



Polityka konkurencji

SPIS TREŚCI

0.	KONTROLA WERSJI	3
1.	WPROWADZENIE.....	4
2.	ZAKRES STOSOWANIA	4
3.	CEL	4
4.	RAMY PRAWNE	5
4.1	Przepisy	5
4.2	Konsekwencje.....	5
5.	ZASADY ZACHOWANIA W KONTAKTACH LUB RELACJACH Z KONKURENCJĄ.....	6
5.1.	Porozumienia antykonkurencyjne.....	6
5.1.1.	Zabronione praktyki	6
5.1.2.	Zasady działania	7
5.2.	Wymiana informacji	7
5.2.1.	Zabronione praktyki	7
5.2.2.	Zasady działania	8
5.3.	Stowarzyszenia branżowe	8
5.3.1.	Zabronione praktyki	8
5.3.2.	Zasady działania	8
5.4.	Współpraca biznesowa z konkurencją	8
5.4.1.	Uzasadnienie	8
5.4.2.	Zasady działania	9
6.	DZIAŁANIA W GRUPIE FCC.....	10

0. KONTROLA WERSJI

Wersja	Data	Modyfikacje
01	23 lutego 2022	Wersja pierwsza. Zatwierdzona przez Zarząd.



1. WPROWADZENIE

Kodeks etyki i postępowania Grupy FCC odzwierciedla zaangażowanie Grupy w zasady wolnej konkurencji w sektorach i rynkach, na których działa.

To zobowiązanie jest priorytetem i jest zgodne z naszymi strategicznymi interesami, wymagającymi od Grupy FCC posiadania polityki korporacyjnej dotyczących przestrzegania przepisów antymonopolowych.

Ten dokument („**Polityka konkurencji**” lub „**Polityka**”) został zaprojektowany jako skuteczny instrument gwarantujący, że działalność Grupy FCC jest w pełni zgodna z przepisami dotyczącymi ochrony konkurencji.

2. ZAKRES STOSOWANIA

Niniejsza Polityka musi być stosowana przez wszystkie spółki należące do Grupy FCC, a także przez ich zespoły zarządzające i pracowników.

W szczególności działy handlu, rozwoju biznesu, planowania strategicznego i kontroli, ofert i zakupów muszą być szczególnie wyczulone na te zasady w wykonywaniu swojej działalności, zapewniając ich przestrzeganie, zwłaszcza przez osoby mające kontakt z podmiotami konkurencyjnymi, klientami lub dostawcami.

3. CEL

Polityka konkurencji realizuje następujące założenia:

- Przedstawienie podstawowych zasad prawa konkurencji, które musi znać kadra kierownicza i wszyscy pracownicy Grupy FCC; oraz
- Przekazanie spółkom Grupy FCC, kadrze kierowniczej i ich pracownikom wytyczne dotyczące działań, mających na celu uniknięcie naruszenia konkurencji.

Niniejsza Polityka jest zintegrowana z Modelem zgodności Grupy FCC i należy ją rozpatrywać wraz z pozostałymi zasadami i procedurami mającymi zastosowanie do spółek wchodzących w skład Grupy.

Kodeks etyki i postępowania Grupy FCC jest standardem ramowym, który ustanawia obowiązkowe wytyczne dotyczące postępowania w sferze etycznej, społecznej i środowiskowej. Polityka konkurencji formułuje wyraźne zobowiązanie Grupy, zawarte w Kodeksie etyki i postępowania, do poszanowania wolnej konkurencji i dobrych praktyk rynkowych.

4. RAMY PRAWNE

4.1 Przepisy

Przepisy dotyczące ochrony konkurencji mają na celu zagwarantowanie prawidłowego funkcjonowania rynków, zapewniając, że wszystkie podmioty gospodarcze decydują o swojej strategii i zachowaniu na rynku w sposób autonomiczny i niezależny.

Przepisy obowiązujące w zakresie prawa konkurencji są podobne w większości krajów, w których działa Grupa FCC, ponieważ bazują na tych samych zasadach.

W szczególności zabronione są następujące zachowania:

- Antykonkurencyjne porozumienia pomiędzy firmami, których celem lub skutkiem jest ograniczenie konkurencji.
- Nadużywanie pozycji dominującej na rynku.

