

POLITYKA COMPLIANCE w sieci dystrybucyjnej Kärcher

1. Postanowienia ogólne

- 1.1. Kärcher Spółka z ograniczoną odpowiedzialnością (zwana dalej „Kärcher” lub „Spółką”) jest dystrybutorem towarów marki Kärcher i prowadzi sprzedaż w kanale pośrednim, w tym przez sieć dilerką składającą się z niezależnych przedsiębiorców (zwani dalej „Dilerami” lub „Dilerem”) oraz sieci handlowe, oraz w kanale sprzedaży bezpośredniej.
- 1.2. Kärcher Sp. z o.o. nie będzie podejmować jakichkolwiek działań, które mogłyby negatywnie wpłynąć na konkurencję na rynkach właściwych, w tym pomiędzy jej klientami. Kärcher dokłada wszelkich starań, żeby wszystkie podejmowane przez Kärcher działania były zawsze zgodne z regułami unijnego i polskiego prawa ochrony konkurencji. Zobowiązanie to spoczywa na wszystkich pracownikach, dostawcach, klientach, Dilerach jak również na wszelkich innych osobach i podmiotach, które są zaangażowane w funkcjonowanie Spółki.
- 1.3. Celem niniejszego dokumentu (dalej jako „Polityka Compliance”) jest opisanie polityki i procedur Kärcher, których celem jest zapewnienie ścisłego przestrzegania przepisów prawa konkurencji w tym podczas wszelkiego rodzaju kontaktów czy spotkań w ramach sieci dystrybucyjnej Spółki. Ma on także na celu wyczulenie pracowników Spółki, personelu Dilerów oraz pozostałych klientów na działania, które potencjalnie lub rzeczywiście naruszają przepisy prawa konkurencji. Kolejnym celem Polityki Compliance jest również przedstawienie środków ostrożności, które powinny zostać wdrożone dla zapewnienia realizacji powyższego celu. Przepisy europejskiego prawa konkurencji (w szczególności art. 101 Traktatu o Funkcjonowaniu UE) oraz odpowiadające im przepisy polskiego prawa konkurencji gwarantują swobodną i otwartą konkurencję na rynku oraz zapewniają swobodę przepływu towarów, usług i kapitału na rynku wewnętrznym Unii Europejskiej..
- 1.4. Pisemne umowy, porozumienia, wiadomości elektroniczne (w tym maile), umowy ustne, także te nieoparte pisemnym dokumentem, lub nawet uzgodnienia dotyczące wspólnych zachowań na rynku mogą być uznane za nielegalne porozumienia naruszające przepisy prawa konkurencji. Nawet nieformalne rozmowy lub tak zwane wypowiedzi „poza protokołem” (w tym w czasie lunchów, przerw kawowych czy kolacji) poczynione przez personel Kärcher lub klientów mogą stanowić podstawę do wszczęcia postępowań związanych z naruszeniem przepisów prawa konkurencji. Personel Kärcher oraz klientów powinien w związku z tym ściśle przestrzegać wszelkich wymogów wynikających z przepisów europejskiego oraz krajowego prawa konkurencji. Naruszenie przepisów prawa konkurencji może mieć daleko idące negatywne konsekwencje, w szczególności w postaci wysokich kar pieniężnych (nakładanych na przedsiębiorców oraz na osoby zarządzające tymi

przedsiębiorstwami), roszczeń odszkodowawczych, a w pewnych przypadkach nawet postępowań karnych.

- 1.5. W związku z tym, że informacje przedstawione w niniejszym dokumencie mają ogólny charakter, zaleca się, aby przedstawiciele wszystkich klientów, personel Kärcher, a także wszelkie inne osoby zaangażowane w prace podejmowane w ramach sieci dystrybucyjnej Kärcher, zasięgały stosownych porad co do przepisów prawa konkurencji, w tym jeśli chodzi o zgodność z prawem zachowań związanych z wymianą informacji.
- 1.6. Niniejsza Polityka Compliance ma odpowiednie zastosowanie do wszelkich form kontaktu w ramach sieci dystrybucyjnej Kärcher pomiędzy personelem Kärcher, klientami oraz personelem klientów, w tym korespondencji e-mail, SMS-owej oraz kontaktów bezpośrednich czy telefonicznych (np. w czasie telekonferencji).
- 1.7. Polityka Compliance dostępna jest w siedzibie Kärcher, a także przesyłana jest drogą emailową na żądanie podmiotu zainteresowanego.

