



## سياسة المنافسة

## فهرس المحتوى

0.	مراجعة النسخ السابقة .....	3
1.	المقدمة .....	4
2.	نطاق التطبيق .....	4
3.	الهدف .....	4
4.	الإطار القانوني .....	4
4.1	اللائحة .....	4
4.2	العواقب .....	5
5.	القواعد السلوكية في الاتصالات أو العلاقات مع المنافسين .....	6
5.1.	اتفاقات منافية لحق المنافسة .....	6
5.1.1.	الممارسات المحظورة .....	6
5.1.2.	قواعد سلوكية .....	7
5.2.	تبادل المعلومات .....	7
5.2.1.	الممارسات المحظورة .....	7
5.2.2.	قواعد سلوكية .....	7
5.3.	الشراكات القطاعية .....	8
5.3.1.	الممارسات المحظورة .....	8
5.3.2.	قواعد سلوكية .....	8
5.4.	التعاون المؤسسي مع المنافسين .....	8
5.4.1.	التبرير .....	8
5.4.2.	قواعد سلوكية .....	9
6.	المسارات الإجرائية في مجموعة FCC .....	9



## 0. مراجعة النسخ السابقة

التعديلات	التاريخ	الرؤية
النسخة المبدئية. التي وافق عليها مجلس الإدارة.	23 فبراير لعام 2022	01



## 1. المقدمة

تعكس مدونة الأخلاق المهنية والسلوك الخاص بمجموعة FCC التزامها بقواعد المنافسة الحرة ومبادئها في جميع القطاعات التي تعمل من خلالها. ويمثل هذا الالتزام أولوية تتوافق مع أهدافنا الاستراتيجية، مما يتطلب أن يكون لدى مجموعة FCC سياسة مؤسسية بشأن الامتثال للوائح الدفاع عن حق المنافسة. قد صُمم هذا الملف ("**سياسة المنافسة**" أو "**السياسة**") كأداة فعالة لضمان التزام أنشطة مجموعة FCC بقانون الدفاع عن حق المنافسة.

## 2. نطاق التطبيق

يجب تطبيق هذه السياسة من قبل جميع الشركات التي تشكل جزءًا من مجموعة FCC، وكذلك من قبل الفريق الإداري والعاملين بها. وعلى وجه الخصوص، يجب أن تكون لدى الإدارات التجارية وقسم تطوير الأنشطة التجارية والتخطيط والمراقبة والعروض والمشتريات حساسية خاصة تجاه هذه القواعد في ممارسة نشاطها ما يضمن الامتثال لها بشكل كامل، ولا سيما من جانب أولئك الذين لديهم اتصال بالمنافسين أو العملاء أو الموردين.

## 3. الهدف

تسعى سياسة المنافسة لتحقيق الأهداف التالية:

- الكشف عن المبادئ الأساسية لقانون المنافسة التي يجب أن يعرفها الفريق الإداري وجميع العاملين في FCC؛ و
  - تزويد شركات مجموعة FCC وفريق الإدارة بها وعاملينا بإرشادات للعمل لتجنب انتهاك حق المنافسة. تعد هذه السياسة جزءًا من نموذج الالتزام الخاص بمجموعة FCC ويجب مراعاتها إلى جانب بقية السياسات والإجراءات المطبقة في الشركات التابعة للمجموعة.
- تعتبر مدونة الأخلاقيات والسلوك لمجموعة FCC هي المعيار الذي يحدد المبادئ التوجيهية والإلزامية للسلوك في الأمور الأخلاقية والاجتماعية والبيئية، تنص سياسة المنافسة على التزام المجموعة صراحةً باحترام المنافسة الحرة وممارسات السوق الجيدة الوارد في مدونة قواعد السلوك والأخلاقيات الخاصة بها.

