

Утверждена протоколом
заседания Совета Директоров
№ _ от _ ____ 2019 года

Approved by the Minutes of the meeting
of the Board of Directors
No. _ dated ____ , 2019

**АНТИМОНОПОЛЬНАЯ ПОЛИТИКА
ЗАО «ИНФОРУМ-ПРОМ»**

**ANTITRUST POLICY OF
CJSC INFORUM-PROM**

СОДЕРЖАНИЕ.

1. ТЕРМИНЫ.
2. ВВЕДЕНИЕ. ЦЕЛИ, ЗАДАЧИ И ОБЛАСТЬ ПРИМЕНЕНИЯ ПОЛИТИКИ.
3. ЧТО ТАКОЕ АНТИМОНОПОЛЬНОЕ ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВО И КАКАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ МОЖЕТ СЛЕДОВАТЬ ЗА ЕГО НАРУШЕНИЕ.
4. СОГЛАШЕНИЯ И СОГЛАСОВАННЫЕ ДЕЙСТВИЯ С КОНКУРЕНТАМИ.
5. СОГЛАШЕНИЯ С НЕКОНКУРИРУЮЩИМИ ОРГАНИЗАЦИЯМИ, СОГЛАШЕНИЯ О ПЕРЕПРОДАЖЕ.
6. ЗЛОУПОТРЕБЛЕНИЕ ДОМИНИРУЮЩИМ ПОЛОЖЕНИЕМ.
7. РЕКЛАМА И НЕДОБРОСОВЕСТНАЯ КОНКУРЕНЦИЯ.
8. ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ С ГОСУДАРСТВЕННЫМИ ОРГАНАМИ.
9. ПРАВИЛА ДЕЛОВОГО ОБЩЕНИЯ СОТРУДНИКОВ КОМПАНИИ.
10. ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ С АНТИМОНОПОЛЬНЫМ ОРГАНОМ.
11. ИНФОРМИРОВАНИЕ И ОБУЧЕНИЕ СОТРУДНИКОВ.
12. КОМПЛАЕНС-ОФИЦЕР.
13. КОНСУЛЬТИРОВАНИЕ СОТРУДНИКОВ.
14. РАБОТА С СООБЩЕНИЯМИ
15. ОТВЕТСТВЕННОСТЬ СОТРУДНИКОВ.
16. ТРЕБОВАНИЯ К ПОРЯДКУ ОЦЕНКИ АНТИМОНОПОЛЬНЫХ РИСКОВ КОМПАНИИ.
17. МОНИТОРИНГ ЭФФЕКТИВНОСТИ АНТИМОНОПОЛЬНОЙ КОМПЛАЕНС-СИСТЕМЫ.
18. ЗАКЛЮЧИТЕЛЬНЫЕ ПОЛОЖЕНИЯ.

CONTENTS.

1. TERMS.
2. INTRODUCTION. PURPOSE, OBJECTIVES, AND SCOPE OF APPLICATION OF THE POLICY.
3. WHAT IS ANTITRUST LAW AND WHAT LIABILITY ITS VIOLATION MAY ENTAIL.
4. AGREEMENTS AND CONCERTED ACTIONS WITH COMPETITORS.
5. AGREEMENTS WITH NON-COMPETING COMPANIES, RESELLER AGREEMENTS.
6. ABUSE OF DOMINANT POSITION.
7. ADVERTISING AND UNFAIR COMPETITION.
8. GOVERNMENT RELATIONS.
9. RULES OF BUSINESS COMMUNICATION BETWEEN THE COMPANY'S EMPLOYEES.
10. ANTIMONOPOLY AUTHORITY RELATIONS.
11. INFORMING AND TRAINING OF EMPLOYEES.
12. COMPLIANCE OFFICER.
13. EMPLOYEES CONSULTING.
14. REPORTS HANDLING.
15. EMPLOYEES' LIABILITY.
16. REQUIREMENTS TO THE ANTITRUST RISK ASSESSMENT.
17. ANTITRUST COMPLIANCE SYSTEM EFFICIENCY MONITORING.
18. FINAL PROVISIONS.

1. ТЕРМИНЫ.

1.1. «Антимонопольное законодательство»

означает систему нормативно-правовых актов, состоящую из Федерального закона Российской Федерации от 26.07.2006 № 135-ФЗ «О защите конкуренции», иных федеральных законов, постановлений Правительства Российской Федерации, нормативно-правовых актов Федеральной антимонопольной службы, регулирующих отношения, связанные с защитой конкуренции, с предупреждением и пресечением монополистической деятельности и недобросовестной конкуренции, включая международные соглашения РФ.

Для целей настоящей Политики под термином «Антимонопольное законодательство» в соответствующих разделах также понимаются нормы законодательства о рекламе, в той части, контроль за соблюдением которой относится к компетенции Антимонопольного органа.

1.2. «Антимонопольный орган»

означает Федеральную антимонопольную службу и ее территориальные органы.

1.3. «Антимонопольная комплаенс-система»

означает систему мероприятий и процедур, разработанных и применяемых Компанией для целей обеспечения соблюдения Антимонопольного законодательства и предупреждения антимонопольных рисков.

1.4. «Barry Callebaut Group (Barry Callebaut)»

означает компании, входящие в группу лиц ЗАО «Инфорум-Пром».

1.5. «Компания»

означает ЗАО «Инфорум-Пром».

1.6. «Конкурент» (и совместно «Конкуренты»)

означает лицо, осуществляющее деятельность на том же товарном рынке, что и Компания.

1.7. «Руководство»

означает сотрудников Компании,

1. DEFINITIONS.

1.1. “Antitrust Law”

means a system of regulations consisting of Federal Law of the Russian Federation No. 135-ФЗ dated July 26, 2006 On Protection of Competition, other federal laws, decrees of the Government of the Russian Federation, regulations of the Federal Antimonopoly Service regulating relations connected with protection of competition, prevention and suppression of monopolistic activities and unfair competition, including the international treaties of Russia.

For the purposes of this Policy, the term “Antitrust Law” in the relevant sections shall also mean the norms of advertising law to the extent, where monitoring of compliance with which falls within the competence of the Antimonopoly Authority.

1.2. “Antimonopoly Authority”

means Federal Antimonopoly Service and its territorial bodies.

1.3. “Antitrust Compliance System”

means the system of measures and procedures developed and used by the Company in order to ensure compliance with the Antitrust Law and prevention of antitrust risks.

1.4. “Barry Callebaut Group (Barry Callebaut)”

means the companies included in the group of entities of CJSC “InForum-Prom”.

1.5. “Company”

means CJSC “InForum-Prom”.

1.6. “Competitor” (and jointly “Competitors”)

means a Person or an entity, doing business on the same market that the Company.

1.7. “Management”

means the Company’s Employees responsible for

ответственных за соблюдение Компанией требований действующего законодательства, в том числе антимонопольного.

1.8. «Комплаенс-офицер»

означает сотрудника Компании, ответственного за функционирование и поддержание Антимонопольной комплаенс-системы, внедрение мер по соблюдению Антимонопольного законодательства в Компании, их совершенствование, выявление и предотвращение нарушений в данной сфере.

1.9. «Сотрудник» (и совместно «Сотрудники»)

означает физическое лицо, состоящее в трудовых отношениях с Компанией (в том числе, Руководство).

2. ВВЕДЕНИЕ. ЦЕЛИ, ЗАДАЧИ И ОБЛАСТЬ ПРИМЕНЕНИЯ ПОЛИТИКИ.

2.1. Barry Callebaut, включая Компанию в составе группы компаний Barry Callebaut, привержена принципам поддержания высочайших стандартов добросовестности, безукоризненной репутации и этичного поведения и обеспечения соблюдения всех применимых законов, нормативно-правовых актов и общепризнанных международных конвенций во всех юрисдикциях, где она ведет свою деятельность.

Barry Callebaut ожидает, что все ее Сотрудники будут действовать ответственно и выражать адекватную корпоративную гражданскую позицию во всех деловых отношениях, а также в целом уважать корпоративные ценности: ориентацию на нужды клиента, дух предпринимательства, командный дух, энтузиазм и профессиональную этику.

Barry Callebaut, включая Компанию в составе группы, верит в свободный рынок, где конкуренция обусловлена ориентацией на нужды клиента и профессиональной этикой.

the Company's compliance with the effective law, including antitrust one.

1.8. “Compliance Officer”

means the Company's employee responsible for operation and maintenance of the Antitrust Compliance System, implementation of measures to comply with the Antitrust Law within the Company, their improvement, detection and prevention of violations in that area.

1.9. “Employee” (and jointly “Employees”)

means the individual employed by the Company (including the Management).

2. INTRODUCTION. PURPOSES, OBJECTIVES, AND SCOPE OF APPLICATION OF THE POLICY.

2.1. Barry Callebaut, including Company as a part of the group, is committed to maintaining the highest standard of honesty, integrity and ethical conduct and to ensuring compliance with all applicable laws, regulations and generally acknowledged international conventions in all jurisdictions in which it operates.

Barry Callebaut expects all Employees to act responsibly and demonstrate good corporate citizenship in all business dealings, and to generally honor corporate values: customer focus, entrepreneurship, team spirit, passion and integrity.

Barry Callebaut including Company as a part of the group believes in a free market where competition is based on customer focus and integrity.

2.2. В дополнение к правилам и документам, действующим в отношении Компании, как части Barry Callebaut Group, в том числе Кодекса поведения и Global Fair Competition Policy, Компания в целях обеспечения уверенности в том, что она действует в строгом соответствии с ее корпоративными ценностями и применимыми требованиями Антимонопольного законодательства, приняла решение о принятии Политики и создании Антимонопольной комплаенс-системы.

В настоящей Политике определяются минимальные нормы поведения, ожидаемого от всех Сотрудников. В ней описываются основные вопросы Антимонопольного законодательства и предоставляются рекомендации в отношении допустимого и недопустимого поведения, однако Политика не охватывает весь перечень ситуаций, в которых могут возникнуть риски нарушения Антимонопольного законодательства.

