



Статут Групи Legrand в області конкурентного права

НАША КУЛЬТУРА ТА ОБОВ'ЯЗКИ

 legrand®

**Чесна конкуренція
дає змогу ринкам
працювати
оптимально,
сприяючи
довгостроковим
інноваціям**

Загальні принципи поведінки та дії Групи та працівників Legrand визначені в Статуті фундаментальних принципів, в якій окреслено основні цінності. Вони ґрунтуються на відповідності законодавству та дотриманню конкурентного права.

Здорова та чесна конкуренція гарантує найкращу роботу ринків та заохочує довгострокові інновації. Однак такий підхід стає законним тільки тоді, коли кожен працівник підтримує та допомагає щоденно втілювати його через наші ділові стосунки. Будь-які правопорушення вчинені співробітниками, можуть призвести до судових позовів проти Групи Legrand відповідними органами влади і, таким чином, можуть призвести до значних фінансових і навіть кримінальних санкцій. Тому ми хочемо, щоб всі співробітники усвідомлює важливість дотримання гарної комерційної практики та розуміння високих ризиків.

Якщо компанія Legrand має справу з юридичними заходами, це може вплинути на репутацію Групи, її фінансову силу та навіть продовження своєї підприємницької діяльності. Порухення закону про конкуренцію є дуже серйозним актом, що тягне за собою відповідальність працівників перед роботодавцем та владою. Будь ласка, уважно прочитайте наступні сторінки та суворо виконуйте їхні інструкції.



Benoît Coquart
Chief Executive Officer

Статут Групи

Legrand

в області конкурентного
права



ЗМІСТ

1. Вступ	
Використання посібника.....	5
Нагадування про економічний ланцюг Legrand.....	5
2. Заборонені практики	
Заборонені угоди між конкурентами	7
Заборонені вертикальні угоди	8
Обмін інформацією з конкурентами	8
3. Небезпечні практики, законність яких залежить від обставин	
Угоди між конкурентами	11
Угоди купівлі-продажу між конкурентами	12
Вертикальні угоди	12
Незловживання ринковою владою.....	13
4. Практичні рекомендації: конкретні ситуації, яким потрібно приділити особливу увагу	
Діяльність за участю професійних асоціацій / організацій стандартизації.....	17
Неминучі / неформальні зустрічі з конкурентами.....	19
Відвідування заводів без огляду щодо потенційної покулки.....	19
Переговори перед покупками або продажами філій	19
5. Заключення	21



Ці рекомендації розроблені таким чином, щоб допомогти ідентифікувати поведінку, яка підлягає забороненню в рамках групи "Legrand", та ситуаціям, які можуть спричинити ризики

1. Вступ

– Використання цього посібника

Метою цього посібника є ознайомлення працівників Legrand з практикою та правилами, що стосуються Конкуренції. Це стосується всіх співробітників.

Для того, щоб краще зрозуміти основні правові принципи, цей посібник використовує просту мову та не покликаний охопити всі існуючі тексти та правила конкуренції, а також всі можливі ситуації з високим ризиком. За будь-яких питань або проблем, що стосуються розуміння певних моментів, Юридичний департамент Групи з радістю надасть будь-яку необхідну допомогу.

Цей посібник описує ситуації високого ризику, з якими стикаються такі промислові компанії, як Legrand. Важливо розуміти, що всі види поведінки або практики, які змінюють або зменшують рівень конкуренції на певному ринку, або добровільно, або небажано підходити з найбільшою турботою.

Зверніть увагу, що це керівництво не є вичерпним і не має наміру перетворювати кожного співробітника на спеціаліста з конкурентного права. Проте, у дуже прагматичному сенсі, це має допомогти вам як визначити ті види поведінки, які

Група повинна заборонити та визнавати ситуації з високим ризиком. Якщо у вас виникнуть сумніви, будь ласка, зв'яжіться з Юридичним департаментом Групи, який надасть вам допомогу

– Нагадування

проекономічний ланцюг Legrand

Економічний ланцюг "Legrand" включає таких гравців:

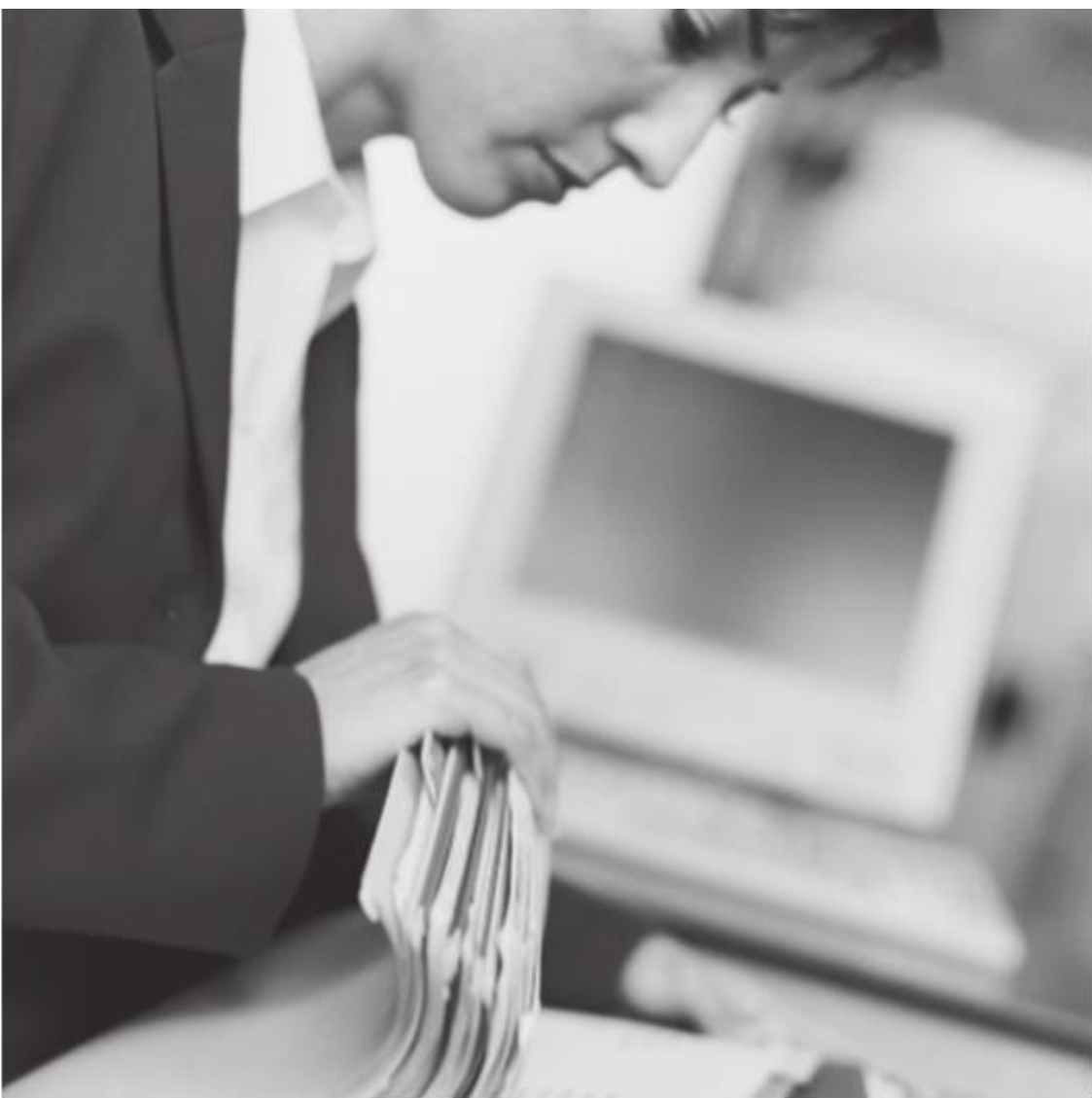
- Upstream: постачальники матеріалів, постачальники послуг та субпідрядники;

- Downstream: ряд основних каналів розподілу, включаючи основних дистриб'юторів та груп покупців, а також кінцевих споживачів / користувачів;

- Непрямим чином: специфікація рішень Legrand.

Legrand відіграє важливу роль у його економічному ланцюзі. Він сильно бере участь у професійних організаціях і часто має значну частку ринку, що вимагає від неї особливої турботи щодо забезпечення відповідності конкуренції правилам, зокрема щодо зловживання владою на ринку.

Ми повинні подбати, щоб не забувати про цей ризик, недооцінивши нашу юридичну силу вимоги щодо дотримання правил конкуренції.