## 4. الإطار القانوني

### 4.1 اللائحة

تهدف لائحة الدفاع عن حق المنافسة إلى ضمان سير العمل في الأسواق بشكل سليم، وأن يحدد جميع المشتغلين بالاقتصاد استراتيجيتهم ونشاطهم في السوق بشكل مستقل ومنفرد. تعتبر جميع القواعد المطبقة في مجال قانون المنافسة في معظم البلدان التي تعمل فيها مجموعة FCC متشابهة، لكونها مستوحاة من نفس المبادئ. على وجه الخصوص، تُحظر السلوكيات التالية:



- جميع الاتفاقات المبرمة بين الشركات التي تهدف إلى تقييد المنافسة أو تؤدي إلى هذا الغرض، والتي قد تحول دون حق المنافسة.
- إساءة استخدام مركز القوة في السوق.

## 4.2 العواقب

يمكن أن ينتج عن عدم الامتثال للوائح المنافسة عواقب وخيمة، سواء بالنسبة لشركات المجموعة أو على العاملين بها.

### **العواقب التي ستقع على شركات المجموعة:**

- **الغرامات الكبيرة:** ويمكن أن تصل العقوبة بحق انتهاك قانون المنافسة بغرامة تصل إلى 10 في المائة من إجمالي مبيعات المجموعة.
- **حظر التعاقد مع الإدارة العامة:** قد يؤدي الإعلان عن الانتهاك الشديد لقانون المنافسة إلى حظر التعاقد مع الإدارة العامة لعدة سنوات.
- **مطالبات بتعويض الأضرار والخسائر:** قد يضر انتهاك المنافسة بالعملاء أو المنافسين أو الموردين أو الإدارات العامة. ويمكن للمتضررين من الممارسات المقيدة للمنافسة أن يطالبوا بالتعويض عن الأضرار الناجمة عن ذلك. وقد يفوق مبلغ المطالبات بالتعويض نتيجة للأضرار الناشئة قيمة الغرامة التي قد تفرضها السلطات الضامنة لحق المنافسة.
- **بطلان الاتفاقات:** تعتبر الاتفاقات المخالفة لقانون المنافسة لاغية وباطلة، وبالتالي لا يمكن إنفاذها.
- **الإضرار بالسمعة:** تصدر قرارات السلطات المنوطة بضمان المنافسة بصفة علنية ولها تأثير إعلامي كبير. إن عقوبة انتهاك المنافسة أو حتى مجرد فتح ملف عقوبات يضر بصورة الشركة والمجموعة. ويمكن أن يؤثر الإضرار بالسمعة أيضاً على التعاقد على الأعمال أو الخدمات، أو يؤدي إلى فقدان المستثمرين أو الإنهاء المبكر للعقود.

## العواقب التي ستلحق بالعاملين بالمجموعة:

- **الغرامات الفردية:** ويمكن أن تصدر عقوبات، بشكل فردي أو من قبل السلطات المعنية بضمان المنافسة، بحق فريق الإدارة أو الأشخاص الذين يتخذون قرارات أو يتصرفون بالنيابة عن الشركة بما يُعد انتهاكًا لقانون المنافسة.
- **الإضرار بالسمعة الشخصية:** وكذلك يتم الإعلان عن العقوبات الفردية التي تقررها السلطات المنوطة بضمان المنافسة ويمتد الأمر إلى الصحافة. يمكن أن يضر مجرد الاشتراك في انتهاك حق المنافسة بسمعة الشخص المعني، وقد يؤثر عليه مهنيًا وحتى في علاقاته الشخصية.
- **المسئولية المهنية:** سيؤدي الاشتراك في ممارسات مخالفة لقانون المنافسة من قبل أحد العاملين في مجموعة FCC إلى اتخاذ إجراءات تأديبية قد تصل إلى الإقالة.
- **المسئولية الجنائية:** وتُقر بعض البلدان عواقب جنائية بالنسبة للأشخاص الذين يشاركون في انتهاك لحق لمنافسة.

## 5. القواعد السلوكية في الاتصالات أو العلاقات مع المنافسين

وكذلك يعتبر انتهاكًا خطيرًا لقانون المنافسة أي اتفاق أو مذكرة تفاهم أو تعاون مع منافس يكون الهدف منه أو أثره الفعلي أو المحتمل تقييد المنافسة (مثل الاتفاق على السعر أو تقاسم السوق). مفهوم كلمة "اتفاق" واسع جدًا. ولا يلزم أن يكون هناك اتفاق مكتوب، بل يكفي وجود "تفاهم" بين المتنافسين (حتى لو كان ضمنيًا).

