является дальнейшее углубление понимания конкурентного права всеми сотрудниками Arbonia и предоставление конкретных советов и рекомендаций по поведению в повседневной работе. Сотрудники должны быть в состоянии распознавать и критически оценивать ситуации, которые являются проблематичными с точки зрения конкурентного права, и предпринимать необходимые шаги.

Для этого в таких случаях необходимо незамедлительно информировать и привлекать к работе ответственное руководство и юридический отдел Arbonia. Это касается, в частности, всех соглашений, заключенных с действующими или потенциальными конкурентами и/или долгосрочных договоров поставки и закупки с клиентами и/или поставщиками. Однако другие виды соглашений с деловыми партнерами, такие как сотрудничество в области исследований и разработок, также должны быть рассмотрены на предмет их допустимости с точки зрения конкурентного права.

Конкуренция компаний является двигателем нашей национальной экономики и, следовательно, предпосылкой для развития, создания рабочих мест и процветания. Защита конкуренции является важной частью картельного права. Картельное право запрещает необоснованные ограничения конкуренции, такие как ценовой сговор или раздел рынков между конкурентами, а также любые виды злоупотребления доминирующим положением.

Каждая компания концерна всегда должна самостоятельно проверять, соответствует ли ее поведение закону о картелях. Такая оценка не всегда проста. Запрещено даже согласованное поведение или неформальные обсуждения, целью или следствием которых является ограничение конкуренции. Необходимо избегать даже видимости такой сговорчивой деятельности.

## 1.2. Указание по конкурентному праву и дополнительная информация

Ответственность за поведение в соответствии с конкурентным правом лежит на каждом сотруднике.

В случае возникновения сомнений необходимо обратиться за советом к вышестоящему лицу или начальнику контрольно-правового отдела, либо сообщить о поведении, касающемся конкурентного права.

*Конкурентное право должно соблюдаться всеми сотрудниками Arbonia по всему миру. Каждый сотрудник несет ответственность за соблюдение применимых норм конкурентного права. Arbonia может налагать санкции за нарушения. Нарушители подлежат гражданским, уголовным и дисциплинарным санкциям, вплоть до увольнения. В отдельных случаях Arbonia оставляет за собой право освободить от ответственности сотрудника-нарушителя.*

С помощью действующей системы сообщений (см также предписание об информировании о фактах коррупции или незаконной деятельности) и привлечения внимания сотрудников к вопросам, связанным с конкурентным правом, необходимо исключить или уменьшить неблагоприятные последствия для Arbonia и ее сотрудников (см п. 2), сообщать о любых инцидентах, имеющих критическое значение для конкурентного права, расследовать их и в случае расследования в соответствии с конкурентным правом принимать правильные меры (см п. 3 и 4).

## 2. Предотвращение нарушения картельного права

Любое нарушение картельного права может иметь серьезные последствия для компании Arbonia и ее сотрудников. Нарушение картельного права может привести к крупным штрафам, за которыми часто следуют значительные иски о возмещении ущерба. Кроме того, при нарушении картельного права контракты теряют силу, что в конечном итоге наносит ущерб целостности и авторитету Arbonia и/или соответствующей компании концерна по отношению к клиентам и общественности. В некоторых странах нарушение картельного права может также привести к уголовному наказанию (например, тюремному заключению). По этой причине важно избегать любых соглашений, ограничивающих конкуренцию, или согласованных действий (см п. 2.1), а также любых видов злоупотребления доминирующим положением на рынке (см п. 2.1) или положением компании, имеющей влияние на рынок, (см п. 2.3).

В связи с любыми деловыми контактами необходимо учитывать следующие принципы

## 2.1. Договоренности, ограничивающие конкуренцию и согласованные действия

Все виды договоренностей, а также согласованные действия компаний на одном или разных уровнях рынка, целью или результатом которых является ограничение конкуренции, считаются незаконными в соответствии с картельным правом.

Таким образом, под сферу применения картельного права подпадают не только письменные соглашения, но и устные договоренности и так называемые согласованные действия, то есть сознательное или планируемое сотрудничество между отдельными компаниями, которое, хотя еще не является заключением фактического соглашения, но преднамеренно заменяет практическое сотрудничество конкуренцией, связанной с рисками.

### 2.1.1 Горизонтальные ограничения

Горизонтальные ограничения представляют собой договоренности или согласованные действия между компаниями, осуществляющими деятельность на одном уровне рынка. Например, соглашения между конкурентами или потенциальными конкурентами, к примеру, соглашения о цене, количестве или территориальные соглашения.

#### 2.1.1.1 Соглашения о ценах и условиях поставки с действующими или потенциальными конкурентами (так называемые горизонтальные соглашения)

##### **✗ Запрещается**

- прямо или косвенно устанавливать цены продажи или закупки;
- принимать совместные решения о повышении или снижении цен или координировать их друг с другом любым другим способом;
- совместно устанавливать минимальные или фиксированные цены или определенный ценовой диапазон;
- совместно определять объемы производства, закупок или поставок или договариваться о сокращении и увеличении;
- совместно договариваться о предоставлении скидок, снижении цен или других условий поставки или мер, связанных с ценой (например, условия оплаты, сроки кредитования, проценты за просрочку и объем гарантий);
- обмениваться информацией, относящейся к затратам или ценам (например, информацией о ценообразовании, скидках, ценовых уступках, условиях кредитования, показателях продаж, списках клиентов или других важных факторах затрат);
- заключать соглашения о закупках с конкурентами, особенно если упомянутые поставки представляют собой важный элемент затрат.