2.3. Настоящая Политика призвана определить основные меры, принимаемые Компанией для снижения рисков нарушения антимонопольного законодательства при ведении ею деятельности, и решает в этих целях следующие задачи:

2.3.1. Определяет основные элементы действующей в Компании Антимонопольной комплаенс-системы;

2.3.2. Устанавливает обязанность Руководства обеспечивать и контролировать разработку, внедрение и эффективное функционирование Антимонопольной комплаенс-системы;

2.3.3. Устанавливает обязанность Сотрудников знать и безусловно соблюдать при ведении коммерческой деятельности Компании требования Антимонопольного законодательства, а также правила, установленные Политикой;

2.3.4. Устанавливает обязанность Сотрудников активно выявлять риски нарушения Антимонопольного законодательства и, в случае неопределенности, обращаться к Комплаенс-офицеру в целях обеспечения соблюдения всех применимых законов и нормативно-правовых актов.

2.2. In addition to the rules and documents effective in the Company as a part of Barry Callebaut Group, including the Code of Conduct and the Global Fair Competition Policy, in order to ensure that the Company operates in strict accordance with its corporate values and applicable requirements of the Antitrust Law, it decided to adopt the Policy and to create the Antitrust Compliance System.

This policy defines the minimum standards of behavior expected from all Employees. It describes the main Antitrust law matters and provides guidance on accepted and non-accepted behavior, however, the Policy does not cover the entire list of situations where risks of violation of the Antitrust Law may occur.

2.3. This Policy serves to determine the main measures taken by the Company to reduce the risks of violation of antitrust laws related to its activities, and fulfils the following objectives in this purpose:

2.3.1. Determines the main elements of the Company's Antitrust Compliance System;

2.3.2. Establishes the duty of the Management to ensure and control development, implementation, and effective operation of the Antitrust Compliance System;

2.3.3. Establishes the duty of the Employee to be aware and to absolutely comply with the requirements of the Antitrust Law and the rules set forth by the Policy during the business activities of the Company;

2.3.4. Establishes the duty of the Employees to pro-actively identify Antitrust law risks and involve the Compliance Officer in case of uncertainties to ensure compliance with all applicable laws and regulations.

2.3.5. Предоставляет Сотрудникам основную информацию о существующих в Компании механизмах и процедурах, являющихся элементами Антимонопольной комплаенс-системы.

2.4. Политика является локальным нормативным актом Компании, соблюдение ее положений является обязанностью Компании, Руководства и Сотрудников.

2.5. Действие Политики распространяется на дочерние общества Компании, их Руководство и Сотрудников.

3. ОСНОВНЫЕ ПОЛОЖЕНИЯ АНТИМОНОПОЛЬНОГО ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВА И ВОЗМОЖНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ ЗА ЕГО НЕИСПОЛНЕНИЕ.

3.1. Антимонопольное законодательство направлено на отношения, связанные с защитой конкуренции. Оно распространяется на широкий круг лиц, включая российские и иностранные юридические лица, действующие самостоятельно либо в составе группы лиц, государственные органы и т.д.

3.2. Основными задачами Антимонопольного законодательства являются:

- Содействие потребительскому выбору;
- Поощрение честных деловых отношений; а также
- Защита правильного функционирования рынков.

Антимонопольное законодательство направлено на обеспечение уверенности в том, что успех Компании не связан с нечестной конкуренцией.

3.3. Последствия нарушения Антимонопольного законодательства могут быть очень серьезными:

3.3.1. Наложение штрафов: в фиксированном размере или до 15% от оборота. На практике это обычно приводит к наложению штрафов в миллионы рублей (как на Компанию, так и на физических лиц).

2.3.5. Provides the Employees with general information on the tools and procedures existing in the Company, which are the elements of the Antitrust Compliance System.

2.4. The Policy is a local regulation of the Company; it is the duty of the Company, Management, and Employees to comply with its provisions.

2.5. The Policy is extended to the Company's subsidiaries, their management and employees.

3. MAIN PROVISIONS OF ANTITRUST LAW AND POTENTIAL LIABILITY FOR ITS NON-COMPLIANCE.

3.1. The Antitrust Law is aimed at relations connected with protection of competition. It applies to the general public, including Russian and foreign legal entities, acting either independently or as a group of entities, state authorities, etc.

3.2. The main objectives of the Antitrust Law are:

- To facilitate consumer choice;
- To encourage fair business relations; and
- To protect proper operation of markets.

The Antitrust Law serves to provide assurance that the Company's success is not due to unfair competition.

3.3. The consequences of an infringement of Russian antitrust law can be very severe:

3.3.1. Fines: fixed or up to 15% of the turnover. In practice, this regularly leads to fines of millions of Rubles (both for the Company and individuals). The antitrust authority can also prescribe to transfer illegal income to the budget.

Антимонопольный орган также может выдать предписание о перечислении незаконного дохода в бюджет.

- | | |
|--|--|
| <p>3.3.2. <u>Привлечение к уголовной ответственности</u>: Сотрудники и Руководство Компании могут быть привлечены к уголовной ответственности в виде лишения свободы (в некоторых случаях).</p> | <p>3.3.2. <u>Criminal sanctions</u>: Employees and Management may be held criminally liable to imprisonment (in some cases).</p> |
| <p>3.3.3. <u>Признание соглашений недействительными</u>: контракты, нарушающие Антимонопольное законодательство, могут быть признаны недействительными.</p> | <p>3.3.3. <u>Invalid agreements</u>: Contracts, which breach Antitrust law, may be null and void.</p> |
| <p>3.3.4. <u>Возмещение убытков</u>: контрагенты или третьи лица (например, поставщики, Конкуренты, заказчики) могут потребовать возмещения убытков, возникающих в результате нарушения Антимонопольного законодательства.</p> | <p>3.3.4. <u>Damages</u>: Contract partners or third parties (e.g. suppliers, Competitors, customers) can claim damages for losses resulting from a breach of Antitrust law.</p> |
| <p>3.3.5. <u>Издержки</u>: проведение проверок по факту нарушения Антимонопольного законодательства приводит к возникновению существенных затрат, включая временные затраты, судебные издержки и т. д.</p> | <p>3.3.5. <u>Cost</u>: Antitrust law investigations trigger substantial costs, including in management time, legal costs, etc.</p> |
| <p>3.3.6. <u>Репутационный ущерб</u>: нарушение Антимонопольного законодательства и проведение проверки по факту его нарушения может нанести серьезный репутационный ущерб Компании.</p> | <p>3.3.6. <u>Reputational damage</u>: A breach of Antitrust law and an investigation of an alleged breach can trigger significant reputational damage for the Company.</p> |

4. СОГЛАШЕНИЯ И СОГЛАСОВАННЫЕ ДЕЙСТВИЯ С КОНКУРЕНТАМИ («ГОРИЗОНТАЛЬНЫЕ СОГЛАШЕНИЯ»).

4. AGREEMENTS AND CONCERTED ACTIONS WITH COMPETITORS (“HORIZONTAL AGREEMENTS”).

- | | |
|---|---|
| <p>4.1. Антимонопольное законодательство запрещает заключение антиконкурентных соглашений между Конкурентами. Данные типы соглашений далее именуется «горизонтальные соглашения».</p> | <p>4.1. Antitrust law prevents anti-competitive agreements between Competitors. These types of agreements are referred to as “horizontal agreements”.</p> |
|---|---|

Запрет распространяется на все формы (письменную, устную или невербальную) соглашений или согласования действий, в частности: официальные соглашения, необязывающие соглашения или договоренности, обмен информацией, устные соглашения, не прямые контакты или решения торговых ассоциаций.

Категорически запрещается совершать нижеследующие действия по отношению к Конкурентам.

4.2. Запрет на ценовой сговор.

4.2.1. Не разрешается заключать соглашения или договоренности с одним или несколькими Конкурентами в целях повышения, понижения, стабилизации, поддержания цены конкурирующей продукции или услуг или оказания иного искусственного воздействия на такую цену. Не разрешается вступать в сговор с Конкурентами в отношении цены.

Сговор о «цене» включает соглашения о любых элементах цены (например, надбавках, стоимости отдельных затрат, скидках, вознаграждениях и т. д.), а также о диапазоне цен, целевых ценах, минимальных или максимальных ценах, заявленных ценах или ценах со скидкой, уровнях скидок или сроках изменения цен.

Допускается получение от заказчиков предоставленной по их собственной инициативе информации о ценах Конкурентов в рамках обычных деловых переговоров. Тем не менее не разрешается требовать такую информацию или использовать заказчиков для доведения информации о ценах до сведения Конкурентов или сообщения им такой информации. Если у Сотрудника в его отчетных документах имеется информация о ценах или расценки Конкурентов Компании, он должен четко указать дату получения такой информации, ее происхождение/источник и основание для ее получения.

4.2.2. Не разрешается:

4.2.2.1. Обсуждать цены или информацию о ценах с Конкурентами;

The prohibition covers any form of (written, oral or non-verbal) agreements or coordination, such as in particular: formal agreements, non-binding agreements or arrangements, information exchanges, gentlemen's agreements, indirect communications or resolutions of trade associations.

It is never allowed to do any of the following activities in relation to Competitors.

4.2. No price fixing.

4.2.1. It is not allowed to enter into any agreement or understanding with one or more Competitor to raise, lower, stabilize, maintain or otherwise artificially impact the price of competing products or services. It is not allowed to collude with Competitors in any way regarding the price.

Colluding on “price” includes agreements on any pricing element (e.g. surcharges, value of individual costs, discounts, fees, etc.) as well as price ranges, target prices, minimum or maximum prices, list or discounted prices, discount levels, or timing of price movements.

It can be allowed to receive unsolicited information about Competitors’ prices from customers in the context of ordinary business negotiations. It is however not allowed to solicit such information or use customers as a medium to communicate or signal price information to Competitors. If an Employee has in his records any price information or price lists of Company’s Competitors, this Employee must clearly indicate the date of reception, the origin/source, and the reason for receiving such information.