2. Заборонені практики

Найбільш серйозні порушення це угоди щодо встановлення ціни та розподілу ринку

Нижче наведено перелік основних практик, які в більшості країн заборонені, і тому їх слід уникати за будь-яку ціну.

Вони в основному складаються з угод або обміну інформацією між конкуруючими компаніями, що працюють на одному рівні економічного ланцюга, але іноді також з так званими вертикальними угодами, що включають компанії, які працюють на різних рівнях ланцюга виробництва (наприклад, постачальники, дистрибутори, роздрібні торговці, клієнти).

Заборонені угоди між конкурентами

Угоди або узгоджені дії, розроблені кількома компаніями, що працюють на одному рівні ринку, є явними порушеннями конкурентного права, які принципово заборонені, коли вони включають, зокрема:

- встановлення цін (на рік, географічну зону, сімейство продуктів тощо);
- розподіл географічних районів, клієнтів або ринків;
- обмеження виробництва або виробничих потужностей;

- обмін конфіденційною інформацією;
- методи відповіді на дзвінки на тендери з метою обміну важливою інформацією;
- бойкотування інших конкурентів.

Угоди про встановлення цін та розподіл ринків розглядаються як найбільш серйозні порушення цього неповного списку.



Кожен ринковий учасник повинен залишатися вільним встановлювати власні ціни

– **Заборонені вертикальні угоди**

Це стосується угод між кількома компаніями, що працюють на різних рівнях економічного ланцюга на ринку, тим самим впливаючи на конкуренцію.

Відповідно, необхідно, серед іншого, уникати практики, яка включає:

- досягнення домовленості з одним (або більше) дистриб'ютором (ів) з метою встановлення роздрібних цін кінцевих споживачів, що встановлюються дистриб'ютором (ів);
- досягнення домовленості з одним (або декількома) дистриб'юторами, щоб виправити їх маржу прибутку.

Кожен учасник повинен залишатися вільним самостійно встановлювати ціну, яку вони бажать, в залежності від витрат, які вони зазнали, і не повинні мати жодних наслідків.

Однак постачальник може рекомендувати роздрібну ціну своїм дистриб'юторам, але не може накласти ці ціни на них, оскільки це буде чітким обмеженням конкуренції без будь-яких можливих обґрунтувань.

– **Обмін інформацією з конкурентами**

Обмін комерційно-конфіденційною інформацією між конкурентами штучно підвищує рівень прозорості на ринку та тим самим зменшує конкуренцію

усунення невизначеності щодо поведінки та стратегії конкурентів та підвищення ризику координації.

Тому співробітникам категорично забороняється обмінюватися будь-якою комерційно чутливою інформацією з конкурентами, зокрема, серед іншого:

- поточні, майбутні або минулі ціни; • Відсоток ринку;
- маржа; • прибуток;
- обсяг бізнесу; • імена клієнтів;
- умови продажу;
- наміри щодо проведення конкурсів;
- Оцінені витрати компанії; • Методи розподілу;
- Наміри щодо інвестицій або інновацій.

Існує обмежена кількість випадків, коли конкуренти можуть обмінюватися певною конфіденційною інформацією. Ці справи охоплюються лише діяльністю, пов'язаною з професійними асоціаціями, або якщо законна ситуація підтверджена Юридичним департаментом. Дійсно, в окремих випадках стає можливим обмін інформацією через необхідність укладання законної угоди або провести переговори щодо покупки чи продажу. Контент і обсяг цих обмін інформацією повинен бути поданий для поглиблений аналіз та схвалення Юридичного департаменту.



Необхідно запам'ятати

Перелічені вище дії заборонені групою Legrand.

Якщо ви виявите або підозрюєте, що будь-яка така заборонена практика вже застосовується, якомога швидше зверніться до представника з питань етики.

Якщо до вас підійде письмове (лист, факс, електронна пошта) або в усній формі, конкурент або інша сторона, щоб обговорити заборонену угоду або, загалом, одну з описаних вище способів, ви повинні відмовитися від участі в обмін і інформування ваших начальників.



3. Дії, законність яких залежить від обставин

Дотримуйтесь
правил
конкуренції

Деякі дії можуть носити законний або незаконний характер в залежності від обставин чи структури ринку. Подібні дії (підписання угоди про співпрацю, тощо) можуть переслідувати законну мету, але необхідно переконатися в тому, що їх здійснення не суперечить правилам конкуренції. У всіх цих випадках необхідно звернутися в юридичний відділ, щоб переконатися в законності цієї угоди або дії.