✓ **После консультации с начальником контрольно-правового отдела в целом разрешается:**

- создавать и использовать совместные инструменты ценообразования при условии, что инструмент ценообразования используется в силу проконкурентных причин в соответствии с правилами Комиссии по конкуренции в отношении инструментов ценообразования и не происходит обмена ценовыми условиями или аспектами фиксации затрат и/или цен.

✓ **Разрешается**

- односторонний и независимый поиск текущих тарифов конкурентов (*rate shopping*), например, через Интернет или путем наблюдения за опубликованными тарифами без какого-либо обмена с конкурентами. Следует отметить, что информация должна быть найдена и записана без какого-либо обмена с конкурентами.
- принимать информацию от клиентов без запроса о тарифах конкурентов, если она не изучена систематически. Необходимо отметить, что информация была получена от клиента.

2.1.1.2 Соглашение о разделе рынка с действующими или потенциальными конкурентами

✗ **Запрещается**

- распределять рынки в отношении конкретных географических территорий, продуктов, клиентов или источников поставок;
- устанавливать квоты на производство, закупки или продажи;
- согласовывать запрет конкуренции;

2.1.1.3 использовать бойкоты

✗ **Запрещено**

- заключение соглашений об отказе от поставок определенным клиентам и от приобретения товаров у определенных поставщиков;
- заключение соглашений, ставящих поставку или покупку товаров в зависимость от определенных условий;

## 2.1.1.4 создание торговых объединений.

### **✘ Запрещается**

- прямо или косвенно обмениваться информацией о ценах, скидках, условиях поставки, размере прибыли, структуре затрат, объемах производства, ценообразовании, практике маркетинга и продаж, территориях поставок, поставщиках, клиентах и т. п. на мероприятиях торговых объединений.

### **✓ Разрешается**

- вступать в торговое объединение, в которое входят конкуренты;
- в рамках торгового объединения договариваться о совместных заявлениях и ходатайствах, официальных вопросах и аналогичных темах;
- собирать и предоставлять статистические материалы, если они касаются исторических данных, собранных независимым органом и опубликованных в агрегированной форме.

## 2.1.1.5 Совместные предприятия (Joint Ventures)

При наличии соглашений между конкурентами, которые касаются создания совместного предприятия (например, в случае совместных предприятий для НИОКР, производства или продаж и т. п.), необходимо предварительно получать одобрение начальника контрольно-правового отдела.

## 2.1.1.6 Особые контрактные торги

Соглашения о контрактных торгах между конкурентами запрещены как законом о картелях, так и законом о закупках; такие соглашения могут привести к требованиям о возмещении ущерба в соответствии с гражданским законодательством

### **✘ Запрещается**

- заранее обмениваться содержанием и условиями предложений (цены, сроки и правила продажи и т. п.) с другими конкурентами;
- заключать прямые или косвенные соглашения о выигрыше;
- отправлять готовые предложения конкурентам, которые затем отправляют фальшивые предложения;
- заключать ценовые соглашения в преддверии подачи конкурсных предложений и во время проведения раундов торгов;
- формирование негласных консорциумов, в которых все участвуют в торгах, но выигрыше определен внутри;



- создавать места приема уведомлений, где регистрируется каждое заинтересованное лицо и где можно определить конкурента, который получит выигрыш
- создавать механизмы распределения, которые определяют, кто из конкурентов получит выигрыш когда и на каких условиях;
- в случае доминирующего положения на рынке предлагать демпинговые цены (цены ниже себестоимости);
- влиять на лиц, принимающих решения в тендерах, с помощью недопустимых подарков или преимуществ;
- заключать соглашения с конкурентами для участия в тендере с фиктивным предложением;
- отказываться от участия в публичном тендере при условии получения компенсации за такой отказ от участия от конкурента;
- информировать конкурентов о том, участвует ли Arbonia в тендере;
- спрашивать конкурентов, будут ли они участвовать в тендере.



## Разрешается

- вступать в консорциумы и делать совместное предложение от имени консорциума, при условии, что консорциум известен клиенту и образование консорциума позволяет компаниям представить предложение, или если предложение консорциума очевидно лучше, чем индивидуальные предложения компаний;
- приглашать любых оптовиков к участию в открытом тендере без установления цен оптовиков или согласования предложений оптовиков.

### 2.1.1.7 Обмен информацией

Обмен информацией, влияющей на конкуренцию, запрещен между конкурентами. Информация, влияющая на конкуренцию — это непубличная информация, которой компания обычно не делится со своими конкурентами, поскольку она может повлиять на деловое решение или стратегию конкурентов. Следующая информация влияет на конкуренцию и не должна сообщаться конкурентам:

- цены (например текущие цены и скидки, планируемое повышение цен, снижение цен), условия закупок или другие условия ведения бизнеса;
- клиенты, поставщики, рынки или территории;
- производственные затраты, объемы производства, мощности, оборот, показатели продаж или параметры качества;
- маркетинговые планы, стратегии продаж или оценка рыночных рисков;

- планируемые или предоставленные предложения, включая информацию об участии в тендере;
- технологии, программы НИОКР и их результаты, а также другие инвестиции;
- другая информация, которая может дать конкуренту преимущество.

Если вы получили от конкурента информацию, имеющую отношение к конкуренции, немедленно сообщите об этом руководству и/или начальнику контрольно-правового отдела. Кроме того, вы можете подать заявление в органы, указанные в «Предписании об информировании о фактах коррупции или незаконной деятельности».

