

NORDIC CLIMATE GROUP

Konkurrenspolicy

Innehållsförteckning

1.	Inledning	2
2.	Hantering av kontakt med konkurrenter	2
3.	Hantering av kontakter med värdekedjan	5
4.	Hantering av marknadsinflytande	7
5.	Kommunikationsriktlinjer.....	9
6.	Implementering	10
7.	Rapportering av och påföljder vid överträdelser.....	10
8.	Revision och uppföljning.....	10

1. Inledning

NCG Group AB tror på rättvis handel och konkurrens som baserar på integritet, produktkvalitet, pris och kundservice. NCG Group AB:s policy säkerställer att verksamhetens sätt att göra affärer till fullo följer antitrust- och konkurrenslagarna i alla länder där vi verkar.

Överträdelser mot konkurrensregler kan leda till allvarliga konsekvenser för de inblandade företagen som höga viten och skadestånd. I vissa länder kan individer riskera straff inklusive diskvalificering av ledamöter, böter och frihetsberövande. Enligt doktrinen om moderbolags ansvar kan ett moderbolag hållas ansvarigt för ett dotterbolags konkurrensvidriga agerande om moderbolaget har ett avgörande inflytande över dotterbolaget.

Den här konkurrenspolicyn tillhandahåller allmänna riktlinjer som, om de följs, stödjer NCG Group AB:s arbete för att följa konkurrenslagstiftningen inom EU och andra rättsskipningsområden med konkurrenslagar som baserar på liknande principer.

Den här konkurrenspolicyn fokuserar på:

- hantering av kontakter med konkurrenter ("horisontella samarbeten")
- hantering av kontakter med värdekedjan ("vertikala samarbeten")
- hantering av marknadsinflytande (risken för missbruk av dominerande ställning)
- kommunikationsriktlinjer.

Den här konkurrenspolicyn gäller för alla medarbetare och andra entreprenörer som arbetar för NCG Group AB samt styrelsen när de agerar som styrelsemedlemmar för NCG Group AB.

2. Hantering av kontakt med konkurrenter

2.1 Allmän översikt

Kontakter med konkurrenter (inklusive potentiella konkurrenter) är mycket känsliga ur antitrust-perspektiv. Samarbeten mellan oberoende företag som kan störa den vanliga konkurrensprocessen är olagliga. Detta gäller skriftliga, muntliga, formella och informella kontakter.

Olagliga handlingar omfattar överenskommelser med en konkurrent om att delta i:

Priskarteller	Marknads- uppdelning	Manipulering av anbuds- förfaranden	Kapacitets-/ produktions- begränsningar	Kollektiv bojkott	Utbyte av känslig information
---------------	-------------------------	---	---	----------------------	-------------------------------------

För interaktioner med konkurrenter i alla sammanhang gäller följande regler:

- Diskutera inte och kom inte överens om priser eller andra kommersiella villkor med konkurrenter. Detta inkluderar tidsramar, rabatter, avdrag och andra prisaspekter.
- Diskutera inte uppdelning av kunder, volymer, varor eller geografiska marknader med konkurrenter.
- Diskutera inte, kom inte överens om och dela inte information om anbudsstrategier med konkurrenter. Anbudsförberedelser ska vara en oberoende process.
- Diskutera inte begränsningar av produktion, distribution eller volymer med konkurrenter.
- Samarbeta inte med konkurrenter för att exkludera en annan teknik, konkurrent eller organisation från marknaden, en branschorganisation, standardorganisation eller liknande (kollektiv bojkott).
- Dela inte kommersiellt känslig information med konkurrenter (se avsnitt 2.2 nedan).
- Ha inte representanter involverade i flera konkurrenters styrelser (gemensamma ledamöter).
- Reagera på konkurrensvidrigt beteende från konkurrenter för att tydliggöra NCG Group AB:s ståndpunkt. Avsluta diskussionen och kontakten och säkerställ att dina svar och reaktioner finns dokumenterade. Även passiv inblandning kan vara olaglig!
- Sök vägledning om du är osäker på ditt ansvar gällande konkurrenslagar, inklusive vid överväganden av att ingå samriskföretag eller annan allians eller samarbete med en konkurrent. Kontakta i första hand din landschef/koncern-vd.

2.2 Vad är kommersiellt känslig information?

Vid direkt eller indirekt interaktion med konkurrenter är specifika och detaljerade (aktuella eller framtida) utbyten/diskussioner om följande olagliga¹:

¹ Det är inte konkurrensvidrigt att utbyta information som redan är tillgänglig för allmänheten eller inte har något strategiskt värde, inklusive lagar och förordningar, aggregerad och historisk data och allmänna marknadsstudier. Den viktigaste faktorn för att avgöra om ett visst informationsutbyte är acceptabelt eller inte är huruvida utbytet kan leda till en minskning av den strategiska osäkerheten på marknaden.