4.2 Konsekwencje

Nieprzestrzeganie przepisów dotyczących konkurencji może skutkować poważnymi konsekwencjami zarówno dla spółek Grupy, jak i dla ich pracowników.

Konsekwencje dla spółek Grupy:

- **Wysokie kary pieniężne:** naruszenie przepisów o konkurencji może być sankcjonowane karą pieniężną w wysokości do 10% całkowitego obrotu grupy.
- **Zakaz zawierania umów z administracją publiczną:** stwierdzenie poważnego naruszenia konkurencji może wiązać się z kilkuletnim zakazem zawierania kontraktów z administracją publiczną.
- **Roszczenia odszkodowawcze:** naruszenie konkurencji może zaszkodzić klientom, konkurentom, dostawcom lub organom administracji publicznej. Osoby poszkodowane przez praktykę antykonkurencyjną mogą domagać się odszkodowania za wyrządzoną szkodę. Wysokość roszczeń odszkodowawczych może być nawet wyższa niż kara pieniężna, jaką mogą nałożyć organy ochrony konkurencji.
- **Nieważność umów:** umowy sprzeczne z przepisami dotyczącymi konkurencji są nieważne, a zatem nie mogą być egzekwowane.
- **Szkody dla reputacji:** decyzje organów ochrony konkurencji są jawne i mają znaczący wpływ medialny. Sankcja za naruszenie konkurencji lub nawet samo wszczęcie postępowania dyscyplinarnego szkodzi wizerunkowi firmy i Grupy. Te szkody dla reputacji mogą również wpłynąć na kontraktowanie robót lub usług, prowadzić do utraty potencjalnych inwestorów lub wcześniejszego rozwiązania umów.

Konsekwencje dla pracowników Grupy:

- **Kary indywidualne:** kierownictwo lub osoby, które podejmują decyzje lub działają w imieniu spółki z naruszeniem przepisów o konkurencji, mogą również zostać ukarane indywidualnie przez organy ochrony konkurencji.
- **Szkody dla osobistej reputacji:** kary indywidualne nakładane przez organy ochrony konkurencji są również publiczne i mają reperkusje w prasie. Udział w naruszeniu zasad konkurencji szkodzi reputacji danej osoby i może mieć na nią wpływ zawodowy, a nawet w relacjach osobistych.
- **Odpowiedzialność pracownicza:** uczestnictwo w postępowaniu sprzecznym z zasadami konkurencji przez pracownika Grupy FCC będzie skutkowało środkami dyscyplinarnymi, a nawet uzasadnionym zwolnieniem.
- **Potencjalna odpowiedzialność karna:** niektóre kraje nakładają konsekwencje karne na osoby uczestniczące w naruszeniu zasad konkurencji.

5. ZASADY ZACHOWANIA W KONTAKTACH LUB RELACJACH Z KONKURENCJĄ

Każda umowa, porozumienie lub współpraca z konkurentem, której rzeczywistym lub potencjalnym celem lub skutkiem jest ograniczenie konkurencji (na przykład porozumienie w sprawie cen lub podziału rynku) stanowi bardzo poważne naruszenie prawa konkurencji.

Pojęcie „umowy” jest bardzo szerokie. Nie ma potrzeby zawierania pisemnej umowy, wystarczy istnienie „porozumienia” (nawet jeśli milczącego) między konkurentami.

5.1. Porozumienia antykonkurencyjne

5.1.1. Zabronione praktyki

Całkowicie zabronione są następujące umowy z konkurentami, nawet jeśli nie zostaną ostatecznie zrealizowane, ponieważ stanowią bardzo poważne naruszenie przepisów o konkurencji:

- **Koordinacja polityki handlowej lub strategicznej na rynku** z konkurentami, z wyjątkiem umów o współpracy uzasadnionych z punktu widzenia konkurencji.
- **Umowy lub zmowy przetargowe**, na przykład poprzez koordynację ofert z konkurentami, dostosowanie warunków oferty, zgodę na nielicytowanie lub składanie sztucznie zawyżonych lub zaniżonych ofert, ustalanie rekompensaty dla firm, które nie wygrały przetargu itp.
- **Wymiana informacji wrażliwych z handlowego punktu widzenia** z konkurentami, w tym samo otrzymywanie lub dostarczanie informacji (na przykład informacji o cenach,

kosztach, warunkach handlowych lub usługowych, zaopatrzenia w dostawców lub uczestnictwie w przetargach).