4.2.2. It is not allowed to:

4.2.2.1. Discuss prices, or pricing related information with Competitors;

- | | |
|--|--|
| 4.2.2.2. Согласовывать каким-либо образом цены или их составляющие с Конкурентами; | 4.2.2.2. Agree in any way with Competitors on pricing or price components; |
| 4.2.2.3. Сообщать информацию о ценах (прямо или косвенно) Конкурентам; | 4.2.2.3. Signal price information to Competitors (directly or indirectly); |
| 4.2.2.4. Раскрывать не подлежащую разглашению будущую ценовую политику Конкурентам; | 4.2.2.4. Disclose non-public future pricing behavior to Competitors; |
| 4.2.2.5. Использовать заказчиков в качестве информационного канала между Конкурентами; | 4.2.2.5. Use customers as an information channel between Competitors. |
| 4.2.2.6. Публично высказываться о планируемом Компанией поведении на рынке. | 4.2.2.6. Speak publicly on the Company's plans of future behavior on the market. |

4.3. Запрет на сговор на торгах.

4.3. No bid rigging.

4.3.1. Если Компания принимает решение об участии в торгах, крайне важно, чтобы она предоставляла свое предложение без влияния со стороны Конкурентов или взаимодействия с ними. Не разрешается действовать совместно с Конкурентами или согласовывать свои действия с ними, в частности, в отношении цен в целях подачи заявок, подачи мнимых заявок, отказа от подачи заявок или раздела лотов.

4.3.1. When the Company makes a decision to take part in tendering procedure, it is vital that the Company prepares its proposal without any influence or interaction with Competitors. It is not allowed to work or coordinate with Competitors in particular regarding prices to bid, cover bids, not to bid or to rotate bids.

К совместной заявке в рамках совместных предприятий с Конкурентами применяются особые правила (даже если потенциальный заказчик запрашивает такую совместную заявку). В таких случаях всегда необходимо обращаться к Комплаенс-офицеру за консультацией.

Specific rules apply to joint bids within joint ventures with Competitors (even if the potential customer requests a joint bid). In such cases, the Compliance Officer must always be consulted for guidance.

4.3.2. Не разрешается:

4.3.2. It is not allowed to:

4.3.2.1. Обсуждать с Конкурентами полученный запрос на предложение;

4.3.2.1. Discuss with Competitors the received request for proposal;

4.3.2.2. Обсуждать с Конкурентами содержание заявки Компании;	4.3.2.2. Discuss with Competitors any content of the Company's bid;
4.3.2.3. Согласовывать с Конкурентами какие-либо вопросы в отношении заявки Компании.	4.3.2.3. Agree on any matter regarding the Company's bid with a Competitor.
<u>4.3.3. Предварительно обратитесь за консультацией к Комплаенс-офицеру до:</u>	<u>4.3.3. First discuss with Compliance Officer before:</u>
подготовки совместных заявок с Конкурентами или участниками совместного предприятия.	Entering into joint bids with Competitors or joint venture partners.
4.4. Запрет на раздел рынков, распределение заказчиков или квот.	4.4. No allocation of markets, customers or quotas.
4.4.1. Запрещается ограничивать конкуренцию на основании раздела по территориальному принципу, распределения заказчиков или согласованных квот выпуска. Не разрешается заключать соглашение с Конкурентами о разделе, совместном использовании или распределении рынка по продукции, ее ассортименту, объему выпуска, территории или кругу заказчиков. Данный запрет также действует в отношении пунктов соглашений о не-конкуренции (например, в соглашениях о НИОКР или сбыте продукции) и обязательств в отношении отказа от недобросовестного привлечения сотрудников другой стороны.	4.4.1. Competition must not be limited based on a geographical division, customer allocation or agreed output quotas. It is not allowed to have an agreement with Competitors on the division, sharing or allocation of the market, whether by product, product range, output, territory or customer. This applies also to non-compete clauses (for example in R&D or marketing agreements) or non-solicitation obligations.
<u>4.4.2. Не разрешается заключать соглашение или договоренность (ни устно, ни письменно) с Конкурентами в целях:</u>	<u>4.4.2. It is not allowed (neither verbally nor in writing) to have an agreement or understanding with Competitors to:</u>
4.4.2.1. Распределения продукции или продуктовых линеек;	4.4.2.1. Allocate products or product lines;
4.4.2.2. Раздела деятельности одного или нескольких заказчиков;	4.4.2.2. Divide the business of one or more customers;
4.4.2.3. Раздела продаж по географическим регионам;	4.4.2.3. Divide sales into geographic regions;
4.4.2.4. Привлечения к сотрудничеству заказчиков друг друга;	4.4.2.4. Solicit each other's customers;
4.4.2.5. Согласования квот выпуска;	4.4.2.5. Agree on output quotas;
4.4.2.6. Отказа от сотрудничества с определенными продавцами или	4.4.2.6. To refuse on dealing with a certain suppliers or customers.

покупателями.

4.5. Совместная деятельность с Конкурентами.

4.5.1. Несмотря на то, что само по себе ведение совместной деятельности с Конкурентом не является нарушением антимонопольного законодательства, такое взаимодействие всегда имеет антимонопольные риски.

4.5.2. Предварительно обратитесь за консультацией к Комплаенс-офицеру до:

заключения соглашений о сотрудничестве или осуществления совместной деятельности с Конкурентами.

4.6. Сделки с заказчиками, которые тоже могут считаться конкурентами.

Понятие «Конкуренты» имеет широкое определение в Антимонопольном законодательстве и включает в себя как фактических, так и потенциальных конкурентов.

Двойственные отношения имеют место в том случае, если заказчик также ведет деятельность в качестве Конкурента Компании. Компании считаются фактическими Конкурентами, если они ведут деятельность на одном и том же рынке. Компания может быть потенциальным Конкурентом другой компании, если в настоящее время она не является ее непосредственным Конкурентом, но могла бы через короткий промежуток времени осуществить необходимые дополнительные капиталовложения или понести иные необходимые затраты, связанные с перепрофилированием деятельности, в целях выхода на соответствующий рынок, на котором другая компания ведет свою деятельность. Это означает, что многие крупные заказчики Компании могут быть «потенциальными Конкурентами», например, если один из заказчиков Компании, который занимается продажами на потребительском рынке, расширит свою деятельность и займется общественным питанием.

5. СОГЛАШЕНИЯ С НЕКОНКУРИРУЮЩИМИ

4.5. Joint ventures with Competitors.

4.5.1. Despite the fact that joint activity with a Competitor is not in itself a violation of antitrust laws, such interaction always has antitrust risks.

4.5.2. First discuss with Compliance Officer before:

Entering into cooperation agreements and joint ventures with Competitors.

4.6. Dealings with customers that can also be deemed Competitors.

The concept of Competitors is defined broadly in Antitrust law and encompasses both actual and potential Competitors.

A dual relationship means a customer that also operates as a Competitor of the Company. Companies are considered actual Competitors if they are active in the same relevant market. A company can be a potential Competitor of another company if this company is not currently a direct Competitor, but could within a short period of time undertake the necessary additional investments or other necessary switching costs to enter the relevant market in which the other is active. This means that many of the larger Company's customers could be a "potential Competitor", for example if one of the Company's customers that sells into the consumer markets expands into the food service class of trade.

5. AGREEMENTS WITH NON-COMPETING COMPANIES, RESELLER

ОРГАНИЗАЦИЯМИ, СОГЛАШЕНИЯ О ПЕРЕПРОДАЖЕ («ВЕРТИКАЛЬНЫЕ СОГЛАШЕНИЯ»).

AGREEMENTS (“VERTICAL AGREEMENTS”).

5.1. Вертикальные соглашения — это соглашения между компаниями, действующими на разных уровнях цепочки поставок. Как правило, вертикальные отношения — это отношения между поставщиком (например, производителем, изготовителем, посредником) и заказчиком (например, обрабатывающим предприятием, оптовым продавцом или другими заказчиками). В данных вертикальных соглашениях описываются условия, на которых стороны покупают, продают или перепродают определенные товары или услуги. В целом такие соглашения могут усилить конкуренцию между брендами, но они не должны приводить к недобросовестному ограничению конкуренции со стороны других компаний.

5.1. Vertical agreements are agreements between companies that are active on different levels of the supply chain. Typically, a vertical relationship is the relationship between a supplier (e.g. a producer, manufacturer, reseller) and a customer (e.g. a processor, wholesaler, or other customers). These vertical agreements describe the conditions under which the parties purchase, sell or resell certain goods or services. Generally, these kinds of agreements can enhance the competition between brands, but vertical agreements should not have the effect of unfairly limiting the competition of others.

5.2. Цены перепродажи.

5.2. Resale prices.

5.2.1. Дистрибьюторы или торговые посредники должны иметь возможность самостоятельно определять цены перепродажи, которые они устанавливают для своих заказчиков, а также компенсационные и прочие скидки, которые они предоставляют своим заказчикам.

5.2.1. Distributors or resellers must be free to determine themselves the resale prices they set towards their customers and the rebates and discounts which they grant their customers.

Поддержание недопустимых цен перепродажи может происходить в разных формах, например, в форме установления минимальных или фиксированных цен, применения санкций к дистрибьюторам за их ценовую политику посредством невыполнения заказов в полном объеме или без задержки, расторжения договоров на поставку, угрозы применения к дистрибьюторам таких мер, предоставления вознаграждений дистрибьюторам, которые придерживаются рекомендованной цены перепродажи (например, скидки и компенсационные скидки, льготные условия и т. д.), контроля ценовой политики и обращения к дистрибьютору в случае слишком низких цен и т. д.

Inadmissible resale price maintenance can occur in different forms, e.g. setting minimum or fixed prices, sanctioning distributors for their pricing policy by not fulfilling orders in full or without delay, terminating supply contracts, threatening distributors with such measures, granting rewards to distributors that adhere to a recommended resale price (e.g. discounts and rebates, preferential treatment, etc.), monitoring the pricing behavior and contacting the distributor in case of too low prices, etc.