## 2.1.2 Вертикальные соглашения

Вертикальные соглашения — это контракты между компаниями, работающими на разных уровнях производства и реализации товара. Стороны в договоре, как правило, являются не конкурентами, а дистрибьюторами, клиентами, лицензиатами, лицензиарами и поставщиками. Отношение к вертикальным соглашениям может различаться в зависимости от применимого законодательства, например, некоторые категории вертикальных соглашений не нарушают европейское законодательство о конкуренции, если они подпадают под действие соответствующего Регламента о правилах применения блокового исключения, в то время как соглашения того же типа могут быть запрещены в другой юрисдикции.

### 2.1.2.1 Цены перепродажи у дистрибьюторов

#### **✘ Запрещено (для производителя)**

- прямо или косвенно устанавливать или предписывать цены перепродажи дистрибьюторов или дилеров в списках, каталогах, рекламе, брошюрах, формах заказа, котировках или любым другим аналогичным способом;
- требовать от дистрибьюторов соблюдения рекомендованной розничной цены;
- прекращать или угрожать прекращением деловых отношений с дистрибьютором в связи с отказом применять рекомендованные розничные цены;
- препятствовать дистрибьюторам предоставлять скидки и льготные условия;
- предоставлять дистрибьюторам инструкции или формулы для расчета цен;
- предписывать норму прибыли дистрибьютора;
- устанавливать фиксированные или минимальные цены продаж;
- согласовывать условия наибольшего благоприятствования, запрещающие дистрибьюторам предоставлять другим покупателям более выгодные условия покупки, чем себе;

- согласовывать ценовую политику с дистрибьютором в соответствии с рыночной ситуацией;
- систематически контролировать цены перепродажи дистрибьютора.



## Разрешается

- давать рекомендованную цену без обязательств для перепродажи товаров, при условии, что для обеспечения выполнения рекомендации не используется прямое или косвенное принуждение (например, предоставление скидок) или другие меры (например, автоматическое отображение ценовой рекомендации в кассовой системе торговца), и рекомендованная цена не имеет эффекта фактического установления цен на рынке;
- максимальные цены перепродажи, при условии, что эти максимальные цены не имеют эффекта фиксированных или минимальных цен;

### 2.1.2.2 территориальная защита/исключительность.



## Запрещается

- налагать запреты на экспорт;
- предписаниями запрещать дистрибьюторам осуществлять пассивные поставки (т.е. по запросу клиента вне пределов территории эксклюзивности) за пределами согласованной территории эксклюзивности;
- препятствовать дистрибьютору при поставке товаров через другие каналы сбыта по запросу;
- заключать эксклюзивные соглашения о поставках, предусматривающие поставки исключительно конкретному клиенту, без прямого разрешения начальника контрольно-правового отдела;
- отказывать в заказах дистрибьюторам, которые экспортируют продукцию (пассивные продажи), на основании территориальных ограничений;
- запрещать дистрибьютору рекламу или продажи в Интернете.



## Разрешается

- предоставлять эксклюзивные права на сбыт, приобретение, франчайзинг или лицензирование на определенной территории;
- препятствовать активной политике продаж за пределами эксклюзивной территории, если доля рынка компании концерна составляет менее 30 %, реклама и сбыт в Интернете не запрещены;

- информировать делового партнера о различиях, влияющих на принятие товара в других странах, или указывать на законодательные требования в других странах;
- временно ограничить количество товара, продаваемого деловому партнеру, в связи с обоснованными проблемами с мощностью

### 2.1.2.3 Оговорка о конкуренции

#### **✘ Запрещается**

- препятствовать дистрибьютору или лицензиату производить и продавать конкурирующую продукцию в течение срока действия соглашения на неопределенный срок или на срок более 5 лет с момента начала действия соглашения;
- препятствовать дистрибьютору или лицензиату производить и продавать конкурирующую продукцию после прекращения действия соглашения (запрет конкуренции по завершении договорных отношений).

#### **✔ Разрешается**

- запрещать дистрибьютору или лицензиату производить и продавать конкурирующие продукты в течение всего срока действия соглашения, максимум в течение 5 лет, при условии, что доля рынка не превышает 30 %.

### 2.1.2.4 Патенты, авторские права, ноу-хау или торговые марки

#### **✘ Запрещается**

- заключать соглашение о лицензировании патентов, авторских прав, ноу-хау или товарных знаков без прямого одобрения начальника контрольно-правового отдела;
- препятствовать деловому партнеру оспаривать действительность лицензированного патента;
- устанавливать цену, которую лицензиат взимает за свой продукт;
- заключать соглашения с другими держателями патентов о плате, взимаемой за конкурирующие патенты.

## 2.2. Запрет злоупотребления доминирующим положением на рынке

Компании, занимающей доминирующее положение на рынке, запрещено использовать свое доминирование на рынке нечестным и дискриминационным образом. Доминирующее положение на рынке и связанные с ним последствия всегда должны рассматриваться в контексте данных инструкций, если доля компании на конкретном рынке превышает 40 %.

Для определения доли рынка соответствующий рынок должен быть разграничен фактически, географически и во времени. Как правило, продукты относятся к одному и тому же товарному рынку (материальному рынку), если они взаимозаменяемы (способны к замещению) с точки зрения оппонента на рынке. Географический рынок определяется как территория, на которой преобладают одинаковые или сопоставимые условия конкуренции. Такой рынок может, например, состоять из отдельных, нескольких или всех государств-членов ЕС/ЕАСТ и Швейцарии, а также отдельных регионов этих стран.

В случае подтверждения доминирующего положения на рынке необходимо соблюдать следующие инструкции:

### 2.2.1 Дискриминация/различные условия продажи

#### ✘ **Запрещается**

- компании с доминирующим положением на рынке предоставлять различные условия продажи (цены, скидки) или условия ведения бизнеса аналогичным торговым партнерам (дистрибьюторам, клиентам или поставщикам) на одинаковых условиях.