Priser och prissättning	Rabatter, prishöjningar, avdrag	Profit och marginaler	Kunder	Strategi
Kostnader	Kapacitet och försäljningsvolymer	Marknadsandelar	Anbud- och upphandlingsinformation	HR-information (som lön och förmåner)

2.3 Branschorganisationer och -mässor

Inblandning i branschorganisationer och liknande (till exempel för nätverkande eller uppställande av standarder) måste övervakas noggrant eftersom själva naturen av deltagandet involverar kontakter med konkurrenter. Det är typiskt sett acceptabelt att föra generella diskussioner om:

Offentlig politik/nya lagar	Utvecklingar inom utbildning och vetenskap	Regulatoriska frågor av allmänintresse	Demografiska utvecklingar
Branschtrender	Offentlig och historisk information	Lagenlig riktmärkning	Lagenligt uppställande av standarder

Det är emellertid inte tillåtet att diskutera hur och när NCG Group AB och andra planerar att reagera på sådana allmänna utvecklingar – var vaksam på ifall en allmän diskussion blir en inkörsport till detaljerad planering!

Deltagande i uppgifter för riktmärkning och uppställande av standarder – det vill säga insamling och delning av viss statistisk information – kan vara tillåtet men enbart om specifika villkor uppfylls och ett juridiskt godkännande är inhämtat i förväg.

För medlemskap i branschorganisationer och liknande krävs godkännande av landschefen/koncern- vd:n. Deltagare måste få specifik vägledning om acceptabelt beteende i det här sammanhanget.

2.4 Svara på anbudsinfordringar

Det är viktigt att deltagande i anbudsförfaranden sker oberoende av konkurrenter. Att konspirera med konkurrenter i detta sammanhang kan anses vara manipulering av anbudsförfarande. Det är en allvarlig överträdelse av antitrust-lagarna och kan medföra individuellt straffrättsligt ansvar i vissa rättskipningsområden. I vissa länder kan företag som tidigare har begått brott mot konkurrenslagar uteslutas från framtida offentliga anbudsförfaranden.

Det finns också regler som begränsar lämpligheten för gemensamma anbud (till exempel som del av ett konsortium) och/eller arrangemang med underentreprenad i standardmässiga (offentliga) upphandlingsprocesser. I allmänhet gäller:

- gemensamma anbud är okej mellan icke-konkurrenter
- gemensamma anbud mellan konkurrenter är av hög risk när båda parterna är kapabla att lämna separata anbud

- överenskommelser med konkurrenter om att vara underentreprenör för dem mot att inte delta i anbudsförfarandet är av hög risk.

Sök alltid juridiskt godkännande inför ett samarbete med en konkurrent i form av gemensamma anbud eller anbud med underentreprenad (anbud i konsortium).

2.5 Praktiska rutiner för kontakter med konkurrenter

Inför möten:



Under mötet:



Om något känns/verkar fel:



3. Hantering av kontakter med värdekedjan

3.1 Allmän översikt

Kontakter med värdekedjan – såsom distributörer, leverantörer och kunder – måste skötas med varsamhet. Notera att [sanna agenter²] (tar ingen eller minimal risk) inte anses vara oberoende av NCG Group AB och är därför i allmänhet inte föremål för de här reglerna. Även när NCG Group AB konkurrerar med en handelspartner, till exempel en kund, gäller reglerna om kontakter med konkurrenter.

² En sann agent är en agent som agerar för huvudmannens räkning utan att bära finansiella eller kommersiella risker.

De huvudsakliga olagliga aktiviteterna som kan uppstå i så kallade ”vertikala” samarbeten med icke-konkurrenter visas nedan³:



När NCG Group AB har marknadsinflytande i affärerna med värdekedjan finns det mindre flexibilitet, till exempel vad gäller exklusivitet (se avsnitt 4 nedan).

För interaktioner med icke-konkurrenter i alla sammanhang gäller följande regler:

- Begränsa inte en köparens förmåga att bestämma försäljningspriset (eller andra kommersiella villkor). I många länder är det förbudet att införa fasta eller minsta försäljningspriser (vilket ofta kallas för prisbindning).
- Hindra inte en köpare från att sälja produkter utanför ett visst geografiskt område, kundgrupp eller plattform/kanal (till exempel online eller fysisk butik) utan att först inhämta juridisk rådgivning. Aktiv försäljning (begärda order) kan ibland begränsas om vissa villkor inte uppfylls.
- Inför inte en begränsande konkurrensklausul som förbjuder köparen från att göra inköp från andra leverantörer utan att först inhämta juridisk rådgivning om klausulens omfattning.
- Använd inte värdekedjan som en kanal för att rikta information till konkurrenter. Agera heller inte som en kanal mellan konkurrerande leverantörer eller köpare.
- Glöm inte att respektera skyddet mot olämpligt utbyte av känslig information om NCG Group AB säljer på samma marknad i konkurrens med en utsedd distributör eller kund (dvs via en dubbel distributionsmodell).
- Använd inte tillgången till reservdelar, servicedelar, mjukvaruuppdatering eller liknande för att (i) utnyttja eller öka kraften på en primär marknad eller (ii) indirekt begränsa försäljningen utanför ett tilldelat område (dvs. undanhålla varor för att framtvinga ett visst resultat).
- Delta inte i restriktiva licensieringsförfaranden för intellektuell immaterialrätt designade för att begränsa motpartens möjlighet att konkurrera med NCG Group AB utan att först söka juridiskt godkännande, till exempel gällande grant-back, åtkomst till och användning av underliggande immaterialrätt.
- Inhämta konkurrensrättsligt godkännande i förväg för alla mallar för kommersiella avtal som används till exempel distributionsavtal, agentavtal, andra försäljningsavtal, till exempel för att säkerställa lämpligheten i konkurrensklausuler, exklusivitets- och andra territoriella eller övriga begränsningar som införs för distributörer.

³ ”Förhindrande av distributörens effektiva internetanvändning” betyder att NCG Group AB inte kan förbjuda distributören från att använda internet (t.ex. genom en webbutik) för att sälja produkter eller tjänster.

4. Hantering av marknadsinflytande

4.1 Allmän översikt

På marknader där NCG Group AB har marknadsinflytande kan förbudet mot missbruk av dominerande ställning gälla för NCG Group AB agerande på marknaderna i fråga.

Ett vanligt sätt att avgöra huruvida ett företag har marknadsinflytande är att överväga dess marknadsandel för den relevanta produkten och geografiska marknaden. Enligt EU:s konkurrenslagstiftning indikerar en marknadsandel på över cirka 40 procent en dominerande ställning. Bedömningens resultat beror i slutändan på förhållandena i det enskilda fallet, inklusive konkurrenters ställning, hur enkelt det är att ta sig in på marknaden och köpkraften.

Om du är osäker på NCG Group AB:s marknadsställning eller ansvar enligt reglerna om missbruk av dominerande ställning ska du inhämta råd från din landschef/koncern-vd.

I dominerande ställning kan följande agerande vara olagligt:

Om NCG Group AB har eller kan ha marknadsinflytande (40+ % marknadsandel) gäller följande regler:

- Tillämpa inte olika priser (eller andra kommersiella villkor) för liknande kunder eller samma priser till olika typer av kunder utan objektiv motivering för sådana skillnader ("diskriminerande prissättning").
- Sätt inte priser som är så pass höga att de inte står i rimligt förhållande till varans och/eller tjänstens ekonomiska värde ("överpriser").
- Sätt inte priser som är lägre än kostnaderna för en längre tid utan att först söka juridisk rådgivning ("underprissättning").
- Delta inte i "marginalpress". Detta kan uppstå om/när ett företag är vertikalt integrerat på vissa sätt och utnyttjar marknadsinflytandet på en uppströms marknad genom att ta överpriser för nedströms konkurrenter och utnyttjar dessa vinster för att sänka sina egna priser nedströms och pressa konkurrenter.
- Ålägg inte kunder med exklusiva (eller kvasi-) inköpsskyldigheter.
- Sätt inte priser (eller rabatter) utifrån kunders lojalitet, till exempel för att få en större andel av kundens affärer ("lojalitetsrabatter").
- Vägra inte att ge en konkurrent tillgång till en nödvändig funktion utan objektiv motivering, till exempel en viktig input, resurs eller funktion som inte kan anskaffas någon annanstans.
- Vägra inte att tillhandahålla produkter eller tjänster om det inte finns en tydlig objektiv motivering (som genuint bristfällig kreditvärdighet, otillräcklig kapacitet, osv.). Detta inkluderar konstruktiva avslag genom att ställa orimliga krav.
- Koppla inte köp av specifika produkter (antingen genom avtal eller prisförmåner) så att en kund blir nödgad att köpa båda produkterna för att få åtkomst till den ena.



4.2 Koncentrationskontroll

Även om regler för koncentrationskontroll inte diskuteras i detalj i den här konkurrenspolicyn ska det noteras att konkurrensmyndigheter också har i uppgift att undersöka fusioner och förvärv som, på grund av deras storlek eller natur, har potential att begränsa konkurrensen. Där NCG Group AB vill förvärva eller sälja ett företag, eller ingå samriskföretag eller andra typer av outsourcing-samarbeten med ett annat företag, kan ett godkännande från en eller flera konkurrensmyndigheter behöva inhämtas i förväg innan affären kan genomföras. Därför är det viktigt att söka juridisk rådgivning när en sådan transaktion övervägs.