Будь-ласка, зверніть при цьому увагу, що досягнення юридичних цілей, може мимоволі негативно впливати на учасника на ринку чи подібний ринок або/чи на шкоду конкурентним умовам. В будь-кому випадку, важливо звернутися до Юридичного відділу Групи Legrand за підтвердженням законності дій.

– Угоди між конкурентами

Угоди між конкурентами можуть потенційно нести ризик для Групи. Вони не заборонені на систематичній основі, але докладний аналіз ситуації та умови проведення планованої угоди повинні бути проведені заздалегідь. Основна мета цих угод не повинна полягати у обмеженні конкуренції, яка повинна існувати між двома або більше конкуруюча компаніями.

Як приклад можна навести такі типи угод:

- Угоди про спільний випуск продукції;
- Угоди про промислове співробітництво;
- Угоди про обмін технологіями (наприклад, надання ліцензії або поступка патенту);
- Угоди про спільну реалізацію продукції;
- Угоди про стандартизацію;
- Угоди про спільну участь в тендерах



Юридичний відділ консультує перед підписанням контракту

12

– Угоди закупівель та продажів між конкурентами

Компанія може обирати як постачальника так і покупця із конкурентів. Проте, ці угоди можуть бути підписані. Ці угоди не повинні бути засобом збору конфіденційної інформації про конкурентів (особливо стосовно виробничих потужностей або споживачих цін).

Отже, для цілей переговорів та заключення угод між конкурентами щодо закупівель чи продажу товарів, обмін інформацією може бути лише згідно умов заключеної угоди, чи поставленого товару. Заборонено обговорення іншої продукції або цінової політики щодо третіх осіб.

Органи з питань захисту конкуренції не з заохоченням погоджуються підписувати такі угоди, в такому випадку напередодні проконсультуйтеся з Юридичним відділом.

– Вертикальні угоди

Важливо не намагатися обмежити комерційну свободу іншого сторони угоди. Для цього необхідно звернутися за консультацією в юридичний відділ, щоб переконатися, що плановані угоди не призвані:

- нав'язати розповсюджувачу певні відпускні ціни;
- обмежити сегмент ринку, в якому збирається працювати одна зі сторін;
- заборонити одній зі сторін вступати в комерційні відносини з конкурентами (наприклад, вводячи обмеження на обсяг поставок від конкуруючих постачальників або наказуючи ексклюзивний характер поставок);
- обмежити можливість розширення клієнтського портфеля однієї зі сторін;
- зафіксувати зобов'язання однієї зі сторін робити закупівлі тільки у певного постачальника, не вдаючись до послуг інших компаній;
- зафіксувати зобов'язання однієї зі сторін здійснювати поставки тільки від будь-якої певної компанії в даному конкретному регіоні, не звертаючись до інших дистриб'юторам. (Забезпечуючи йому, таким чином, територіальну ексклюзив

Домінуюча позиція на ринку є фактором підвищення пильності

– Заборона на неправомірне використання домінуючого становища

Заборона на неправомірне використання домінуючого становища є антимонопольної заходом, що застосовується до компаній, що володіє «ринковою владою» і використовують її, щоб зберігати і посилювати своє домінуюче становище, перешкоджаючи появі на ринку інших гравців або пригнічуючи вже існуючих конкурентів на шкоду замовникам і кінцевого споживача.

Ринкова частка є переважним показником домінуючого положення на ринку. З точки зору конкурентного права цікавий для нас ринок при першому аналізі міг би бути зіставлений з сегментами різних Областей Стратегічної Діяльності (ОСД) компанії.

Група Legrand як прийнято вважати, займає домінуюче становище на ринку, якщо вона контролює його більш ніж на 50%, а також якщо вона контролює його в меншій мірі (на 30% -40%), але при цьому жоден з конкурентів не володіє

настільки сильною позицією, щоб скласти їй реальну конкуренцію (ступінь контролю над ринком в таких випадках може не перевищувати 15% - 20%).

Таким чином, приділяти велику увагу щодо стану компанії на ринку, вдаючись, якщо це необхідно, до допомоги юридичного відділу, щоб застрахуватися від усіх пов'язаних з ним комерційних ризиків.