### 2.2.2 Препятствие конкурентам

#### 2.2.2.1 Эксклюзивные обязательства по закупкам

#### ✘ **Запрещается**

- компании с доминирующим положением на рынке в значительной степени блокировать доступ конкурентов к клиентам или дилерам посредством эксклюзивных обязательств по закупкам.

#### 2.2.2.2 Скидки за лояльность и скидки с сопоставимым эффектом

#### ✘ **Запрещается**

- компании с доминирующим положением на рынке предоставлять скидки, которые даются клиенту при условии, что он приобретает свои товары исключительно у доминирующего на рынке поставщика (так называемые скидки за эксклюзивность или скидки за лояльность);

- компании с доминирующим положением на рынке предоставлять скидки на общий объем продаж, которые создают эффект втягивания в пользу доминирующего предприятия и влияют на продажи продукции на разных рынках;
- компании с доминирующим положением на рынке предоставлять целевые скидки, которые индивидуально учитывают объем продаж конкретного клиента или поставщика;
- компании с доминирующим положением на рынке предоставлять скидки с количества на определенные категории продукции без прямого одобрения начальника контрольно-правового отдела;
- компании с доминирующим положением на рынке предоставлять скидки с продаж на определенные категории продукции, которые определяются на основе предварительного указания количества заказа, без прямого одобрения начальника контрольно-правового отдела.

#### 2.2.2.3 Демпинговые цены

##### **✘ Запрещается**

- компании с доминирующим положением на рынке требовать цены ниже себестоимости;
- компании с доминирующим положением на рынке целенаправленно предлагать продукцию или услуги по ценам ниже себестоимости.

#### 2.2.2.4 Продажа с нагрузкой

##### **✘ Запрещается**

- ставить поставку доминирующего на рынке продукта в зависимость от обязательства приобрести другой продукт или заключить договор на обслуживание;
- компании с доминирующим положением на рынке требовать от клиента приобретения полного ассортимента продукции, включая аксессуары, без прямого разрешения начальника контрольно-правового отдела;
- компании с доминирующим положением на рынке требовать от клиента заключения договора на обслуживание по соображениям безопасности продукции без прямого разрешения начальника контрольно-правового отдела.

##### **✓ Разрешается**

- предусматривать в лицензионных соглашениях закупку материалов и специальных инструментов, которые объективно необходимы для технического удовлетворительного использования лицензии.

## 2.2.2.5 Бандлинг

### ✘ **Запрещается**

- стратегическое объединение доминирующего на рынке продукта с одним или несколькими другими продуктами с единственной целью устранения конкурентов;
- установление демпинговой цены на пакет продуктов.

### ✔ **Разрешается**

- компании с доминирующим положением на рынке объединять два продукта или несколько продуктов, если это основано на веских научных причинах;
- объединять продукты, которые являются частью объективно необходимой взаимосвязанной системы.

## 2.2.2.6 Английская оговорка

### ✘ **Запрещается**

- компании с доминирующим положением на рынке согласовывать так называемую «английскую оговорку». Согласно этому пункту договорному партнеру доминирующей на рынке компании предоставляется возможность закупать продукцию у конкурента при условии, что он заранее сообщил доминирующей компании название конкурента, количество закупок и согласованную цену.

### ✔ **Разрешается**

- согласовывать автоматическое продление контракта при условии, что возможно его расторжение.

## 2.2.2.7 Отказ от поставок

### ✘ **Запрещается**

- компании с доминирующим положением на рынке отказывать в поставках клиенту, который выполняет те же условия, что и другие клиенты, получающие товар;
- компании с доминирующим положением на рынке ограничивать поставку аналогичным клиентам различными способами без объективного обоснования;

- компании с доминирующим положением на рынке отказывать в заключении договора или расторгать существующий договор без объективных оснований с целью отказа от деловых отношений.



#### **Разрешается**

- отказывать в поставках новым или старым клиентам по коммерчески обоснованным и доказуемым причинам;
- отказывать в поставках новому клиенту из-за недостаточной мощности.

#### 2.2.2.8 Географическая ценовая дискриминация



#### **Запрещается**

- компании с доминирующим положением на рынке ограничивать возможность клиентов приобретать товары или услуги, предлагаемые в Швейцарии и за рубежом, по рыночным ценам и условиям, принятым в данной отрасли.



#### **Разрешается**

- требовать от покупателей самостоятельно забирать товар за границей, если они хотят приобрести товар на зарубежных условиях.

#### **2.3. Запрет на злоупотребление положением компании, имеющей относительное влияние на рынок**

Компании, имеющей относительное влияние на рынок запрещается препятствовать или ставить в невыгодное положение другие компании или потребителей, которые зависят от этой компании в отношении предложения или спроса, например, посредством дискриминационных условий, демпинговых цен, специальных режимов скидок, отказа в доступе к правам интеллектуальной собственности, расторжения контрактов или отказа в деловых запросах, которые не являются объективно обоснованными, и т. п.

Считается, что компания имеет относительное влияние на рынок, если другие компании зависят от нее в вопросах поставки или спроса на товар или услугу таким образом, что не существует достаточных и разумных возможностей для перехода к другим компаниям.