Till exempel krävs juridisk rådgivning i samband med (i) analysen av huruvida och var en transaktion måste meddelas, (ii) sannolikheten och tidslinjen för ett konkurrensgodkännande, (iii) förberedelser för de underrättningar som krävs och (iv) säkerställande av att transaktionen inte träder i kraft före godkännandet (tillämpning av gun-jumping-reglerna).

5. Kommunikationsriktlinjer

5.1 Allmän översikt

Sättet som NCG Group AB:s medarbetare kommunicerar på i skrift är mycket viktigt eftersom materialet kan användas som bevis i händelse av en utredning. Vid misstanke om olagliga aktiviteter har konkurrensmyndigheter signifikanta utredningsbefogenheter, till exempel:

- Oanmälda inspektioner (gryningsräder) på NCG Group AB:s anläggningar. Vid en gryningsråd kopieras all relevant fysisk och digital information inklusive e-postmeddelanden, direktmeddelanden, sms, osv.
- Omfattande begäranden om information.

Det finns ofta andra incitament (till exempel minskade böter) för företag som anmäler oegentligheter till konkurrensmyndigheter. Sådana ”eftergifter” leder till att marknadsspelare själva skickar in stora mängder data om sig själva och sina konkurrenter.

NCG Group AB interagerar också med konkurrensmyndigheter inom ramen för processer för koncentrationskontroll. I allt högre utsträckning måste stora mängder intern marknadsdata lämnas in tillsammans med anmälan om förvärv. Ordalydelser som syftar till att ”sälja” en strategi eller affär kan underminera NCG Group AB:s position på fler sätt, till exempel med avseende på marknadsdefinition, affärens syfte, synergier, konkurrensnärhet, hinder för inträde, osv. Det är avgörande att intern och extern kommunikation formuleras med aktsamhet för att undvika missförstånd.

Exempel på vad som rekommenderas och vad som ska undvikas i kommunikation å NCG Group AB:s vägnar

- Använd inte vagt språk gällande marknadsdefinitioner, hinder för inträde osv.
- Påstå inte att företaget har en dominerande ställning eller liknande.
- Spekulera inte om huruvida något är lagligt.
- Använd inte humor eller sarkasm utan sammanhang eftersom det kan skapa missförstånd.
- Undvik att skapa inkorrekta handlingar om marknader och strategier.
- Reflektera kring möjligheten att ett dokument eller meddelande missförstås – redigera!
- Bevara handlingar som bevisar legitima skäl att ha kontakt med konkurrenter.
- Skydda rättsliga privilegier.
- Håll dig till fakta för att undvika tvetydigheter – var klar och tydlig!

6. Implementering

6.1 Ansvar och organisation

Varje medarbetare, chef, vd och styrelsemedlem måste förstå och följa denna konkurrenspolicy. Chefer ska säkerställa att deras team till fullo förstår de standarder och krav som fastställs i denna konkurrenspolicy och att de förväntas följa dem.

Kontakta koncern-vd:n vid frågor om innehållet i denna konkurrenspolicy eller om hur den påverkar det dagliga arbetet eller en specifik situation.

7. Rapportering av och påföljder vid överträdelser

Det är din plikt att omedelbart kontakta din landschef/koncern-vd om du har vetskap eller misstanke om att en överträdelse av lagar, regler eller förordningar har ägt rum.

Du ska också kontakta din landschef/koncern-vd om du får vetskap om en överträdelse av denna konkurrenspolicy eller någon annan av NCG Group AB:s policyer.

Du kan också lämna in information anonymt genom NCG Group AB:s visseblåsarssystem via [visseblåsarcentret WhistleB](#). NCG Group AB tolererar inga försök att vidta negativa åtgärder mot en medarbetare som i god tro rapporterat misstänkta överträdelser. Vedergällningar mot personer som rapporterat misstänkta överträdelser är i sig en överträdelse av uppförandekoden och tolereras inte.

NCG Group AB tolererar inte olagligt eller oetiskt beteende. Överträdelser av denna konkurrenspolicy skadar sannolikt NCG Group AB:s varumärke och anseende. Vi ser mycket allvarligt på underlåtenhet att följa denna konkurrenspolicy och det kan leda till disciplinära åtgärder i proportion till överträdelser, inklusive men inte begränsat till uppsägning.

8. Revision och uppföljning

Efterlevnaden av denna konkurrenspolicy hos alla NCG Group AB:s enheter och medarbetare kontrolleras via interna och externa revisioner och rutinmässiga uppföljningar av alla rapporterade förhållanden.

Ikraftträdandedatum	Version	Beskrivning av ändring
01.09.2023	Version 1.0	