В целом разрешено устанавливать для дистрибьюторов или перепродавцов максимальные цены перепродажи. Однако, инструкции по максимальным ценам

In general, it is allowed to provide distributors or resellers with maximum resale prices. However, the instructions on maximum resale prices must not be accompanied by direct or indirect

перепродажи не должны сопровождаться прямыми или косвенными стимулами (например, специальными скидками) или давлением / угрозами (например, угрозами исключения из перечня дистрибьютеров, предупреждениями, обращением и запросом причины для конкретной цены и т.д.), что может превратить предоставленные максимальные цены перепродажи в единственные возможные (фиксированные) цены.

incentives (e.g. special rebates) or pressure/threats (e.g. threats of delisting, warnings, contacting and asking for the reason for a specific price, etc.), which may turn provided maximum resale prices to the only existing (fixed) prices.

5.2.2. Не разрешается:

5.2.2. It is not allowed to:

5.2.2.1. Согласовывать минимальную или фиксированную цену перепродажи;

5.2.2.1. Agree on a minimum or fixed resale price;

5.2.2.2. Устанавливать схему компенсационных скидок, которая экономически вынуждает торгового посредника поддерживать определенный уровень цены перепродажи;

5.2.2.2. Set up a rebate scheme that economically forces the reseller to maintain a certain resale price level;

5.2.2.3. Расторгать договоры по причине того, что дистрибьюторы не придерживаются рекомендованной цены перепродажи;

5.2.2.3. Terminate an agreement because distributors do not adhere to a recommended resale price;

5.2.2.4. Применять санкции к дистрибьюторам или вознаграждать их за соблюдение рекомендованной цены при перепродаже.

5.2.2.4. Sanction or reward distributors for adhering to the recommended resale price.

5.3. Ограничения в отношении перепродажи.

5.3. Resale restrictions.

5.3.1. Соглашения с дистрибьюторами могут предусматривать требования к перепродаже продукции, но они не должны недобросовестно ограничивать конкуренцию. Это применимо, в частности, к ограничениям в отношении региона/страны, где продукция может продаваться, или группы заказчиков, которым она может продаваться.

5.3.1. Agreements with distributors may provide for requirements regarding the resale of products, but these requirements should not restrain competition unfairly. This is applicable in particular to restrictions regarding the region/country where or customer group to which products can be sold.

Общее правило таково, что «пассивные» продажи (т. е. продажи на основании заказов, самостоятельно размещенных заказчиками) в целом не должны ограничиваться.

As a rule of thumb, "passive" sales (i.e. sales in response to unsolicited orders) must generally not be restricted.

Обычно любой вид ограничения перепродажи требует более тщательной оценки Комплаенс-офицером для проверки того, можно ли включить такое ограничение в соглашение.

Usually, any kind of resale restriction needs a closer assessment by the Compliance Officer to review if such a restriction can be part of the agreement.

5.3.2. Не разрешается:

5.3.2. It is not allowed to:

5.3.2.1. Прямо или косвенно ограничивать «пассивные» продажи (по заказам, самостоятельно размещенным заказчиками) на другой территории или другой группе заказчиков;

5.3.2.1. Directly or indirectly restrict “passive” sales (on unsolicited customers’ requests) to another territory or customer group;

5.3.2.2. Распределять объемы дистрибьютору или заказчику на основании их обещания не выполнять заказы, самостоятельно размещенные заказчиками, с определенных территорий или от определенных заказчиков.

5.3.2.2. Allocate volumes to a distributor or customer based on their promise to not respond to unsolicited orders from certain territories or customers.

5.3.2. Предварительно обратитесь за консультацией к Комплаенс-офицеру до:

5.3.2. First discuss with Compliance Officer before:

5.3.2.1. Наложения или согласования ограничений на перепродажу в отношении дистрибьюторов или заказчиков;

5.3.2.1. Imposing or agreeing any resale restrictions towards distributors or customers;

5.3.2.2. Наложения запрета на перепродажу продукции Компании.

5.3.2.2. Imposing a prohibition to resell products of the Company.

5.4. Соглашения об эксклюзивности и неконкуренции.

5.4. Exclusivity and non-compete arrangements.

Соглашения об эксклюзивности могут предоставлять дистрибьютору право быть единственным дистрибьютором по продаже определенной продукции на соответствующей территории или соответствующей группе заказчиков. С другой стороны, соглашение о неконкуренции может вынуждать дистрибьютора удовлетворять все свои потребности (или более 80% от их объема) в продукции посредством ее покупки у Компании.

Exclusivity arrangements can provide a distributor with the right to be the only one to sell certain products in a territory or to a customer group. On the other hand, a non-compete arrangement can force a distributor to buy all (or more than 80%) of its need for products from the Company.

С деловой точки зрения такие соглашения не всегда выгодны или целесообразны для Компании. Таким образом, соглашения об эксклюзивности и неконкуренции с третьим лицом всегда необходимо обсуждать с Комплаенс-офицером.

From a business perspective, such arrangements are not always beneficial or desirable for the Company. Therefore, exclusivity or non-compete arrangements with a third party should always be discussed with the Compliance Officer.

Данные соглашения могут быть запрещены, если соглашения об эксклюзивности препятствуют конкуренции в целях затруднения выхода на рынок или ограничения потребительского выбора.

These agreements may not be allowed if these exclusivity arrangements hinder competition to enter the market or restrict customer choice.

6. ЗЛОУПОТРЕБЛЕНИЕ ДОМИНИРУЮЩИМ ПОЛОЖЕНИЕМ.

6. ABUSE OF DOMINANT POSITION.

6.1. Компания ведет деятельность на рынке свободной конкуренции. Однако иногда размер рыночной доли Компании может показывать, что Компания может быть доминирующей на рынке. В таком случае важно обратить особое внимание на принципы Антимонопольного законодательства для компаний, которые можно считать доминирующими на таком рынке.

6.1. The Company is operating in a competitive market. However, sometimes the Company's market size might suggest that the Company is more dominant in a market. Then it is important to pay special attention to Antitrust law principles for companies that could be deemed dominant in such market.

Доля рынка, превышающая 50%, считается явным признаком доминирования.

A market share exceeding 50% is considered as strong indication of dominance.

Тем не менее, в определенных обстоятельствах, доля свыше 8% также может считаться доминирующей. Доля рынка является лишь одним из показателей доминирования, и на реальную конкуренцию влияют многие другие факторы, например, покупательная способность заказчиков или потенциал других Конкурентов.

However, a share above 8% might be also considered dominant in certain circumstances. The market share is only one indicator of dominance and many other factors influence actual competition, such as the buying power of customers or the strength of other Competitors.

Доминирование не является нарушением, но доминирующим на рынке компаниям не разрешается совершать определенные действия. Законами о конкуренции запрещается только злоупотребление доминирующим положением. В Антимонопольном законодательстве особое внимание в теме доминирования уделяется способам злоупотребления компанией своим доминирующим положением для воспрепятствования конкуренции на рынке. Препятствовать конкуренции можно посредством причинения вреда Конкурентам или их исключения с рынка (исключающие практики), либо злоупотребление доминирующим положением может быть нацелено на заказчиков и поставщиков посредством использования доминирующего положения (эксплуатационные практики).

Being dominant is not a violation but certain actions are not allowed to be undertaken by dominant companies. Antitrust laws only prohibit the abuse of a dominant position. The Antitrust law focus on the topic of dominance in relation to the way a company could abuse its dominance to hinder competition in the market. This could be done either by harming or excluding Competitors in the market (exclusionary practices) or the abuse of the dominant position can be targeted toward customers and suppliers by exploiting the dominant position (exploitative practices).

Учитывая складывающуюся в Российской Федерации практику применения Антимонопольного законодательства, Сотрудникам следует оценивать риск признания Компании занимающей доминирующее положение как вероятный и обратить на этот раздел Политики особенное внимание.

Considering the practice of the Antitrust Law application being formed in the Russian Federation, the Employees should assess the risk of recognizing the Company as being in the dominant position as probable and pay special attention to this section of the Policy.

6.2. В случае доминирующего положения к негативным последствиям обычно приводят следующие действия:

6.2. The following is generally problematic in case of a dominant position:

6.2.1. Недобросовестная дискриминация между заказчиками или поставщиками, находящимися в схожей ситуации;

6.2.1. Unfairly discriminating between similarly-situated customers or suppliers;

6.2.2. Навязывание несправедливых цен или коммерческих условий заказчикам или поставщикам (например, установление цены ниже уровня средних переменных затрат для вытеснения мелких Конкурентов с рынка);

6.2.2. Imposing unfair prices or commercial terms on customers or suppliers (e.g. pricing below the average variable costs to drive smaller Competitors out of the market);

6.2.3. Сокращение или прекращение производства если это повлекло увеличение цены товара на рынке;

6.2.3. Reduction or cutting off the production if it resulted the increase of the product price on the market;

6.2.4. Связывание покупки или доставки товаров и (или) оказания услуг с покупкой или доставкой дополнительных товаров и (или) оказанием дополнительных услуг (например, поставка заказчику молочного шоколада, только если при этом они согласовывают покупку темного шоколада исключительно у Компании);

6.2.4. Tying the purchase or delivery of a good and/or services to the purchase or delivery of additional goods and/or services (e.g. only delivering customers with milk chocolate if at the same time they agree on purchasing the dark chocolate exclusively from the Company);

6.2.5. Отказ от поставки заказчику и (или) от покупки у поставщика (например, принятие решения о прекращении продаж конкретному розничному продавцу без каких-либо законных коммерческих оснований);

6.2.5. Refusing to supply a customer and/or purchase from a supplier (e.g. deciding not to sell anymore to a specific retailer without any legitimate business reasons);

6.2.6. Заключение эксклюзивных соглашений, которые могут помешать Конкурентам выйти на рынок или конкурировать на нем, предоставление компенсационной скидки или создание систем лояльности, которые ведут к аналогичным последствиям.

6.2.6. Entering into exclusive agreements that could prevent Competitors from entering or competing in the market, or to provide rebate or loyalty systems that have a similar effect.

6.3. Скидки.