Концепция относительного влияния на рынок предназначена для защиты клиентов и поставщиков, если они зависят от поставщиков или клиентов, имеющих влияние на рынок. Можно выделить следующие группы зависимости (перечень неполный):



- Зависимость от ассортимента: товары, без которых дилер не может быть конкурентоспособным (товары, занимающие лидирующие позиции), оригинальные запасные части, обновления программного обеспечения и т. п.
- Зависимость от компании: блокировка компании, например, из-за непомерно высоких затрат при смене, и/или если клиент привержен определенному партнеру по договору в течение длительного периода времени и практически не может переключиться на других поставщиков в случае одностороннего отказа от поставок
- Относительное влияние покупателя: поставщик зависит от крупного покупателя (например, субпоставщика или поставщика крупных розничных сетей/оптовиков)
- Зависимость от платформы или данных: зависимость компании от доступа к платформе или данным другой компании
- Зависимость на основе дефицита: свободное от дискриминации обязательство поставки в случае общего дефицита (например, во время нефтяного кризиса или, возможно, общего дефицита чипов)

Компании, имеющие относительное влияние на рынок, должны показать объективные причины неравного отношения к аналогичным клиентам или поставщикам, например, в отношении цен, скидок, прекращения отношений поставки или закупки или связывающих сделок (в противном случае они недопустимы).

Оценка производится в каждом конкретном случае на основе отношений зависимости, существующих между двумя компаниями в части конкретных продуктов или услуг. Соответственно, компания может, например, иметь влияние на рынок по отношению к деловому партнеру 1 и не иметь влияние на рынок по отношению к деловому партнеру 2, при этом она имеет влияние на рынок по отношению к деловому партнеру 1 только в отношении продукта А, но не в отношении продукта В.

В случае подтверждения влияния на рынок необходимо соблюдать следующие инструкции.

Препятствование деятельности зависимых компаний

### 2.3.1 Дискриминация/различные условия продажи



#### **Запрещается**

- при одинаковых условиях обращаться с аналогичными торговыми партнерами (например, клиентами или поставщиками) по-разному (например, разные цены, скидки или условия).



#### **Разрешается**

- предоставлять дистрибьюторам различные условия продаж (скидки) при условии, что эти компании предоставляют специальные услуги, не предлагаемые другими дистрибьюторами, или находятся на разных уровнях рынка (предприятия оптовой и розничной торговли).

## 2.3.2 Скидки за лояльность и скидки с сопоставимым эффектом

### ✘ **Запрещается**

- компании, имеющей относительное влияние на рынок, предоставлять скидки, которые даются клиенту при условии, что он приобретает свои товары исключительно у поставщика с относительным влиянием на рынок (так называемые скидки за лояльность);

### ✔ **Разрешается**

- предоставлять скидки с количества на определенные категории продукции;
- предоставлять скидки с продаж на определенные категории продукции, определяемые на основе предварительного указания количества заказа.

## 2.3.3 Продажа с нагрузкой

### ✘ **Запрещается**

- компании, имеющей относительное влияние на рынок, ставить поставку товара в зависимость от обязательства приобрести другой продукт или заключить договор на обслуживание.

### ✔ **Разрешается**

- требовать от клиента приобретения полного ассортимента продукции, включая аксессуары;
- требовать от клиента заключения договора на обслуживание по соображениям безопасности продукции;
- предусматривать в лицензионных соглашениях закупку материалов и специальных инструментов, которые необходимы для технически удовлетворительного использования лицензии.

## 2.3.4 Отказ от поставок

### ✘ **Запрещается**

- компании, имеющей относительное влияние на рынок, отказывать в поставках клиенту, который выполняет те же условия, что и другие клиенты, получающие товар;
- компании, имеющей относительное влияние на рынок, ограничивать или прекращать поставки зависимым клиентам без объективных оснований.



## Разрешается

- отказывать в поставках новым или старым клиентам по коммерчески обоснованным и доказуемым причинам;
- отказывать в поставках новому клиенту из-за недостаточной мощности.

### 2.3.5 Расторжение договора



## Запрещается

- компании, имеющей относительное влияние на рынок, расторгать договор с зависимыми клиентами без разумного уведомления, если партнер по договору (клиент или поставщик) не может в короткие сроки переключиться на других поставщиков или клиентов.



## Разрешается

- расторгать контракты с зависимыми предприятиями без уведомления по веским причинам (например, грубое нарушение договора со стороны договорного партнера);
- расторгать контракты с зависимыми предприятиями, если существует вероятность того, что партнер по договору может перейти к другому поставщику или заказчику после истечения разумного срока уведомления.

### 2.3.6 Географическая ценовая дискриминация



## Запрещается

- компании, имеющей относительное влияние на рынок, ограничивать возможность зависимых клиентов приобретать товары или услуги, предлагаемые в Швейцарии и за рубежом, по рыночным ценам и условиям, принятым в данной отрасли.



## Разрешается

- требовать от покупателей самостоятельно забирать товар за границей, если они хотят приобрести товар на зарубежных условиях.

### 3. Порядок действий при подозрении на нарушение закона о картелях

Сотрудники, обнаружившие признаки возможного нарушения закона о картелях, должны немедленно сообщить об этом. Необходимо проинформировать руководство и/или начальника контрольно-правового отдела, либо подать заявление в органы, указанные в «Предписании об информировании о фактах коррупции или незаконной деятельности». Все сотрудники должны способствовать тому, чтобы подозрительные факты были расследованы и чтобы нарушения можно было предотвратить или остановить.

#### **Другие правила поведения для сотрудников:**

##### Деловые контакты с действующими или потенциальными конкурентами:

Если в ходе встреч с конкурентами (деловые контакты, мероприятия, выставки и т. п.) возникают разговоры на темы, касающиеся картельного права, дистанцируйтесь от содержания беседы и настаивайте на ее прекращении. Если это требование не будет выполнено, немедленно прекратите беседу и запишите разговор. Затем сообщите об инциденте начальнику контрольно-правового отдела и передайте ему запись разговора.