- **Podział klientów lub terytoriów** między konkurentami.
- **Umowy dotyczące wielkości sprzedaży lub udziałów w rynku.**
- **Umowy ograniczające produkcję.**

5.1.2. Zasady działania

- Jeżeli dojdzie do kontaktu z konkurentem stanowiącego naruszenie konkurencji, należy go przerwać, stwierdzając pisemnie (np. e-mailem), że jest on niedopuszczalny i zaznaczając, że nie może się on powtórzyć.
- Zwróć szczególną uwagę na słownictwo używane w komunikacji werbalnej lub pisemnej z konkurentami. W szczególności należy unikać wyrażień, które mogą zostać źle zrozumiane i wprowadzić w błąd organ ds. konkurencji w taki sposób, aby zrozumiał, że mogło dojść do zachowania antykonkurencyjnego.

5.2. Wymiana informacji

5.2.1. Zabronione praktyki

Przepisy o konkurencji zabraniają wymiany poufnych informacji handlowych między konkurentami, ponieważ zmniejszają one niepewność co do ich obecnego lub przyszłego zachowania na rynku.

Taka wymiana informacji jest zabroniona niezależnie od tego, czy odbywa się bezpośrednio między konkurentami, czy pośrednio (za pośrednictwem stron trzecich). Użyte medium jest nieistotne (nawet jeśli pojawia się w rozmowie, wiadomości e-mail lub w aplikacji do obsługi wiadomości błyskawicznych).

Zabronione jest również wymaganie od klientów lub dostawców dostarczania informacji o szczególnych warunkach handlowych oferowanych przez konkurencję.

- **Jakie informacje są wrażliwe z handlowego punktu widzenia?**

Poufność informacji z punktu widzenia konkurencji zależy od specyfiki rynku, strategicznego charakteru danych, częstotliwości wymiany oraz zakresu i wieku wymienianych informacji.

Wszelka wymiana informacji między konkurentami, która zmniejsza niepewność handlowych lub strategicznych zachowań przedsiębiorstw na rynku stanowi naruszenie konkurencji.

Wyższe ryzyko	Mniejsze ryzyko
Informacja o zachowaniu obecnym lub przyszłym	Informacja historyczna
Informacja o strategii handlowej	Informacja publiczna
Informacja spersonalizowana	Informacja dodana
W skoncentrowanym rynku	W mało skoncentrowanym rynku

5.2.2. Zasady działania

- W przypadku otrzymania od konkurenta informacji wrażliwych z handlowego punktu widzenia należy odnotować na piśmie (np. pocztą elektroniczną), że komunikacja jest niedopuszczalna z powodu naruszenia przepisów o konkurencji.
- Jeśli otrzymamy wrażliwe informacje handlowe o konkurencji (np. ceny), nawet z legalnych źródeł (takich jak negocjacje z klientem), źródło i datę należy wskazać w dokumencie wewnętrznym, aby w razie potrzeby udowodnić, że nie otrzymane zostały one od konkurenta.

5.3. Stowarzyszenia branżowe

5.3.1. Zabronione praktyki

W ramach stowarzyszeń branżowych zwykle dochodzi do kontaktów z konkurentami. Dlatego należy podjąć środki ostrożności, aby zapobiec wystąpieniu naruszenia konkurencji. W szczególności całkowicie zabronione są następujące praktyki:

- Koordynacja z konkurentami polityki handlowej lub strategicznej na rynku.
- Wymiana informacji wrażliwych z handlowego punktu widzenia.
- Pozwy zbiorowe przeciwko firmom, które nie są częścią stowarzyszenia.