2. Uczestnicy

- 2.1. Polityka Compliance jest przeznaczona i wiążąca dla wszystkich klientów, w tym uczestników wszelkich spotkań mających miejsce w ramach sieci dystrybucyjnej Kärcher (zwane dalej „Spotkania”).
- 2.2. W Spotkaniach sieci dystrybucyjnej Kärcher biorą udział przedstawiciele wskazani przez klientów zgodnie z ich wewnętrzną decyzją. Przedstawiciele członków klientów powinni posiadać wiedzę adekwatną do przedmiotu Spotkania tak aby możliwie najlepiej i najpełniej mogli reprezentować delegujących ich klientów.
- 2.3. Uczestnicy potwierdzają podpisem na stosownej liście swoją obecność na Spotkaniu (dalej jako „Lista obecności”).
- 2.4. Udział przedstawiciela klienta w Spotkaniach możliwy jest wyłącznie po zapoznaniu się z Polityką Compliance oraz potwierdzeniu tego faktu poprzez złożenie podpisu w przeznaczonym do tego miejscu na Liście Obecności.
- 2.5. W przypadku braku potwierdzenia lub odmowie potwierdzenia na Liście Obecności zapoznania się z Polityką Compliance, przedstawiciel klienta nie może uczestniczyć w Spotkaniu i musi je opuścić. Fakt ten zostanie odnotowany w notatce lub protokole Spotkania.
- 2.6. Obowiązek monitorowania i zapewnienia przestrzegania wymogów wynikających z Polityki Compliance spoczywa na delegowanym przez Kärcher Przewodniczącym Spotkania.
- 2.7. Przewodniczący Spotkania lub Kärcher zapewni udział zewnętrznego prawnika specjalizującego się w prawie konkurencji w Spotkaniach, w których (z uwagi na ich

przedmiot) obecność zewnętrznego prawnika specjalizującego się w prawie konkurencji może być rekomendowana czy konieczna.

3. Jak zachowywać się podczas Spotkań

- 3.1. Przewodniczący Spotkania przygotowuje przed każdym spotkaniem projekt jego Agendy. Projekt powinien być zawsze doręczony wszystkim uczestnikom przed spotkaniem, w czasie umożliwiającym należyte zapoznanie się z nim. Uczestnicy, w razie wątpliwości lub uwag w zakresie prawa konkurencji dot. Agendy, powinni je zgłosić Przewodniczącemu przed Spotkaniem w celu ich wyjaśnienia i ewentualnej zmiany projektu Agendy. Projekt agendy Spotkania, o którym mowa w punkcie 2.7., jest zatwierdzany przez prawnika zewnętrznego. Agenda – w celu ograniczenia ewentualnych ryzyk antymonopolowych – nie może zawierać punktu „Dyskusja”, „Wolne głosy i wnioski”, „Wszelkie inne sprawy” czy „Różne”.
- 3.2. Przewodniczący lub prawnik specjalizujący się w prawie konkurencji przed rozpoczęciem Spotkania (zawsze w ramach pierwszego punktu Agendy/porządku Spotkania) przypomina uczestnikom o obowiązku przestrzegania przepisów prawa konkurencji i obowiązku stosowania się do niniejszej Polityki Compliance. Informacja o tym przypomnieniu powinna być odnotowana każdorazowo w protokole lub notatce ze Spotkania. Po dokonaniu przypomnienia, Uczestnicy Spotkania potwierdzają ten fakt w przewidzianym do tego miejscu na Liście Obecności.
- 3.3. Ze Spotkania należy bez zbędnej zwłoki sporządzić szczegółową notatkę lub protokół, do których należy dołączyć Agendę oraz Listę obecności Uczestników wraz ze złożonymi przez nich podpisami, potwierdzającymi: (i) obecność na Spotkaniu, (ii) fakt zapoznania się z Polityką Compliance oraz (iii) fakt dokonania przypomnienia, o którym mowa w pkt. 3.2. Notatka lub protokół powinny zawierać: wskazanie daty oraz miejsca Spotkania, adnotację o dokonanym przypomnieniu o obowiązku przestrzegania prawa konkurencji, o którym mowa w pkt. 3.2. oraz opis przebiegu spotkania. Notatka lub protokół ze Spotkania powinny zostać podpisane przez prawnika specjalizującego się w prawie konkurencji, jeśli był obecny podczas Spotkania. W razie wątpliwości odnośnie treści notatki lub protokołu, zostanie ona skonsultowana z prawnikiem zewnętrznym. Przed formalnym przyjęciem Notatki lub protokołu ze Spotkania klienci obecni na Spotkaniu otrzymują projekt notatki lub protokołu i mogą niezwłocznie zgłosić do niego swoje uwagi czy komentarze, które będą rozpatrzone przez Kärcher.
- 3.4. W trakcie Spotkania Uczestnicy mają zawsze dostęp do „Skróconej Polityki Compliance” – wytycznych dotyczących dozwolonych działań w ramach sieci dystrybucyjnej Kärcher na gruncie prawa konkurencji, przedstawionych w krótkiej, przystępnej formie. „Skrócona Polityka Compliance” stanowi Załącznik do niniejszej Polityki Compliance.
- 3.5. Przewodniczący oraz pracownicy lub przedstawiciele Kärcher i klientów:

- wspólnie zapewniają, że w czasie Spotkań nie dojdzie do podjęcia nielegalnych decyzji, uzgodnień, dyskusji lub wypowiedziania spontanicznych uwag dotyczących kwestii sprzecznych z prawem konkurencji;
 - wspólnie i natychmiast zwracają uwagę uczestnikom Spotkań, których zachowanie jest w jakikolwiek sposób niezgodne z przepisami prawa konkurencji.
- 3.6. Przewodniczący powinien przerwać lub odroczyć dyskusję, lub nawet całe Spotkanie, jeśli potrzebne jest objaśnienie kwestii prawnych.
- 3.7. W przypadku, gdy w trakcie Spotkania pojawią się dodatkowe (nieprzewidziane Agendą) zagadnienia, konieczna jest konsultacja z prawnikiem specjalizującym się w prawie konkurencji, a wnioski z dyskusji muszą być odpowiednio udokumentowane w notatce lub protokole ze Spotkania. W przypadku, gdy prawnik specjalizujący się w prawie konkurencji nie jest obecny na Spotkaniu, a dodatkowe zagadnienie budzi jakiejkolwiek wątpliwości na gruncie prawa konkurencji, dyskusja na temat takiego zagadnienia powinna zostać zawieszona do momentu uzyskania pozytywnej opinii prawnika specjalizującego się w prawie konkurencji.
- 3.8. Uczestnicy Spotkania powinni:
- zwrócić się o odroczenie lub zamknięcie dyskusji lub Spotkania, jeśli mają zastrzeżenia co do ich legalności; taki wniosek należy odnotować w protokole;
 - opuścić Spotkanie, jeśli po zgłoszeniu zastrzeżenia do dyskusji, która, jak sądzą, narusza przepisy prawa konkurencji, debata ta jest kontynuowana; fakt, że uczestnik opuścił Spotkanie, powinien być odnotowany w protokole, z podaniem imienia i nazwiska oraz dokładnego czasu wyjścia;
 - poinformować Dyrektora Zarządu Kärcher o wszelkich potencjalnych naruszeniach przepisów prawa konkurencji.

4. Informacje o rynkach w ramach sieci dystrybucyjnej Kärcher

- 4.1. Kärcher zobowiązuje się przedstawiać klientom jedynie informacji o rynkach, w tym dane statystyczne, jeżeli są to dane historyczne lub przewidują w sposób ogólny trendy na rynkach. Dane wrażliwe lub strategiczne muszą być danymi zagregowanymi, uniemożliwiającymi identyfikację danych poszczególnych przedsiębiorców (tj. ich przypisanie poszczególnym klientom lub innym przedsiębiorcą spoza sieci dystrybucyjnej Kärcher).
- 4.2. Kärcher dba o to, żeby zbieranie i przedstawianie informacji rynkowej w ramach sieci dystrybucyjnej Kärcher były zgodne z wszelkimi wymaganiami prawnymi, w szczególności aby pozostawały w zgodzie z regułami prawa konkurencji.
- 4.3. Klienci zobowiązują się przestrzegać ust. 4.1. i nie dzielić się z innymi klientami lub Kärcher informacjami nie spełniającymi warunków wskazanych w ust. 4.1.

5. Tematy niedozwolone na Spotkaniach sieci dystrybucyjnej Kärcher

- 5.1. Kärcher wymaga, by jego personel oraz klienci nie zawierali jakichkolwiek porozumień, uzgodnień, dyskusji lub wspólnych zachowań z udziałem konkurenta mających na celu lub skutkujących ograniczeniem konkurencji, w szczególności w zakresie:

5.1.1. Ustalania cen (zmowa cenowa)

Ustalanie cen (zmowy cenowe) jest nielegalne. Oznacza to, że nie wolno podejmować dyskusji na temat cen, wymieniać się informacjami dotyczącymi cen ani ich składników, rabatów, strategii cenowej lub wyliczeń, ani planowanych zmian cen. Należy unikać nawet ogólnego nawiązywania do tych tematów.