**Внимание!** В разговорах, нарушающих картельное право, недостаточно вести себя пассивно. В таком случае компания несет ответственность за нарушение картельного права. Поэтому в своей повседневной работе следите за тем, чтобы на поведение на рынке не влияли неформальные контакты с действующими или потенциальными конкурентами. В целом следите за тем, чтобы деловые контакты с конкурентами всегда имели конкретную причину, а цель встречи была определена заранее (повестка дня).

##### Деловая переписка:

В деловой переписке всегда используйте четкие и недвусмысленные формулировки. Это особенно актуально при использовании электронных писем, в которых обычно уделяется меньше внимания точным формулировкам, чем в других формах переписки. Избегайте неоднозначных формулировок, таких как: «*В связи с высоким ценовым давлением в нашей отрасли в начале следующего года мы повышаем цены на ...%.*» Это может создать впечатление, что мы знаем затраты наших конкурентов. Более нейтральной была бы формулировка: «*В связи с повышением наших расходов к началу года мы повысим цены на ...%.*»

В отношении цен избегайте таких формулировок, как: «*гармонизация, согласование, координация и т. п.*». Такие высказывания могут быть интерпретированы так, что либо сговор с конкурентами уже имел место, либо по меньшей мере предпринимались попытки в этом направлении.

По возможности избегайте заявлений, которые могут создать впечатление, что на рынке нет конкуренции для вашей компании (например, «*мы являемся неоспоримым лидером на рынке*»).

Письменно отказывайтесь от незапрошенной или случайной конфиденциальной информации, полученной от конкурентов.

#### **4. Картельно-правовые расследования**

Антимонопольные органы имеют возможность назначать (без предупреждения) домашние обыски в компаниях, если есть подозрения, что было совершено нарушение закона о картелях. С этой целью они уполномочены проводить обыск территории и помещений, требовать проверки документов и записей, делать копии документов, отдавать распоряжения об изъятии и проводить опрос персонала. В случае проведения обыска в компании концерна сотрудники данной компании должны придерживаться следующих инструкций, а затем выполнять действия в соответствии с местными инструкциями по проведению, составленными для соответствующей компании концерна на основе типовых памяток для отдела приёма (Приложение 1) и руководства (Приложение 2).

#### **5. Скрытая конкуренция**

Если целью картельного права является защита конкуренции (или конкурентов, поставщиков и клиентов) от ограничений конкуренции, то целью закона о добросовестной конкуренции является защита всех участников рынка (конкурентов, клиентов, потребителей и т. п.) от недобросовестной конкуренции. Все компании концерна и сотрудники Arbonia обязаны соблюдать применимые положения соответствующего закона о недобросовестной конкуренции в своей деятельности. Под «недобросовестной конкуренцией» понимается незаконное или обманное поведение, способное повлиять на отношения между различными участниками рынка, а также другие применимые в каждой конкретной стране законы, защищающие честную конкуренцию.

Также недобросовестной является дискриминация конечных потребителей в онлайн-торговле на основании их гражданства, места жительства, места ведения бизнеса, местонахождения поставщика платёжных услуг или места выдачи платёжного средства в отношении цены или условий оплаты без объективного обоснования, блокирование или ограничение доступа к онлайн-порталу или перенаправление конечного потребителя на версию онлайн-портала, отличную от той, которую он изначально посещал, без его согласия.

Примеры недобросовестного поведения

- Неприемлемое воздействие на клиента (например, предложения «приманки» ниже себестоимости, обман клиента путем предоставления недостоверной информации о продукции, использование агрессивных методов продаж, которые ограничивают свободу выбора клиента, и т. п.)
- Унижение достоинства конкурента (например, в рекламе)

- Использование недостоверной информации о собственной продукции в рамках рекламы
- Эксплуатация или использование производственных услуг со стороны в собственных целях
- Создание вероятности смещения с продукцией других поставщиков
- Необоснованная геоблокировка и другие формы дискриминации (цена, условия оплаты и т. п.) на основании гражданства, места жительства, места ведения бизнеса, местонахождения поставщика платёжных услуг или места выдачи платёжного средства в онлайн-торговле, а именно при доступе к пользовательским интерфейсам всех видов (веб-сайты, интернет-магазины и т. п.)

## 6. Вступление в силу

Данное указание вступает в силу немедленно и заменяет Предписание о конкуренции от 24 января 2014 года.

Арбон, 21 июня 2022 г.

Arbonia AG



Александр фон Витцлебен  
(Alexander von Witzleben)  
Председатель совета директоров



Андреа Викарт  
(Andrea Wickart)  
Начальник контрольно-правового отдела / генеральный секретарь

## Приложение 1. Типовая памятка в случае проведения обыска — отдел приёма

- 1. Необходимо спросить представителей власти о причине визита. *Сохраняйте спокойствие и деловой стиль, не препятствуйте обыску, но учитывайте следующие аспекты.*
- 2. Незамедлительно проинформируйте руководителя и/или начальника контрольно-правового отдела.
  - Генеральный директор подразделения: [имя, фамилия, адрес электронной почты, номер телефона]
  - Руководство: [имя, фамилия, адрес электронной почты, номер телефона]
  - Начальник контрольно-правового отдела: [имя, фамилия, адрес электронной почты, номер телефона]

*Если эти лица отсутствуют или недоступны, необходимо проинформировать представителя компании самого высокого ранга. Для этого свяжитесь на месте с одним из следующих лиц (в указанном порядке):*

- [имя, фамилия, адрес электронной почты, номер телефона], должность
- [имя, фамилия, адрес электронной почты, номер телефона], должность
- [имя, фамилия, адрес электронной почты, номер телефона], должность

- 3. Попросите представителей власти предъявить ордер на обыск.
- 4. Необходимо получить и скопировать/отсканировать ордер на обыск.
- 5. Попросите представителей власти назвать себя, сделайте сканы или копии удостоверений личности.
- 6. Запишите служебные звания отдельных представителей власти.
- 7. Копию ордера на обыск и информацию о представителях власти (информация в соответствии с пп. 4, 5 и 6) необходимо направить руководству, начальнику контрольно-правового отдела и внешнему юристу (см контакты в п. 2).
- 8. Представителям власти необходимо выделить комнату для совещаний, в которой нет официальных бумаг или других возможностей доступа к документам, с просьбой ожидать там прибытия лиц, заранее проинформированных отделом приёма, по возможности также прибытия внешнего адвоката, ввванного руководством / начальником контрольно-правового отдела.