5.3.2. Zasady działania

- Samo uczestnictwo lub obecność na spotkaniu, na którym ma miejsce praktyka antykonkurencyjna, może zostać uznane przez organy ochrony konkurencji za udział w zachowaniu antykonkurencyjnym.
- Jeśli to możliwe, należy poprosić o porządek obrad przed posiedzeniem i sprawdzić, czy nie planuje się wymiany informacji wrażliwych z handlowego punktu widzenia lub czy osiągnięto jakiegokolwiek rodzaj porozumienia, które można uznać za antykonkurencyjne (zob. sekcja 5.1).
- Wskazane jest zażądanie sporządzenia protokołu ze spotkań, w którym biorą udział konkurenci i uzyskanie jego kopii.

5.4. Współpraca biznesowa z konkurencją

5.4.1. Uzasadnienie

Umowy o współpracy pomiędzy konkurentami (sojusze, konsorcja, tymczasowe unie przedsiębiorstw lub *wspólne przedsiębiorstwa* itp.), niosą ze sobą ryzyko naruszenia przepisów o konkurencji, dlatego przy ich zawieraniu należy zachować szczególną ostrożność.

Umowy o współpracy pomiędzy konkurentami, takie jak tymczasowe unie przedsiębiorstw (UTE), są w pełni uzasadnione, gdy istnieje obiektywna potrzeba zrzeszenia się firm w celu realizacji projektu lub udziału w przetargu, ze względu na brak wystarczającej zdolności

technicznej, zawodowej, ekonomicznej, organizacyjnej lub operacyjnej. Mogą być również uzasadnione, gdy działanie samodzielne jest nierozsądne lub mniej atrakcyjne, ponieważ nie można osiągnąć takich samych korzyści ekonomicznych, korzyści operacyjnych lub ryzyka finansowego.

Sytuacje, w których utworzenie tymczasowej unii przedsiębiorstw (UTE) jest zawsze antykonkurencyjne:

- Jeśli celem UTE jest uniknięcie konkurencji między firmami, które ją tworzą.
- Jeśli UTE ma na celu zmianę lub manipulację ofertą (na przykład ustalenie zwycięskiej oferty, unikanie kwalifikacji nierozważnych wypłat itp.).

Sytuacje, w których należy zachować środki ostrożności podczas tworzenia UTE:

- Gdy którakolwiek z firm wchodzących w skład UTE stawiła się w przeszłości w podobnych przetargach, które zostały rozstrzygnięte. W takim przypadku wygodnie jest zapisywać w dokumentach przygotowawczych UTE (na przykład raporty, *protokoły ustaleń „MOU” itp.*) szczególnych okoliczności przedsiębiorstwa lub rynku, które uzasadniają potrzebę wspólnego z innymi firmami zgłaszania się do przetargu.
- Gdy którakolwiek z firm wchodzących w skład UTE posiada wymagane zdolności techniczne, zawodowe i ekonomiczne i/lub dostępność zasobów materialnych i personelu niezbędnego do samodzielnego konkurowania.
- Gdy firma indywidualnie bierze udział w przetargu i zleca wykonanie konkurentom, którzy mogliby zgłosić się do przetargu sami.

5.4.2. Zasady działania

- Należy udokumentować, że współpraca jest uzasadniona, aby w razie potrzeby udowodnić, że nie ma ona celu antykonkurencyjnego. W tym celu **protokół lub raport**, który uzasadnia współpracę przez **(i) brak możliwości technicznych lub dostępności zasobów** (niemożność konkurowania samodzielnie) lub **(ii) ze względu na racjonalność lub efektywność ekonomiczną lub operacyjną** utworzenia UTE (np. ryzyko finansowe, zapewnienie marży zysku lub limitu strat, zdolność operacyjna lub wygoda posiadania wiedzy lub doświadczenia lokalnego partnera itp.).
- W poprzednich kontaktach z zawodnikami, które miały miejsce przed utworzeniem UTE, należy zachować środki ostrożności i należy unikać wszelkiej wymiany informacji poza UTE.
- Unikaj zawierania globalnych umów UTE lub umów obejmujących więcej niż jeden projekt, a każda umowa o utworzeniu UTE musi odnosić się do konkretnych prac lub projektów.
- Udział firm w UTE musi być utrzymany tylko w czasie trwania projektu lub pracy, dla której został utworzony, z pominięciem sytuacji wyjątkowych, które są uzasadnione.