Якщо існує домінуюча позиція на ринку, важливо утримуватися від будь-якої антиконкурентної дії, які можна вважати незаконними, зокрема:

- Внутрішні продажі окремих виробів;
- Невиправдано низькі або агресивні ціни (тобто менше, ніж витрати) або, навпаки, надмірно високі ціни;
- Дискримінація цін або умов продажу;
- Необгрунтована відмова від продажу;
- Обмеження роздрібних цін або маржи на дистриб'юторів;
- Знижки з метою сприяння лояльності клієнтів, які не виправдані на основі економії на масштабі або підвищення ефективності;
- Надання ексклюзивності, пов'язаної з постачанням, перед дистриб'ютором або замовником;
- Надавши дистриб'ютору або замовнику необхідність відкласти мінімальну частку ринку своїх продажів для постачальника або дотримуватися мінімального обсягу продажів



При виникненні щонайменших сумнівів у законності ситуації, з якої довелося зіткнутися одному зі співробітників або компанії в цілому, слід негайно звернутися до вищому керівництву або в юридичний відділ.

Всі підготовлені угоди з активними учасниками економічного ланцюжка (Конкурент, дистриб'ютор або замовник) необхідно спочатку узгодити з юридичним відділом, щоб перевірити законність операції.

Також, якщо будь-яка комерційна діяльність може бути розцінена як зловживання домінуючим становищем, не слід здійснювати її без попереднього узгодження з юридичним відділом.

Усі наявні цінні відомості, що стосуються конкурентів Групи Legrand в тій чи іншій сфері її діяльності, слід передати в юридичний відділ.



**Асоціації чи
бізнес організації
повинні
виконувати
корисну та законну
функцію**

4. Практичні рекомендації: ситуації, що потребують особливої уваги

Нижче представлені ситуації, які можуть спровокувати різні порушення в області конкурентного права.

Ми переконливо просимо співробітників компанії в міру можливості уникати подібних ситуацій, або в крайньому випадку, вжити всіх необхідних заходів обережності.

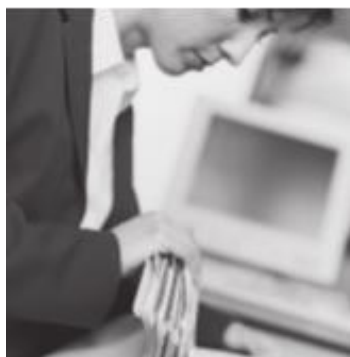
Ось декілька можливих ситуацій.

– Діяльність професійних асоціацій / нормативних організацій

У професійні асоціації або організації входять всі учасники економічної ланцюжка, в тому числі конкуренти. Під виглядом законного просування на ринку або захисту того чи іншого економічного сектора нерідко проводяться різні заходи, на яких представники конкуруючих фірм мають можливість зустрічатися і обмінюватися інформацією, що, в свою чергу, створює сприятливий підґрунтя для скоєння правопорушень в області конкурентного права.

Слід вжити всіх необхідних заходів, щоб не наражати на компанію подібного ризику.

Професійні організації і асоціації відіграють важливу роль



Переконайся, що всі бізнес процеси були попередньо схвалені юридичним відділом

18

ПРАКТИЧНІ РЕКОМЕНДАЦІЇ: СИТУАЦІЇ, ЩО ПОТРЕБУЮТЬ ОСОБЛИВОЇ
УВАГИ

Особливу увагу слід приділяти зустрічам, які відбуваються через професійні асоціації, тому Ви повинні заздалегідь перевірити, щоб:

- асоціація чи організація мала внутрішні правила щодо додержання закону по конкуренцію, про які обізнані його учасники;
- зустрічі організовувалися по порядку денному, який не стосується практик заборонен. Після кожного засідання складається Протокол зустрічей. Якщо будь-яка із заборонених практик застосовується або навіть згадується в ході зустрічі представниками конкурентів, необхідно негайно відмовитися від цих обговорень, публічно чітко висловити свою опозицію та перевірити, що в Протоколі зустрічі було задокументовано посилання на Вашу заяву. Наприкінці, Ви повинні залишити зустріч.

Діяльність, що проводиться в рамках професійної асоціації або організації, може мати делікатний характер з огляду на те, що в її рамках відбувається обмін цінної комерційної інформацією, зокрема, обмін результатами досліджень, а також того, що між членами асоціації може бути прийнятий обмін деякими послугами.

Слід переконатися в тому, що ця діяльність і обмін інформацією були попередньо узгоджені з юридичним відділом самої асоціації та / або юридичним відділом Групи.