Если представители власти отказываются ждать прибытия руководства (например, потому что руководитель не находится в офисе) и хотят провести обыск дома немедленно, необходимо ввзвать присутствующего сотрудника самого высокого ранга в соответствии с пунктом 2, чтобы представители власти могли начать обыск офиса без промедления. Это лицо должно принять на себя роль руководителя согласно «Типовой памятки в случае проведения обыска: руководство».

В целом применяется следующее (в тч. для всех сотрудников)

- Не пытайтесь уничтожить, спрятать или переместить документы!
- Вы не обязаны активно поддерживать обыск. Однако в случае проведения обыска антимонопольными органами вы должны правдиво отвечать на вопросы о документах или фактах. Предоставляйте информацию только о тех событиях, о которых вам точно известно, избегайте домыслов!
- Обыск должен проводиться конфиденциально. Информировать только вышеуказанных лиц.



## Приложение 2. Типовая памятка в случае проведения обыска — руководство

### I. Начало обыска

*В целом применяется следующее (в тч. для всех сотрудников)*

- *Не пытайтесь уничтожить, спрятать или переместить документы!*
- *Вы не обязаны активно поддерживать обыск. Однако в случае проведения обыска антимонопольными органами вы должны правдиво отвечать на вопросы о документах или фактах. Предоставляйте информацию только о тех событиях, о которых вам точно известно, избегайте домыслов!*

- 1. Необходимо спросить представителей власти о причине визита.  
*Сохраняйте спокойствие и деловой стиль, не препятствуйте обыску.  
Не пытайтесь уничтожить, спрятать или переместить документы.*
- 2. Ордер на обыск необходимо изучить, чтобы понять предмет и объем обыска.
  - *В ордере должна быть указана причина обыска и орган, проводящий обыск (государственный антимонопольный орган или Европейская комиссия).*
  - *В ордере на обыск должно быть указано, в каких помещениях проводится обыск и какие доказательства собираются.*

*Только если известно точное содержание ордера на обыск, в ходе обыска можно проверить, соблюдают ли органы власти полномочия, предоставленные им ордером на обыск.*

- 3. Необходимо незамедлительно проинформировать следующих лиц:
  - Генеральный директор подразделения: [имя, фамилия, адрес электронной почты, номер телефона]
  - Начальник контрольно-правового отдела: [имя, фамилия, адрес электронной почты, номер телефона]
  - Если еще не проинформированы: руководство: [имя, фамилия, адрес электронной почты, номер телефона]
  - [Для каждой компании назначен внешний юрист по вопросам конкуренции],

Руководство подразделения (проинформировать одно из следующих лиц):

- [имя, фамилия, адрес электронной почты, номер телефона], должность
- [имя, фамилия, адрес электронной почты, номер телефона], должность
- [имя, фамилия, адрес электронной почты, номер телефона], должность

Лицо, ответственное за ИТ (проинформировать одно из следующих лиц):

- [имя, фамилия, адрес электронной почты, номер телефона], должность
- [имя, фамилия, адрес электронной почты, номер телефона], должность
- [имя, фамилия, адрес электронной почты, номер телефона], должность

- 4. Обобщенные отделом приёма сведения о членах органов власти (информация в соответствии с пп. 4, 5 и 6 документа «Типовая памятка в случае проведения обыска — отдел приёма») должна быть предоставлена руководству и начальнику контрольно-правового отдела (см контакты в п. 3).
- 5. При согласовании с начальником контрольно-правового отдела (если он отсутствует: по согласованию с руководством подразделения, если и он отсутствует, то по согласованию с руководством) в кратчайшие сроки необходимо привлечь внешнего юриста, имеющего опыт работы в сфере антимонопольного законодательства (см контакты в п. 3).

Кроме того, необходимо уточнить, проводится ли обыск в других филиалах компании одновременно (параллельный обыск) (см контакты в п. 3).

- 6. Представителям власти предоставляется рабочая комната с копировальным аппаратом (или комната для совещаний, выделенная представителям власти отделом приёма, а также копировальный аппарат) для дальнейшего проведения обыска в офисе.
- 7. Для каждого представителя власти должен быть назначен сотрудник компании, который будет сопровождать его в течение всего обыска офиса: назначенные сотрудники должны вести подробный протокол с описанием действий сопровождаемого представителя власти (личные данные сопровождаемых должностных лиц, последовательность действий представителей власти, просмотренные документы, изъятие документов, изъятие или скопированные электронные файлы, заданные вопросы, предоставленная информация и т.п.).

## II. Во время обыска офиса

В целом применяется следующее (в тч. для всех сотрудников)

- Не пытайтесь уничтожить, спрятать или переместить документы!
- Вы не обязаны активно поддерживать обыск. Однако в случае проведения обыска антимонопольными органами вы должны правдиво отвечать на вопросы о документах или фактах. Предоставляйте информацию только о тех событиях, о которых вам точно известно, избегайте домыслов!