6. DZIAŁANIA W GRUPIE FCC

Kadra zarządzająca i pracownicy Grupy FCC muszą znać i przestrzegać przepisów o ochronie konkurencji. W tym celu zapewniony zostanie dostęp do materiałów szkoleniowych i konkretnych porad, aby zapewnić kulturę przestrzegania przepisów o konkurencji.

W ten sposób, Grupa FCC zobowiązuje się do zapewnienia swoim pracownikom odpowiednich narzędzi do wykonywania ich pracy, unikając naruszeń przepisów o konkurencji. Ponadto każdy obszar biznesowy lub podmiot zależny Grupy może opracować dodatkowe konkretne działania w oparciu o stopień narażenia na możliwe naruszenie.

Ogólnie w Grupie FCC zostaną opracowane następujące kierunki działania:

- **Szkolenie:** wiedza i wrażliwość Grupy FCC w zakresie ochrony konkurencji są niezbędne do ograniczenia narażenia na ryzyko naruszenia. Z tego powodu zostanie wdrożony regularny program szkoleniowy, który będzie zawierał materiały dydaktyczne i poradniki zachowań.
- **Doradztwo:** Osoby odpowiedzialne za zgodność z przepisami i doradztwo prawne każdego z obszarów biznesowych lub spółki zależnej Grupy FCC rozwiąże wszelkie wątpliwości, które mogą się pojawić w związku z przestrzeganiem niniejszej Polityki i przepisów o konkurencji.
- **Kanał etyczny:** musisz być informowany(a) o możliwych działaniach antykonkurencyjnych w Grupie FCC za pośrednictwem Kanału etycznego, gwarantującego anonimowość.
- **Wykrycie:** firmy wchodzące w skład Grupy FCC będą przeprowadzać kontrole swojej działalności gospodarczej w celu wykrycia ewentualnych naruszeń.

Stopień rozwoju tych instrukcji będzie okresowo oceniany w celu wprowadzenia, w stosownych przypadkach, działań uzupełniających.

Ponadto można ustanowić szczególne procedury nadzoru niektórych sytuacji, które mogą wiązać się z większym ryzykiem narażenia na naruszenia konkurencji, w szczególności w odniesieniu do:

- **Stowarzyszenia branżowe:** utworzenie rejestru, w którym identyfikowane są stowarzyszenia branżowe lub fora branżowe, w których się uczestniczy, a także przegląd członkostwa w nich.
- **Współpraca biznesowa:** każdy projekt, który wiąże się ze współpracą biznesową z konkurencją (konsorcja, umowy handlowe, tymczasowe unie przedsiębiorstw lub „wspólne przedsiębiorstwa”) musi zawierać wcześniejsze uzasadnienie tej współpracy. W szczególności należy sporządzić protokół lub raport, który zawiera ocenę techniczną i ekonomiczną do jego wewnętrznej autoryzacji.
- **Komercyjne umowy dystrybucyjne:** te obszary biznesowe lub spółki zależne Grupy FCC, które zawierają umowy dystrybucyjne, będą zwracać szczególną uwagę, aby uniknąć określonych naruszeń, takich jak ustalanie cen odsprzedaży, przypisywanie ostatecznych



terytoriów sprzedaży lub umowy o wyłącznej dystrybucji, które mogą ograniczać konkurencję (gdy udział w rynku przekracza 30% lub czas trwania umowy przekracza 5 lat).

- **Pozycja dominująca:** aby zapobiec nadużywaniu pozycji dominującej, dominujące przedsiębiorstwa muszą działać na rynku unikając jednostronnych działań, które można zakwalifikować jako nadużycia. W tym celu Grupa FCC będzie okresowo weryfikować swoją pozycję lub siłę rynkową na rynkach, na których działa, aby uniknąć nadużyć mogących prowadzić do wykluczenia konkurentów (takich jak drapieżnictwo, rabaty lojalnościowe, łączenie produktów, itp.) lub nadużycia wobec klientów (takich jak nieuczciwe ceny, dyskryminacja lub odmowa dostaw).

23 lutego 2022