Будьте пильні під час неформальних зустрічей

- Неминучі / неформальні зустрічі з конкурентами

Представники конкурентів можуть досить часто зустрічатися з найрізноманітніших причин.

Нерідко ці зустрічі носять неформальний характер і тому не протоколюються. Співробітникам компанії слід бути особливо обережними саме в цьому випадку. Кожному учаснику слід попередньо узгодити з вищим керівництвом не тільки свою присутність на подібному заході, а також і коло питань, які можна на ньому підіймати.

Ці зустрічі, незважаючи на їх неформальний і конфіденційний характер, ні в якому разі не повинні створювати сприятливий умов для здійснення незаконних дій, як з боку представників Групи Legrand, так і з боку її конкурентів.

Необхідно бути особливо уважними під час неформальних зустрічей.

У разі якщо представник конкуруючої фірми зачіпає недозволену тему, слід висловити протест і піти, не беручи участі в обговоренні, а потім повідомити про те, що трапилося керівництву

- Відвідування виробництва без мети придбання продукції

Якщо відвідування виробництва організовано не з метою придбання продукції, воно повинно

обов'язково затверджуватися вищим керівництвом або юридичним відділом. Під час подібних відвідувань не слід задавати зайві питання.

Будь-яке відвідування виробництва, організоване з метою придбання продукції, має завжди проводитися на чолі із відділом економічного розвитку компанії.

- Попередні переговори щодо придбання / продажу філій або секторів виробництва

Перш ніж почати співпрацю з конкуруючим підприємством з метою придбання або продажу, необхідно звернутися до юридичного відділу компанії, щоб обговорити коло питань, які можна підіймати під час переговорів.

Деякі питання можуть обговорюватися тільки на останніх стадіях процесу придбання або продажу, і тільки з особами, що мають певний рівень доступу до інформації щодо угоди

(Представники відділу економічного розвитку або дирекції).

Слід утримуватися від участі в будь-яких заходах, які не становлять інтересу для Групи.

Слід утримуватися від участі в зборах професійної асоціації, що не дає необхідних гарантій в сфері дотримання конкурентного права.

Слід діяти на випередження як при організації, так і в ході того чи іншого заходу. Для цього необхідно мати чітке уявлення про теми, які будуть порушені в ході майбутніх нарад.

Якщо співробітник компанії став свідком заборонених дій в рамках діяльності професійної асоціації або ж в ході будь-якого іншого заходу, йому слід наполягати на їх припиненні. Якщо цей захід документується, необхідно також переконатися в тому, що його заява була зафіксована в протоколі. У випадку продовження обговорення протиправних дій, працівник повинен покинути збори або захід та повідомити юридичний відділ про даний інцидент.

Учасникам попередніх переговорів з питань придбання або продажу рекомендується звернутися до відділу економічного розвитку компанії, щоб уточнити коло питань, відкритих і закритих для обговорення.

При отриманні від конкурента, замовника або третьої особи скарги на дії компанії, спрямовані на обмеження дій конкурентів, слід негайно повідомити про це керівництву компанії. По-перше, проінформуйте компанію / особу, яка подала скаргу, про те, що ви не вважаєте, що існує реальний ризик існування антиконкурентних дій, але дана скарга буде неодмінно розглянута відповідним відділом компанії.

При виникненні щонайменших сумнівів у правильності дій компанії слід звернутися в юридичний відділ. Хороша практика компанії не повинно слугувати відсутністю сумнівів щодо її дій.

5. ВИСНОВОК

**Систематично
звертайтеся до
юридичного
відділу Групи для
отримання
консультацій**

Основною цілю даної Процедури привернути увагу співробітників компанії до основних принципів конкурентного права.

Багато правил базуються на здоровому глузді, тобто поведінка Групи не повинна (а) перешкоджати вільному доступу на ринок своїм прямим конкурентами, з одного боку, а також перешкоджати комерційній свободі своїх дистриб'юторів та клієнтів, з іншого боку. Проте, деякі дії, вимагають більш глибокого знання законодавства: якщо існують щонайменші сумніви, будь-ласка, потрібно звернутися до юридичного відділу Групи для отримання необхідної консультації.





**Group Internal Communication
and external Relations**

128, av. de Lattre de Tassigny
87045 Limoges Cedex - France
tél. : 33 (0)5 55 06 87 87
télex : 580048 F
fax : 33 (0)5 55 06 88 88