- 8. Должна быть создана «команда по конкурентному праву», которая координирует/сопровождает дальнейший ход обыска офиса со стороны компании, а также определяет внутренние и любые внешние коммуникации.

В «команду по конкурентному праву» должны входить следующие лица:

- a) *представитель руководства подразделения*
  - b) *представитель руководства*
  - c) *представитель контрольно-правового отдела*
  - d) *представитель отдела ИТ*
  - e) *внешний адвокат*
  - f) *руководитель отдела корпоративных связей*
- 9. Команда по конкурентному праву должна как можно скорее оценить, следует ли установить маркер для заявления об ошибочности представленных ранее данных с компетентным антимонопольным органом.
  - 10. Участник команды по конкурентному праву должен быть представлен представителям власти и сотрудникам соответствующей компании в качестве центрального контактного и информационного лица на протяжении всего дальнейшего обыска офиса.
  - 11. В начале следственных действий должностных лиц следует попросить подтвердить, что все предоставленные документы и информация будут рассматриваться конфиденциально, если не указано иное. Подтверждение должностного лица необходимо зафиксировать в письменном виде.
  - 12. Со всех документов, изъятых должностными лицами, должны быть сделаны копии. Должностные лица должны предоставить подписанный ими список скопированных документов. Проверьте их на правильность.
  - 13. Сотрудники соответствующей компании должны быть проинформированы и проинструктированы о том, как действовать во время обыска офиса.

При необходимости отдел корпоративных связей должен выпустить внешнее сообщение/пресс-релиз.

- 14. Опечатывание как право компании  
Опечатывание может быть запрошено в ходе консультации с руководителем контрольно-правового отдела или через внешнего юриста.  
*Документы и предметы, которые согласно обязательству не могут подвергаться обыску или быть изъяты из-за права на отказ от дачи показаний или по другим причинам, опечатываются по запросу компании и не могут осматриваться или использоваться карательными органами в течение определенного времени.*

*Опечатывание должно быть запрошено немедленно и во время обыска. Опечатывание не может быть запрошено позже, например, во время оценки документов.*

### **III. Завершение обыска офиса: протокол исполнения**

- 15. Необходимо получить протокол исполнения с целью проверки следующего:
  - *Действующие правила предусматривают что напрямую затронутым лицам (а к ним относятся и компания, в которой был проведен обыск) вручается не только копия ордера на обыск офиса, но и протокол исполнения.*
  - *Если в ходе обыска изымаются документы или другие предметы, протокол исполнения содержит перечень изъятых документов и предметов. Этот протокол исполнения должен быть точным и подробным; он должен быть подписан компанией как владельцем обыскиваемого помещения.*
  - *После этого каждый сотрудник, сопровождавший отдельных представителей власти во время обыска офиса, должен составить свой протокол. Протоколы этих сотрудников необходимо сравнить с протоколом представителя власти.*

### **IV. После обыска офиса: дебрифинг**

- 16. Сразу же после поиска офиса команда по конкурентному праву должна провести совещание.
- 17. Необходимо собрать информацию, которая была предоставлена либо представителями власти при обыске офиса (ордер на обыск офиса, протокол исполнения), протоколы сотрудников и другие документы и информацию
- 18. Дополнительно необходимо опросить сотрудников по поводу расследования.

**После дебрифинга компания должна более детально проанализировать ситуацию и определить дальнейшие действия.**

## Приложение 3. Руководство для сотрудников при проведении обысков в офисе

Антимонопольные органы, правоохранительные и другие органы могут проводить обыски в компании Arbonia без предупреждения.

Во время обыска должностные лица могут обыскивать помещения предприятия, осматривать и копировать документы и записи, изымать оригиналы документов и записей и допрашивать сотрудников. В случае обыска власти имеют право входить во все офисы, получать доступ ко всем паролям, открывать все помещения и контейнеры (например, шкафы, сейфы), обыскивать все электронные данные и делать полные копии; в случае препятствий они имеют право ввзвать полицию.

В случае обыска офиса все сотрудники должны соблюдать следующие правила.

### РАЗРЕШАЕТСЯ

- Сохраняйте спокойствие и контроль над ситуацией.
- Обращайтесь к должностным лицам вежливо и с уважением
- Немедленно проинформируйте своего начальника и сотрудничайте с нашей правовой службой и внешними адвокатами.
- Внимательно прочитайте официальный ордер на обыск, если должностные лица настаивают на начале обыска.
- Откройте все офисы, помещения и сейфы по требованию должностного лица.
- Предоставьте должностным лицам доступ к запрашиваемым ими компьютерам и мобильным телефонам.

### ЗАПРЕЩАЕТСЯ

- НЕ мешайте и не препятствуйте должностным лицам
- НЕ прячьте и не уничтожайте документы и записи, не удаляйте файлы и электронные письма.
- НЕ взламывайте официальные печати, наложенные должностными лицами.
- НЕ подписывайте документы, переданные вам должностными лицами, до того, как их проверят юристы.
- НЕ разговаривайте с должностными лицами о содержании дела в отсутствие адвокатов, отвечайте только на общие вопросы. Для сложных вопросов попросите время, чтобы дать на них ответ в письменном виде или позже.
- НЕ делайте предположений или догадок и НЕ выражайте личного мнения.
- НЕ сообщайте подробности о том, чего вы не знаете или не помните.
- НЕ выдавайте документы или информацию, которые не были запрошены.
- НЕ обсуждайте обыск офиса с другими людьми внутри или за пределами Arbonia.
- Не делайте НИКАКИХ ПРИЗНАНИЙ!