5.1.2. Alokacji (podziału) rynku

Z definicji nielegalna jest sytuacja, w której konkurenci uzgadniają, że zachowają pewien udział w rynku, dzielą między siebie terytoria lub klientów, rezygnują z danego produktu na rzecz konkurenta. Uwzględnia to przekazywanie szczegółowych informacji na temat zysków, marży zysku, oraz planowanych inwestycji, o ile informacje te nie są publicznie dostępne.

5.1.3. Bojkotu grupowego

Z definicji nielegalna jest sytuacja, w której konkurenci uzgadniają, że nie będą współpracować z danym dostawcą lub innym przedsiębiorcą; zakazane są także uzgodnienia o nie wdrażaniu nowych technologii lub uzgadnianie przez klientów warunków dostaw i płatności w transakcjach ze stroną trzecią.

5.1.4. Praktyk związanych z dystrybucją oraz selekcji i klasyfikacji klientów

Z definicji, sytuacja, w której konkurenci uzgadniają praktyki dystrybucyjne oraz sposób selekcji i klasyfikacji klientów, jest nielegalna.

5.1.5. Wymiany informacji na temat konkurencji

Z definicji, wymiana wrażliwych czy strategicznych informacji dotyczących konkurencji pomiędzy konkurentami jest nielegalna. Może to przykładowo dotyczyć cen, planów i zdolności produkcyjnych produktowych lub strategii rynkowych.

6. Inne nielegalne działania

- 6.1. Istnieją niezliczone przykłady innych, mniej ewidentnych, zachowań, które mogą zostać uznane za nielegalne, przykładowo informowanie o strategii biznesowej i przyszłych zachowaniach na rynku, jak również, co do zasady, informowanie o badaniach i rozwoju, jeśli dowody wskazują, że prowadzi to do realnego ograniczenia konkurencji oraz brak jest uzasadnień takich działań, w tym brak uzasadnień prokonkurencyjnych. We wszystkich przypadkach wątpliwych, Kärcher oraz klient powinien skonsultować się z ekspertami z zakresu prawa konkurencji w celu uzyskania stosownych informacji.

7. Zobowiązanie do poufności

- 7.1. Dopóki nie dochodzi do naruszenia prawa na Spotkaniu, wszelkie informacje oraz dokumenty wymieniane w czasie Spotkania muszą być uznawane za poufne. Każdy uczestnik musi stosować się do zasad dotyczących prywatności i poufności dokumentów i nie wolno mu wyjawiać ani rozprzestrzeniać ich poza swoją organizacją bez wcześniejszej zgody Kärcher.

- 7.2. Zobowiązanie do poufności wynikające z Polityki Compliance wchodzi w życie od daty jego przyjęcia przez ogłoszenia jej klientom. We wszelkich przypadkach zakończenia związku pomiędzy klientem a Kärcher, zobowiązanie do poufności będzie obowiązywać nadal przez okres kolejnych 3 (trzech) lat.

8. Szkolenia

- 8.1. Kärcher organizuje regularne szkolenia z zakresu prawa konkurencji (compliance), prowadzone przez prawników specjalizujących się w prawie konkurencji:
- regularnie dla wszystkich swoich pracowników;
 - dla każdego nowego pracownika Kärcher niezwłocznie po rozpoczęciu przez niego zatrudnienia.
- 8.2. Kärcher prowadzi stosowną ewidencję potwierdzającą uczestnictwo personelu Kärcher w szkoleniach, o których mowa w ust. 8.1.
- 8.3. Klienci organizują we własnym zakresie regularne wewnętrzne szkolenia z zakresu prawa konkurencji (compliance) dla swoich przedstawicieli. Szkolenia te powinny zapewniać, że osoby reprezentujące klientów we wszelkich pracach czy Spotkaniach w ramach sieci dystrybucyjnej będą zawsze postępować zgodnie z regułami unijnego i polskiego prawa ochrony konkurencji, w tym zgodnie z niniejszą Polityka Compliance. Kärcher udostępniają na prośbę Kärcher (wyłącznie do jego wiadomości) potwierdzenia przeprowadzania ww. szkoleń oraz wykorzystane materiały szkoleniowe.
- 8.4. Kärcher rekomenduje swoim klientom posiadanie własnej pisemnej Polityki Compliance w zakresie prawa konkurencji, która uwzględniałaby postanowienia Polityki Compliance Kärcher nie pozostawałaby z nią w sprzeczności.