### 5.1. اتفاقات منافسة لحق المنافسة

#### 5.1.1 الممارسات المحظورة

وتحظر الاتفاقات التالية مع المنافسين حظرًا تامًا، حتى وإن لم تنفذ في نهاية المطاف، لكونها تشكل انتهاكًا خطيرًا لقانون المنافسة.

- **تنسيق السياسة التجارية أو الاستراتيجية في السوق** مع المنافسين، باستثناء المبرمة في إطار اتفاقات التعاون المبررة من منظور مبدأ المنافسة.
- **تقاسم العطاءات أو التلاعب فيها** على سبيل المثال، من خلال التنسيق في أمر العروض مع المنافسين، ومواءمة شروط العطاء، والاتفاق على عدم تقديم عروض أو عطاءات عالية أو منخفضة بشكل غير حقيقي، وتحديد تعويضات للشركات التي لم يتم منحها، وما إلى ذلك.
- **تبادل بيانات تجارية حساسة** مع المنافسين، بما في ذلك مجرد تلقي المعلومات أو تسليمها (مثل المعلومات المتعلقة بالأسعار أو التكاليف أو الشروط التجارية أو شروط الخدمة أو توريد الموردين أو المنافسة في المناقصات).
- **تقاسم العملاء أو المساحة السوقية** مع المنافسين.
- **اتفاقات تتعلق بحجم المبيعات أو الحصص السوقية.**
- **اتفاقات تتعلق بتقليل الإنتاج.**

## 5.1.2. قواعد سلوكية

- إذا كان هناك اتصال مع منافس يشكل انتهاكاً للمنافسة، فيجب إنهاؤه كتابياً (على سبيل المثال عن طريق البريد الإلكتروني) لكونه غير مناسب والإشارة إلى عدم حدوثه مرة أخرى.
- إيلاء اهتمام خاص بالمفردات المستخدمة في التواصل الشفهي أو المكتوب مع المنافسين. وينبغي، على وجه الخصوص، تجنب التعبيرات التي قد يُساء تفسيرها أو يُوحي إلى جهة ضمان المنافسة فهمها على أنها سلوكاً مقيداً للمنافسة.

## 5.2. تبادل المعلومات

### 5.2.1. الممارسات المحظورة

- ويحظر قانون ضمان المنافسة تبادل المعلومات الحساسة تجارياً بين المنافسين لأنها تقلل من مصداقيتهم بشأن سلوكهم الحالي أو المستقبلي في السوق.
- يحظر تبادل المعلومات بغض النظر عما إذا كان يحدث بشكل مباشر بين المنافسين أو بشكل غير مباشر (من خلال طرف ثالث). عندما تكون الوسيلة المستخدمة غير معهودة (حتى لو كانت في إطار محادثة أو بريد إلكتروني أو تطبيق مراسلة فورية).
- يحظر أيضاً مطالبة العملاء أو الموردين بتقديم معلومات حول شروط التداول المحددة التي يقدمها منافسون آخرون.

### • ما هي المعلومات التجارية المصنفة على أنها حساسة؟

- وتتوقف سرية المعلومات من المنظور التنافسي على الخصائص المحددة للسوق، والطبيعة الاستراتيجية للبيانات، وفترة التبادل، فضلاً عن نطاق المعلومات المتبادلة وزمنها.
- ويُعد كل تبادل للمعلومات بين المنافسين قد يقلل من مصداقيتهم بشأن السلوك التجاري أو الاستراتيجي للشركات في السوق انتهاكاً لمبدأ المنافسة.