6.3.1. Доминирующая компания не может использовать бонусы, скидки, или иные условия продажи таким образом, который препятствует конкуренции. Предоставление бонусов и скидок доминирующей компанией обычно допускается только в том случае, если это обусловлено объективными критериями для отдельного заказчика и применимо ко всем аналогичным заказчикам.

6.3.2. Рекомендации при создании и реализации схем предоставления скидок в случае доминирующего положения на рынке:

6.3.2.1. Использование только прозрачных схем предоставления скидок: о схемах предоставления компенсационных скидок заказчикам необходимо сообщать заранее в четкой и недвусмысленной форме.

6.3.2.2. Запрет на компенсационные скидки за лояльность: не используйте схемы предоставления компенсационных скидок за лояльность, которые создают сильные (экономические) стимулы или даже обязательства по покупке только или в основном (например, более 80% от объема потребностей) у Компании в ущерб интересам Конкуренентов.

6.3.2.3. Запрет на цены и компенсационные скидки ниже уровня затрат: не используйте компенсационные скидки или цены, которые приведут к снижению цен ниже уровня затрат на продукцию.

6.3.3. В случае возникновения сомнений или вопросов обращайтесь к Комплаенс-офицеру.

6.4. Ценовая дискриминация.

Доминирующая компания не вправе предлагать заказчикам различные условия продажи на один и тот же товар, если только такое неравное отношение не обосновано экономически, технологически и иным образом.

6.3. Rebates and discounts.

6.3.1. A dominant company may not use rebates, discounts, or other sales conditions in such a way that it hinders competition. Rebates and discounts by a dominant party are generally only allowed when they are linked to objective criteria regarding the individual customer and applicable to all similar customers.

6.3.2. Guidelines when creating and effecting rebate schemes in case of a dominant position in the market:

6.3.2.1 Only transparent rebate schemes: Rebate schemes must be communicated to customers upfront in a clear and unambiguous way.

6.3.2.2 No loyalty rebates: Do not use loyalty rebate schemes that create strong (economic) incentives or even obligations to purchase only or mainly (e.g. more than 80% of the requirement) from the Company to the detriment of Competitors.

6.3.2.3 No prices or rebates below cost: Do not use rebates or prices, which would lead to prices below the costs of a product.

6.3.3. In case of any doubts or questions, please contact the Compliance Officer.

6.4. Price discrimination.

A dominant party may not offer customers different sale conditions, unless such an unequal treatment is economically, technologically and otherwise justified.

Тем не менее в случае доминирующего положения на рынке цены все же могут различаться, так как такое различие может быть следствием различных экономических или технологических предпосылок. Это не имеет прямых негативных последствий, если можно однозначно исключить произвол в смысле злоупотребления доминирующим положением на рынке. При наличии сомнений всегда обращайтесь к Комплаенс-офицеру.

6.5. Отказ в продаже/поставке.

Доминирующая компания не вправе отказать заказчику в дальнейшей продаже продукции в отсутствие у нее экономического или технологического обоснования.

Всегда следите за тем, чтобы причины и факторы, ведущие к отказу в поставке, были незамедлительно и тщательно задокументированы для возможного использования в дальнейшем.

6.6. Установление дополнительных барьеров для выхода на рынок.

Доминирующая компания не вправе использовать иные способы установления барьеров для Конкурента, выходящего на рынок, если объективные причины, которые могут оправдать такое поведение, отсутствуют. В таких ситуациях всегда обращайтесь к Комплаенс-офицеру.

6.6.1. В случае доминирующего положения на рынке не разрешается:

6.6.1.1. Злоупотреблять доминирующим положением для воспрепятствования выходу Конкурентов на рынок;

6.6.1.2. Отказывать в продаже или сокращать поставки заказчику без экономического или технологического обоснования, в случае наличия возможности производства или поставок соответствующего товара.

6.6.2. В случае возможного наличия доминирующего положения на рынке предварительно обратитесь за консультацией к Комплаенс-офицеру до:

However, differences in pricing can still be permitted in case of a dominant market position, as this can also be the result of differing economic or technological background. This is not directly problematic, as long as arbitrary behavior in the sense of abuse of the dominant market position can definitely be excluded. Always contact the Compliance officer in case of doubt.

6.5. Refusal to sell/supply.

A dominant party may not refuse to sell anymore without economic or technological justification.

Always make sure that the reasons and considerations leading to refusal to supply are documented immediately and thoroughly for possible later use.

6.6. Setting up additional barriers for entry.

A dominant party may not use other ways to set up a barrier for Competitor entering the market unless there are objective reasons that can justify such behavior. In such situations, always contact the Compliance Officer.

6.6.1. In case of a dominant market position it is not allowed to:

6.6.1.1. Abuse the dominant position to hinder Competitors from entering the market;

6.6.1.2. Refuse to sell or reduce supplies to a customer without an economic or technological justification, if the relevant goods may be produced and supplied.

6.6.2. In case of a potential dominant market position, first discuss with Compliance Officer before:

- | | |
|--|--|
| 6.6.2.1. Установления схемы предоставления скидок для заказчиков; | 6.6.2.1. Setting up a rebate or discount scheme for customers; |
| 6.6.2.2. Отказа в продаже существующим или потенциальным новым заказчикам без обоснованных причин; | 6.6.2.2. Refusing to sell to existing or potential new customers without objective good reasons; |
| 6.6.2.3. Расторжения договора поставки с заказчиком. | 6.6.2.3. Terminating a supply contract with a customer. |

7. РЕКЛАМА И НЕДОБРОСОВЕСТНАЯ КОНКУРЕНЦИЯ.

7. ADVERTISING AND UNFAIR COMPETITION.

7.1. Недобросовестной конкуренцией может быть признано поведение, которое либо прямо запрещено законом, либо законодательно не ограничено, но противоречит принципам разумности, справедливости и добросовестности по отношению к Конкуренту, направлено на причинение ему ущерба. Недобросовестность поведения может быть связана с рекламой услуг Компании.	7.1. Any behavior that is either expressly prohibited by law or not restricted by law, but contradicts the principles of reasonability, justice, and fairness in relation to a Competitor and is aimed at causing damage to such Competitor may be deemed as unfair competition. Unfair conduct may be connected with advertising of the Company's services.
---	--

7.2. В связи с этим Сотрудникам не следует:

7.2. In this regard, the Employees should not:

- | | |
|--|--|
| 7.2.1. Распространять неполную и неточную информацию о товарах и услугах Компании, как в рекламе, так и в любых иных публичных источниках, в том числе при взаимодействии с клиентами; | 7.2.1. Distribute any incomplete or inaccurate information on the Company's goods and services, both in advertisements and in any other public sources, including when interacting with customers; |
| 7.2.2. Распространять информации о товарах и услугах Конкурентов; | 7.2.2. Distribute any information on the Competitors' goods and services; |
| 7.2.3. Рассказывать о преимуществах услуг и товаров Компании перед товарами и услугами ее Конкурентов, без возможности подтвердить такую информацию документально; | 7.2.3. Describe any advantages of the Company's services and goods over the goods and services of its Competitors without any opportunity to confirm such information with documents; |
| 7.2.4. Сравнить товары и услуги Компании с товарами и услугами Конкурентов без точных и корректных критериев сравнения. | 7.2.4. Compare the Company's goods and services to the goods and services of its Competitors without accurate and correct comparison criteria. |

8. ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ С ГОСУДАРСТВЕННЫМИ ОРГАНАМИ.

Несмотря на то, что сотрудничество с государственными органами является неотъемлемой частью коммерческой деятельности Компании и, зачастую, ее обязанностью, оно также подпадает в сферу действия антимонопольного регулирования. В связи с этим такое взаимодействие должно осуществляться строго в соответствии с требованиями Антимонопольного законодательства, а также иными действующими законодательными актами и внутренними требованиями Компании.

Такое взаимодействие с государственными органами может происходить через получение запросов от государственных органов и направление ответов на них, взаимодействие в рамках публичных конференций и совещаний, заключение соглашений о сотрудничестве и участие в государственных или муниципальных контрактах.

Сотрудникам Компании следует немедленно прекратить обсуждение с представителями государственных органов действий или возможных действий, которые противоречат этическим нормам ведения бизнеса, принципам и правилам, изложенным в настоящей Политике, а также сообщить о случившемся Комплаенс-офицеру.

9. ПРАВИЛА ДЕЛОВОГО ОБЩЕНИЯ.

9.1. Сотрудникам необходимо обращать особое внимание на правила коммуникации и взаимодействия с третьими лицами. Их соблюдение позволит обеспечить корректное восприятие деятельности Компании и избежать ситуаций, в которых выраженные Сотрудниками позиции могли бы быть истолкованы как содержащие признаки антиконкурентного поведения Компании.

9.2. Сотрудникам не следует:

9.2.1. Допускать использование во внутренней и внешней переписке, документах, презентациях, публичных заявлениях и переговорах двусмысленных и небрежных

8. STATE AUTHORITIES RELATIONS.

Although cooperation with the state authorities is an integral part of the Company's business activities and, often, its duty, such cooperation also falls within the scope of antitrust regulation. In this regard, such relations shall be in strict accordance with the requirements of the Antitrust Law and any other effective legal acts and internal requirements of the Company.

Such government relations may be maintained through receipt of requests from any state authorities and sending responses to them, interaction within public conferences and meetings, conclusion of cooperation agreements and participation in government or municipal contracts.

The Company's Employees should immediately stop discussing any actions or possible actions contradicting ethical business practices, principles and rules set forth in this Policy with the representatives of the state authorities and report it to the Compliance Officer.

9. BUSINESS COMMUNICATION RULES.

9.1. The Employees must pay special attention to the rules for communication and interaction with any third parties. Following such rules will make it possible to ensure the correct perception of the Company's activities and to avoid situations, where the positions expressed by the Employees could be interpreted as containing elements of the Company's anti-competitive behavior.