خطر كبير	خطر صغير
معلومات تخص السلوك الحالي أو المستقبلي	معلومات تاريخية
معلومات تخص الاستراتيجية التجارية	معلومات عامة
معلومات فردية	معلومات إضافية
في سوق مركزية	في سوق ثانوي

## 5.2.2. قواعد سلوكية

- إذا تم استقبال بيانات حساسة تجارياً من أحد المنافسين بشكل انتهاكاً للمنافسة، فيجب الإبلاغ عنها كتابياً (على سبيل المثال عن طريق البريد الإلكتروني) بأنها غير مناسبة لكونها تعد انتهاكاً لمبدأ المنافسة.
- إذا تلقينا معلومات حساسة تجارياً عن منافس (مثل الأسعار)، حتى لو حدث ذلك من خلال طرق مشروعة (مثل التفاوض مع عميل)، فيجب الإشارة إلى المصدر والتاريخ في المستند الداخلي حتى تتمكن من إثبات، إذا لزم الأمر، أنه لم يتم استلامه من منافس.

### 5.3. الشراكات القطاعية

#### 5.3.1. الممارسات المحظورة

من الطبيعي أن يحدث تواصل مع المنافسين في مجال الشراكات القطاعية. ولذلك ينبغي توخي أقصى درجات الحذر لمنع حدوث انتهاك لمبدأ المنافسة. على وجه الخصوص، تُحظر السلوكيات التالية تمامًا:

- التنسيق مع المنافسين بشأن السياسة التجارية أو الاستراتيجية في السوق.
- تبادل المعلومات التجارية المصنفة على أنها حساسة.
- المواقف الجماعية ضد الشركات التي ليست جزءًا من التحالف.

#### 5.3.2. قواعد سلوكية

- يجوز للسلطات المعنية بضمان المنافسة أن تعتبر مجرد الحضور أو التواجد في اجتماع تحدث فيه ممارسة مخالفة مشاركة في تقييد المنافسة.
- وينبغي، إن أمكن، طلب جدول الأعمال بيوم سابق على الاجتماع والتحقق من عدم وجود أي تبادل للمعلومات الحساسة تجاريًا أو التوصل إلى أي نوع من الاتفاق يمكن اعتباره مقيّدًا للمنافسة (انظر القسم 1-5).
- ومن المناسب أيضًا طلب تدوين محضر للاجتماعات التي يحضرها المتنافسون والحصول على نسخة منه.

### 5.4. التعاون المؤسسي مع المنافسين

#### 5.4.1. التبرير

قد تنطوي مذكرات التعاون بين المنافسين (التحالفات، والاتحادات، أو التحالف المؤقت للشركات أو الشركات المتحدة إلخ)، على خطر انتهاك قانون المنافسة، ولذلك ينبغي توخي الحذر الشديد عند الدخول فيها.

وتعتبر اتفاقات التعاون بين المتنافسين، مثل اتحاد الشركات، جائزة عندما تكون هناك حاجة ضرورية للدخول في شراكة من أجل تنفيذ مشروع أو المشاركة في مناقصة، بسبب الافتقار إلى القدرة التقنية أو المهنية أو الاقتصادية أو التنظيمية أو التشغيلية الكافية. وقد يكون لها ما يبررها أيضًا عندما يكون من غير المنطقي أو من غير المربح أن تتقدم بمفردها لأنها لن تحصل على نفس المزايا الاقتصادية أو التشغيلية أو المخاطر المالية.

#### **المواقف التي يكون فيها تشكيل اتحاد الشركات مقيّدًا لمبدأ المنافسة:**

- إذا كان الغرض من اتحاد الشركات هو تفادي التنافس بين الشركات المتحدة.
- إذا تم تشكيل اتحاد الشركات للتلاعب بعبء (على سبيل المثال، تحديد العرض الفائز لتجنب حدوث عمليات الانسحاب المفاجئة، وما إلى ذلك).

#### **المواقف التي يجب توخي الحذر فيها عند تكوين اتحاد الشركات:**

- عندما تكون أي من الشركات التي تنتمي إلى هذا الاتحاد قد تقدمت منفردة في الماضي إلى مناقصات مماثلة وقد منحت لها. وفي هذه الحالة يجب إيضاح هذا الأمر في المستندات التحضيرية



لتشكيل اتحاد الشركات (مثل، التقارير "مذكرات التفاهم"، إلخ.) بشأن الظروف الخاصة بالشركة أو السوق التي تبرر الحاجة إلى تقديم عطاءات بالاشتراك مع شركات أخرى.