9.2. The Employees should not:

9.2.1. Make any ambiguous and careless statements, which may be regarded as being anti-competitive, in internal or external correspondence, documents, presentations, public statements, or

высказываний, которые могут быть расценены как имеющие антиконкурентный характер;	negotiations;
9.2.2. Допускать в рамках тех или иных мероприятий высказывания, которые могут быть расценены как призыв или выражение готовности к совершению антиконкурентных действий;	9.2.2. Make, during any events, any statements that may be regarded as calling, or expressing willingness, to take any anti-competitive actions;
9.2.3. Обмениваться конфиденциальной информацией о текущих/будущих ценовых или деловых стратегиях и другой закрытой конкурентной информацией с Конкурентом;	9.2.3. Exchange confidential information on current / future pricing or business strategies and other competitively sensitive information with a Competitor;
9.2.4. Спрашивать об объеме продаж, ценах, скидках, условиях деятельности, расходах и т. д. непосредственно у Конкурента;	9.2.4. Ask for sales, prices, discounts, terms of business, costs, etc. directly from a Competitor;
9.2.5. Использовать третьих лиц (например, заказчиков) в качестве канала для обмена конфиденциальной информацией с Конкурентами;	9.2.5. Use third parties (e.g., customers) as conduit to exchange confidential information with Competitors;
9.2.6. Принимать информацию или документы от Конкурента/о нем с грифом «конфиденциально» или «для внутреннего пользования»;	9.2.6. Accept information or documents from/about a Competitor that is marked as "confidential" or "internal";
9.2.7. Использовать конфиденциальную и (или) закрытую информацию о Конкуренте в целях конкурентной разведки.	9.2.7. Use confidential and/or competitively sensitive information about a Competitor for competitive intelligence purposes.
<u>9.3. Предварительно обратитесь к Compliance-офицеру до обмена конфиденциальной и (или) закрытой конкурентной информацией с заказчиками, которые также считаются Конкурентами.</u>	<u>9.3. First discuss with Compliance Officer before sharing confidential and/or competitively sensitive information with customers that are also deemed Competitors.</u>
9.4. Торговые, профессиональные ассоциации и другие отраслевые встречи могут быть полезны для изучения и решения общеотраслевых проблем. Однако с точки зрения Антимонопольного законодательства встреча Конкурентов может представлять собой риск. Следовательно, важно, чтобы на собраниях торговых ассоциаций прямо рассматривались вопросы и гарантии в отношении добросовестной конкуренции.	9.4. Trade associations, professional associations and other industry gatherings can be beneficial for learning and addressing industry-wide issues. However, from the Antitrust law perspective a gathering of Competitors can present a risk. Therefore, it is important that trade association meetings specifically address the topic and safeguards in relation to fair competition.

9.5. Предварительно обратитесь за консультацией к Комплаенс-офицеру: 9.5. First discuss with Compliance Officer:

- | | |
|--|---|
| 9.5.1. Если вы не уверены, уместно ли определенное поведение в рамках торговой ассоциации; | 9.5.1. If at any time you are not sure whether certain conduct is appropriate within the trade association; |
| 9.5.2. Если предварительная повестка дня содержит неясные пункты; | 9.5.2. If an agenda provided in advance contains unclear items; |
| 9.5.3. Если вы хотите представить более конкретную информацию о Компании, которая не является общедоступной; | 9.5.3. If you want to present more specific information about the Company, which is not publicly available and contradicts with the content of this Policy; |
| 9.5.4. Если вас просят предоставить данные для исследования рынка или сравнительного анализа и т. д. | 9.5.4. If you are asked to provide data for market surveys or benchmarking, etc. |

9.6. Не разрешается: 9.6. It is not allowed to:

- | | |
|--|---|
| 9.6.1. Обмениваться информацией о намерениях, связанных с будущим поведением в отношении цены или объемов; | 9.6.1. Exchange information on intentions concerning future conduct regarding price or quantity; |
| 9.6.2. Обсуждать любую иную закрытую конкурентную информацию или обмениваться ей; | 9.6.2. Discuss or exchange any other competitively sensitive information; |
| 9.6.3. Участвовать в неофициальных обсуждениях закрытой конкурентной информации до официального собрания, во время и после него; | 9.6.3. Participate in informal discussions about competitively sensitive information before, during and after the official meeting; |
| 9.6.4. Приносить внутренние документы с конфиденциальной и (или) закрытой конкурентной информацией на собрания ассоциации. | 9.6.4. Carry internal documents with confidential and/or competitively sensitive information to association meetings. |

9.7. При участии в тех или иных мероприятиях, организуемых ассоциациями, или в иных собраниях, Сотрудники должны придерживаться следующих правил: 9.7. When participating in any events organized by the associations or in any other meetings, the Employees must adhere to the following rules:

- | | |
|--|---|
| 9.7.1. Заблаговременно знакомиться с программой того или иного мероприятия перед участием в нем; | 9.7.1. Familiarize themselves with the program of any event in advance before participating in it; |
| 9.7.2. Обсуждать в рамках ассоциаций только ту информацию, которая не отнесена в рамках настоящей Политики к потенциально опасной; | 9.7.2. Discuss within the associations only the information that is not referred by this Policy to potentially hazardous; |

- 9.7.3. Требовать прекратить обсуждение, в рамках которого поднимаются вопросы, существо которых противоречит правилам настоящей Политики, и незамедлительно сообщать о случившемся Комплаенс-офицеру;
- 9.7.4. Немедленно покинуть мероприятие, в случае если в его рамках ведется обсуждение, противоречащее правилам настоящей Политики, зафиксировать момент и причину ухода в протоколе мероприятия;
- 9.7.5. При наличии возможности, по итогам проведения мероприятия ассоциации или иного собрания проверять протокол встречи и получать его копию.
- 9.7.3. Demand the discussion, where any issues, the substance of which contradicts the rules of this Policy, are raised, be stopped and immediately report it to the Compliance Officer;
- 9.7.4. Immediately leave the event, if there is a discussion within such event, which contradicts the rules of this Policy, and record the time and reason for leaving in the event minutes;
- 9.7.5. If possible, following the event of the association or any other meeting, check the meeting minutes and obtain a copy thereof.

10. ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ С АНТИМОНОПОЛЬНЫМ ОРГАНОМ.

10.1. Антимонопольные органы вправе проводить проверки в отношении компаний, которых они подозревают в нарушении Антимонопольного законодательства. Это также означает, что они вправе проводить выездные проверки (в том числе, без предварительного уведомления). Сотрудникам необходимо следовать указаниям органов власти в рамках такой проверки. Если уполномоченный орган принимает решение о проведении проверки конкретных действий Сотрудников на основании подозрений в нарушении законов и нормативно-правовых актов о конкуренции, немедленно сообщите об этом Комплаенс-офицеру.

10.2. В целях осуществления контроля за соблюдением Антимонопольного законодательства Антимонопольный орган вправе:

10.2.1. Направлять Компании письменные мотивированные запросы. При этом, если Сотрудник получил от Антимонопольного органа какое-либо устное требование, передача в Антимонопольный орган каких-либо сведений возможна только после консультации с Комплаенс-офицером;

10.2.2. Проводить плановые и внеплановые

10. ANTIMONOPOLY AUTHORITY RELATIONS.

10.1. The Antimonopoly authorities have the right to do investigations into companies if they suspect a violation. This also means they have the right to do on-sight investigations (dawn raids). Employees are requested to comply with the instructions given by authorities in light of such an investigation. In case a competent authority decides to investigate the specific behavior of Employees on the grounds of suspected violations of Antitrust laws and regulations, immediately inform the Compliance Officer.

10.2. In order to monitor compliance with the Antitrust Law, the Antimonopoly Authority may:

10.2.1. Send the Company written reasoned requests. However, if an Employee received any oral request from the Antimonopoly Authority, any information may be transferred to the Antimonopoly Authority only after consultation with the Compliance Officer;

10.2.2. Conduct scheduled and unscheduled

<p>проверки Компании в форме выездных и документарных проверок. При проведении проверки получать доступ в помещения Компании, к документам и информации, осуществлять их осмотр, но не изъятие;</p>	<p>investigations of the Company in the form of field and documentary investigations. During the investigation, obtain access to the Company's premises, documents and information, inspect them, but not seize any such information or documents;</p>
<p>10.2.3. В ходе проведения выездной проверки производить фото- и видеозапись, истребовать либо самостоятельно снимать копии с документов, а также делать копии электронных носителей информации;</p>	<p>10.2.3. During the field investigation, carry out photo and video recording, request, or independently make, copies of documents and make copies of electronic storage media;</p>
<p>10.2.4. Возбуждать и рассматривать дела в отношении Компании, выносить решения, предписания, предупреждения и предостережения, применять административные санкции.</p>	<p>10.2.4. Initiate and consider cases against the Company, render decisions, orders, notices and warnings, apply any administrative penalties.</p>
<p><u>10.3. Разрешается и требуется:</u></p>	<p><u>10.3. It is allowed and required to:</u></p>
<p>10.3.1. Незамедлительно сообщить Руководству и Комплаенс-офицеру о начале проверки;</p>	<p>10.3.1. Immediately inform Management and the Compliance Officer when an investigation has started;</p>
<p>10.3.2. Привлечь Комплаенс-офицера к взаимодействию с органами власти;</p>	<p>10.3.2. Involve the Compliance Officer in all contacts with authorities;</p>
<p>10.3.3. Вести соответствующие протоколы собраний с органами власти;</p>	<p>10.3.3. Keep good minutes of the meetings with authorities;</p>
<p>10.3.4. Сотрудничать, проявлять дружелюбие и не терять бдительности.</p>	<p>10.3.5. Cooperate, be friendly and stay alert.</p>
<p><u>10.4. Не разрешается:</u></p>	<p><u>10.4. It is not allowed to:</u></p>
<p>10.4.1. Уничтожать документы или удалять электронные файлы в ходе проверки;</p>	<p>10.4.1. Destroy documents or delete electronic files during the investigation;</p>
<p>10.4.2. Скрывать проверку или препятствовать ее проведению.</p>	<p>10.4.2. Try to frustrate or obstruct an investigation.</p>
<p><u>10.5. В случае выездной проверки вам следует предпринять следующие действия:</u></p>	<p><u>10.5. If there is an on-site investigation you should do the following:</u></p>
<p>10.5.1. Сохранять спокойствие;</p>	<p>10.5.1. Keep calm;</p>

- | | |
|--|---|
| 10.5.2. Попросить должностных лиц показать удостоверяющие документы; | 10.5.2. Ask to be shown the identity cards of the officials; |
| 10.5.3. Попросить должностных лиц представить приказ о проведении проверки; | 10.5.3. Ask the officials to produce their search mandate; |
| 10.5.4. Немедленно сообщить Комплаенс-офицеру; | 10.5.4. Immediately contact the Compliance Officer; |
| 10.5.5. Обеспечить постоянное сопровождение должностных лиц; | 10.5.5. Ensure the officials are accompanied at all times; |
| 10.5.6. Выполнить запросы должностных лиц, если они связаны с проверкой; | 10.5.6. Comply with the requests of the officials, as long as they are connected with the investigation; |
| 10.5.7. Обеспечить конфиденциальность факта проведения проверки; | 10.5.7. Keep the fact that there is an investigation confidential; |
| 10.5.8. Проявить дружелюбие к должностным лицам и быть вежливым с ними; | 10.5.8. Be friendly and polite to the officials; |
| 10.5.9. Создать список всех документов, которые интересовали должностных лиц, и всех заданных вопросов; | 10.5.9. Keep a complete list of all documents the officials are interested in and all questions asked; |
| 10.5.10. После консультации с Комплаенс-офицером ответить на любые запросы о предоставлении информации, разъяснений по документам или роли Сотрудников быстро, правдиво и в полном объеме. | 10.5.10. After checking with the Compliance Officer, answer any requests for information, explanations for documents or the role of Employees promptly, fully and truthfully. |

11. ИНФОРМИРОВАНИЕ И ОБУЧЕНИЕ СОТРУДНИКОВ.

11. INFORMING AND TRAINING OF EMPLOYEES.

- | | |
|--|---|
| 11.1. Информирование и обучение Сотрудников содействует повышению уровня корпоративной культуры, осведомленности в вопросах Антимонопольного законодательства и способствует этичному ведению бизнеса Компанией. | 11.1. Informing and training of the Employees contributes to enhancing corporate culture, awareness of the Antitrust Law and promotes ethical business conduct of the Company. |
| 11.2. Сотрудники отвечают за знание требований Антимонопольного законодательства и понимание серьезности последствий, к которым может привести их несоблюдение, а также за свою готовность идентифицировать и рассматривать в свете Антимонопольного законодательства ситуации, в которых могут возникнуть | 11.2. The Employees are responsible for being aware of the requirements of the Antitrust Law and understanding the severity of the consequences their non-compliance may entail as well as for being willing to detect and consider in view of the Antitrust Law any situations, where antitrust risks may occur. |

антимонопольные риски.

11.3. В качестве элемента антимонопольной комплаенс-системы, Компания гарантирует Сотрудникам проведение мероприятия, обучающего их основам Антимонопольного законодательства, современным тенденциям антимонопольного регулирования и требованиям к поведению Сотрудников Компании, предусмотренным Политикой, регулярно.

11.4. Сотрудники обязаны принимать участие во всех обучающих мероприятиях по Антимонопольному законодательству, проводимых Компанией, чтобы обеспечить осведомленность об Антимонопольной комплаенс-системе.

12. КОМПЛАЕНС-ОФИЦЕР.

12.1. Комплаенс-офицер исполняет функцию внутреннего контроля соблюдения Сотрудниками Политики.

12.2. Комплаенс-офицер подчиняется непосредственно Руководству.

12.3. К обязанностям Комплаенс-офицера относятся:

12.3.1. Организация проведения мероприятия, обучающего Сотрудников основам Антимонопольного законодательства, современным тенденциям антимонопольного регулирования и требованиям к поведению Сотрудников Компании, предусмотренных Политикой, и контроль за своевременностью проведения таких мероприятий;

12.3.2. Организация консультирования Сотрудников о возможных антимонопольных рисках Компании, связанных с действиями Сотрудников;

12.3.3. Рассмотрение сообщений о возможных нарушениях Антимонопольного законодательства;

11.3. As an element of the Antitrust Compliance System, the Company guarantees the Employees that an event to teach them the basics of the Antitrust Law, current trends in antitrust regulation, and requirements for the behavior of the Company's Employees provided for by the Policy will be held at a regular basis.

11.4. The Employees shall participate in all training events on the Antitrust Law held by the Company to ensure awareness of the Antitrust Compliance System.

12. COMPLIANCE OFFICER.

12.1. The Compliance Officer shall fulfil a function of internal control over compliance with the Policy by the Employees.

12.2. The Compliance Officer shall be directly subordinate to the Management.

12.3. The Compliance Officer's duties shall include:

12.3.1. Organizing an event to teach the Employees the basics of the Antitrust Law, current trends in antitrust regulation, and requirements for the behavior of the Company's Employees provided for by the Policy and controlling timeliness of such events;

12.3.2. Organizing consulting of the Employees on possible antitrust risks of the Company related to the Employees' actions;

12.3.3. Considering reports on possible violations of the Antitrust Law;

- | | |
|--|--|
| <p>12.3.4. Незамедлительное уведомление Руководства Компании о случаях возможного нарушения Антимонопольного законодательства или Политики, в связи с действиями Сотрудников Компании;</p> | <p>12.3.4. Timely notifying the Company Management of any possible violations of the Antitrust Law or the Policy due to the actions of the Company's Employees;</p> |
| <p>12.3.5. Оказание содействия уполномоченным представителям антимонопольного органа при проведении ими проверок деятельности Компании;</p> | <p>12.3.5. Assisting the authorized representatives of the Antimonopoly Authority during their investigations of the Company's activities;</p> |
| <p>12.3.6. Организация проведения оценки антимонопольных рисков Компании и выработка дополнительных предложений по их ликвидации и минимизации, если необходимо;</p> | <p>12.3.6. Organizing assessment of the Company's antitrust risks and preparation of the additional procedures and tools for elimination and mitigation of the identified risks, if any;</p> |
| <p>12.3.7. Проведение оценки эффективности работы Антимонопольной комплаенс-системы и подготовка соответствующих отчетных материалов для Руководства.</p> | <p>12.3.7. Assessing the efficiency of the Antitrust Compliance System and preparing the relevant reporting materials for the Management.</p> |

13. КОНСУЛЬТАЦИИ О ПРИМЕНЕНИИ ПОЛИТИКИ.

13. CONSULTATIONS ON THE POLICY APPLICATION.

13.1. Для надлежащей работы Компании важно, чтобы Сотрудники были ознакомлены с правилами и следовали им.

13.1. For a good functioning of the Company it is important that Employees are aware and follow the rules.

В случаях, предусмотренных Политикой, а также при возникновении любых вопросов, связанных с содержанием настоящей Политики, особенностями реализации правил настоящей Политики в конкретных ситуациях и/или бизнес-процессах, сомнениями в правильности совершения того или иного действия с точки зрения соблюдения Антимонопольного законодательства, Сотрудникам следует обращаться за консультацией к Комплаенс-офицеру.

In the cases provided for by the Policy or in case of any questions related to the contents of this Policy, the specific features of implementation of the rules of this Policy in particular situations and/or business processes, doubts about correctness of any action as regards compliance with the Antitrust Law, the Employees should consult the Compliance Officer.

13.2. Чтобы получить консультацию, любой Сотрудник, в предусмотренных Политикой случаях или в связи с каким-либо иным сомнением в соответствии тех или иных действий антимонопольному законодательству или Политике, может обратиться к Комплаенс-офицеру лично, посредством письменного обращения,

13.2. In order to consult, in the cases provided for by the Policy or due to any other doubt about compliance of any actions with the Antitrust Law or the Policy, any Employee may contact the Compliance Officer personally, by written request, via e-mail, by telephone or any other means available to him/her.

электронной почты, телефонного звонка или любым другим доступным способом.

13.3. Комплаенс-офицер представляет обратившемуся Сотруднику консультацию в срок, позволяющий минимизировать возможные антимонопольные риски, возникающие в связи с необходимостью Сотрудника в получении консультации.

13.3. The Compliance Officer shall consult an Employee within the period that makes it possible to mitigate any possible antitrust risks arising due to this Employee's need for consultation.

14. РАБОТА С СООБЩЕНИЯМИ.

14. REPORTS HANDLING.

14.1. Компания ожидает, что Сотрудники будут не только сообщать необходимую информацию и проходить соответствующее обучение, но и активно изучать вопросы нормативно-правового соответствия и обращаться за разъяснениями в случаях, когда они не уверены в правильности своих действий.

14.1. Besides the communication and training activities the Company also expect Employees to be proactive towards compliance topics and search for clarity whenever they are unsure of the appropriate way of action.

14.2. В случае несоблюдения правил Сотрудники должны сообщить об этом и (или) исправить ситуацию. Все Сотрудники группы Barry Callebaut Group обязаны немедленно сообщать о любых подозрениях о серьезном нарушении нормативно-правового соответствия. О недобросовестном поведении можно сообщить одним из трех способов, описанных ниже.

14.2. Whenever rules are not followed, Employees should act to report and/or remediate this. All Barry Callebaut Group Employees have a duty to immediately report any suspicion of a serious compliance violation. Misconduct can be reported in one of the ways described below.

14.3. Сотруднику или стороннему лицу, полагающему, что Компанией или Сотрудником/Сотрудниками допущено, или может быть допущено, нарушение Антимонопольного законодательства следует обратиться к Комплаенс-офицеру. В целях обеспечения возможности в любое время сообщить о возможном нарушении Антимонопольного законодательства, Компанией создан специальный адрес электронной почты для приема таких сообщений (compliance@barry-callebaut.com).

14.3. An Employee or any third party who believes that the Company or Employee/Employees violated or may violate the Antitrust Law should contact the Compliance Officer.

In order to provide an opportunity to report any possible violation of the Antitrust Law at any time, the Company created a special e-mail address for such reports (compliance@barry-callebaut.com).

14.4. Компания гарантирует Сотрудникам, обратившимся к Комплаенс-офицеру безопасность и отсутствие негативных последствий, связанных непосредственно с сообщением.

14.4. The Company guarantees safety and no retaliation due to the report for the Employees who contacted the Compliance Officer.

14.5. В случае поступления сообщения о возможном нарушении Антимонопольного законодательства Комплаенс-офицер вправе провести сбор дополнительной информации и документов по обстоятельствам, указанным в

14.5. In case of any report of a possible violation of the Antitrust Law, the Compliance Officer may collect any additional information and documents on the facts stated in the report.

сообщении.

Сотрудники Компании обязаны оказывать максимальное содействие Комплаенс-офицеру, рассматривающему сообщение о возможном нарушении.

14.6. В случае если в результате рассмотрения сообщения Комплаенс-офицер полагает, что имеются признаки нарушения требований Антимонопольного законодательства или правил, предусмотренных Политикой, он незамедлительно иницирует проведение внутреннего расследования в соответствии с политиками Barry Callebaut Group.

14.7. По результатам внутреннего расследования, в ходе которого установлен факт нарушения Сотрудником Компании Антимонопольного законодательства, следующие решения могут быть приняты в порядке, предусмотренном политиками Barry Callebaut Group:

14.7.1. О необходимости применения дисциплинарного взыскания к Сотруднику, в действиях которого установлено нарушение Антимонопольного законодательства или правил, предусмотренных Политикой;

14.7.2. О мерах, направленных на устранение негативных последствий выявленных нарушений, причин и условий им способствующих, на принятие иных мер предупредительного характера, в том числе совершенствования внутренних контрольных мероприятий по управлению антимонопольными рисками;

14.7.3. О наличии оснований для информирования Антимонопольного органа о выявленном нарушении Антимонопольного законодательства.

15. ОТВЕТСТВЕННОСТЬ СОТРУДНИКОВ.

Сотрудники несут дисциплинарную ответственность за соблюдение требований Антимонопольного законодательства и правил, предусмотренных настоящей политикой, в порядке, предусмотренном политиками Barry Callebaut Group, и в соответствии с трудовым законодательством

The Company's Employees shall render all possible assistance to the Compliance Officer considering the report of a possible violation.

14.6. If, as a result of consideration of the report, the Compliance Officer believes that there are signs of violation of the Antitrust Law's requirements or the rules provided for by the Policy, he/she shall immediately initiate an internal investigation in accordance with the policies of Barry Callebaut Group.

14.7. Based on the results of the internal investigation, during which the actual violation of the Antitrust Law by the Company's Employee was established, the following decisions may be taken according to the procedure provided for by the policies of Barry Callebaut Group:

14.7.1. On the necessity to impose a disciplinary penalty on the Employee, in whose actions the violation of the Antitrust Law or the rules provided for by the Policy is established;

14.7.2. On the measures aimed at remedying the negative consequences of the detected violations, causes and conditions facilitating such violations, at taking any other preventive measures, including for improvement of the internal control measures for antitrust risk management;

14.7.3. That there are grounds for informing the Antimonopoly Authority of the detected violation of the Antitrust Law.

15. EMPLOYEES' LIABILITY.

The Employees shall be disciplinary liable for compliance with the requirements of the Antitrust Law and the rules provided for by this Policy according to the procedure provided for by the policies of Barry Callebaut Group and in accordance with the labor law of the Russian Federation.

Российской Федерации.

16. ТРЕБОВАНИЯ К ПОРЯДКУ ОЦЕНКИ АНТИМОНОПОЛЬНЫХ РИСКОВ.

16.1. Не реже, чем один раз в год, Компания проводит мероприятия по выявлению и последующей актуализации антимонопольных рисков ее деятельности, уделяя особое внимание рискам, характерным для рынка, на котором она ведет бизнес, а также потенциально уязвимым бизнес-процессам.

16.2. При оценке рисков Компания учитывает:

16.2.1. Результаты анализа нарушений Антимонопольного законодательства, допущенных компаниями, действующими на рынке деятельности Barry Callebaut Group;

16.2.2. Общие тенденции правоприменительной практики Антимонопольного органа;

16.2.3. Вступившие в силу нормативно-правовые акты, оказывающие регулятивное воздействие на деятельность Компании;

16.2.4. Проекты нормативно-правовых актов, способных оказать регулятивное воздействие на деятельность Компании;

16.2.5. Результаты и обстоятельства применения Компанией Антимонопольного законодательства, а также взаимодействия с Антимонопольным органом;

16.2.6. Результаты мониторинга эффективности Антимонопольной комплаенс-системы.

16.3. При выявлении антимонопольных рисков Компания разрабатывает и внедряет процедуры и механизмы по их ликвидации и минимизации.

17. МОНИТОРИНГ ЭФФЕКТИВНОСТИ

16. REQUIREMENTS TO THE ANTITRUST RISKS ASSESSMENT.

16.1. At least once a year, the Company shall take measures to identify and subsequently update antitrust risks of its activities, paying special attention to the risks intrinsic to the market in which it operates and to potentially vulnerable business processes.

16.2. When assessing risks, the Company shall take into account:

16.2.1. Analysis results of the violations of the Antitrust Law committed by the companies operating in the current market of Barry Callebaut Group;

16.2.2. General trends in the law enforcement practice of the Antimonopoly Authority;

16.2.3. Effective regulations having a regulatory impact on the Company's activities;

16.2.4. Draft regulations capable of having a regulatory impact on the Company's activities;

16.2.5. Results and circumstances of application by the Company of the Antitrust Law and of the Antimonopoly Authority relations;

16.2.6. Results of the Antitrust Compliance System efficiency monitoring.

16.3. When identifying antitrust risks, the Company shall prepare and implement procedures and tools for their elimination and mitigation.

17. ANTITRUST COMPLIANCE SYSTEM

АНТИМОНОПОЛЬНОЙ КОМПЛАЕНС-СИСТЕМЫ.

EFFICIENCY MONITORING.

- 17.1. В целях обеспечения эффективности Антимонопольной комплаенс-системы, достижения заявленных Политикой целей, а также надлежащей оценки результатов проводимых мероприятий по выявлению и предупреждению антимонопольных рисков, Комплаенс-офицер ежегодно самостоятельно или с привлечением консультантов готовит и представляет Руководству отчет о реализации Антимонопольной комплаенс-системы как минимум ежегодно.
- 17.1. In order to ensure the efficiency of the Antitrust Compliance System, achievement of the objectives stated by the Policy, and proper assessment of results of the measures taken to identify and prevent antitrust risks, the Compliance Officer shall, independently or involving any consultants, prepare and submit to the Management a report on current status of the Antitrust Compliance System activities at least on an annual basis.
- 17.2. В ходе оценки эффективности Антимонопольной комплаенс-системы Комплаенс-офицер, помимо прочего, учитывает:
- 17.2. During assessment of the efficiency of the Antitrust compliance system, the Compliance Officer shall, among other things, take into account:
- 17.2.1. Своевременность проведения обучающих мероприятий, предусмотренных Политикой; Сотрудников
- 17.2.1. Timeliness of the training events for the Employees as provided for by the Policy;
- 17.2.2. Количество предоставленных Сотрудникам консультаций по антимонопольному законодательству и правилам, предусмотренным Политикой;
- 17.2.2. Number of the consultations provided to the Employees on the Antitrust Law and the rules provided for by the Policy.
- 17.2.3. Количество и существо поступивших сообщений о возможном нарушении Сотрудниками Антимонопольного законодательства и правил, предусмотренных Политикой;
- 17.2.3. Number and the essence of the reports of possible violations by the Employees of the Antitrust Law and the rules provided for by the Policy;
- 17.2.4. Количество и существо проведенных расследований в отношении Сотрудников;
- 17.2.4. Number and the essence of the investigations conducted with regard to the Employees;
- 17.2.5. Количество Сотрудников, привлеченных к дисциплинарной ответственности за нарушение правил, предусмотренных политикой и требований Антимонопольного законодательства;
- 17.2.5. Number of the Employees brought to disciplinary liability for violation of the rules provided for by the Policy and the requirements of the Antitrust Law;
- 17.2.6. Информацию о рассмотренных Антимонопольным органом материалах о нарушении Компанией Антимонопольного законодательства;
- 17.2.6. Information on materials considered by the Antimonopoly Authority with regard to violation of the Antitrust Law by the Company;
- 17.2.7. Информацию о материалах, рассмотренных антимонопольным
- 17.2.8. Information on materials considered by the Antimonopoly Authority with regard

органом в связи с нарушением Антимонопольного законодательства компаниями, действующими на рынке деятельности Компании, и др.

to the violations of the Antitrust Law committed by the companies operating in the market of the Company, etc.

17.3. По результатам оценки эффективности антимонопольной комплаенс-системы Компания может принять, в том числе, следующие решения:

17.3. Based on the results of assessment of the efficiency of the Antitrust Compliance System, the Company may take, among other things, the following decisions:

17.3.1. Признании Антимонопольной комплаенс-системы эффективной;

17.3.1. On recognition of the Antitrust Compliance System as efficient;

17.3.2. Необходимости улучшения Антимонопольной комплаенс-системы и о внесении изменений в Политику, и иные локальные правовые акты Компании и политики Barry Callebaut Group.

17.3.2. On the necessity to improve the Antitrust Compliance System and on amendments to the Policy, any other local regulations of the Company, and the policies of Barry Callebaut Group.

18. ЗАКЛЮЧИТЕЛЬНЫЕ ПОЛОЖЕНИЯ.

18. FINAL PROVISIONS.

18.1. Политика вступает в силу с момента ее утверждения.

18.1. The Policy shall become effective upon its approval.

18.2. Порядок ознакомления Сотрудников с Политикой будет приведен в приказе об утверждении Политики.

18.2. The procedure for familiarizing employees with the Policy will be provided in the order approving the Policy.

18.3. В случае необходимости в Политику могут быть внесены изменения. Компания обязана ознакомить всех Сотрудников с внесенными в Политику изменениями.

18.3. If necessary, the Policy may be amended. The company is obliged to inform all Employees with the changes made to the Policy.