- عندما تكون إحدى الشركات المنتمية لهذا الاتحاد لديها القدرة الفنية والمهنية والاقتصادية المطلوبة و/ أو يتوافر لديها الموارد المادية والقوة البشرية اللازمين للتنافس بمفردها.
- عندما تتقدم الشركة إلى المناقصة بشكل فردي وتتعاقد من الباطن على التنفيذ مع المنافسين الذين كان بإمكانهم التقديم منفردين إلى المناقصة.

#### 5.4.2. قواعد سلوكية

- وينبغي تقديم المستندات التي تبرر هذا التعاون لاتخاذ قرار، إذا لزم الأمر، أنه لا ينطوي على أهداف منافية لمبدأ المنافسة. ولذلك يلزم إعداد **بيان أو تقرير** يبين فيه سبب التعاون **(أ) لعدم القدرة الفنية أو لنقص الموارد** (استحالة المنافسة بشكل منفرد) أو **(ب) للفاعلية الاقتصادية والتشغيلية التي** تنتج عن هذا الاتحاد (مثل المخاطر المالية، وتأمين هامش الربح أو حد أقصى للخسارة، والقدرة التشغيلية أو الاعتماد على معرفة أو خبرة شريك محلي، إلخ).
- يجب توخي أقصى درجات الحذر في العلاقات السابقة مع المنافسين قبل إنشاء اتحاد الشركات، وكذلك تجنب أي تبادل للمعلومات خارج الاتحاد.
- تجنب إبرام اتفاقيات عامة خاصة بالاتحاد أو تلك التي تنطوي على أكثر من مشروع، ويجب أن تشير كل اتفاقية لتشكيل اتحاد للشركات إلى مجموعة أعمال أو مشروعات محددة.
- يجب أن تقتصر مشاركة الشركات في الاتحاد على المشروع أو الأعمال التي تشكلت من أجلها، إلا في حالات استثنائية لها ما يبررها.

### 6. المسارات الإجرائية في مجموعة FCC

**يجب على الفريق الإداري وجميع العاملين في مجموعة FCC** التعرف على المبادئ الأساسية لقانون المنافسة والالتزام به. وتحقيقاً لهذه الغاية، ستتيح المجموعة إمكانية الدخول على المواد التدريبية والمساعدة المتخصصة للتأكيد على ثقافة الامتثال للوائح المنافسة.

**وفي هذا السياق، تلتزم مجموعة FCC** بإتاحة الأدوات المناسبة للعاملين بها للقيام بعملهم وتجنب انتهاك قانون حق المنافسة. بالإضافة إلى ذلك، يُسمح لكل مجال عمل أو شركة تابعة للمجموعة اتخاذ إجراءات إضافية محددة وفقاً لدرجة تعرضها لانتهاك محتمل.

ستتبنى مجموعة FCC بوجه عام المسارات الإجرائية التالية:

- التأهيل: تعد خبرة مجموعة FCC وحساسيتها في الشئون الخاصة بضمان المنافسة أمراً بالغ الأهمية للحد من التعرض لخطر الانتهاك. تحقيقاً لهذه الغاية، سيتم وضع برنامج تدريبي دوري يشمل مواد تعليمية وإرشادات سلوكية.
- طلب المساعدة: **سيقوم المسئولون عن تطبيق اللوائح والخبراء القانونيين بكل مجال من مجالات العمل أو الشركة التابعة لمجموعة FCC** بالرد على أي شكوك أو استفسارات تنشأ حول الامتثال لهذه السياسة وكذلك لوائح المنافسة.
- **القناة المعنية بالأخلاق المهنية:** ويجب الإبلاغ عن الممارسات المقيدة لمبدأ المنافسة في مجموعة FCC من خلال القناة الأخلاقية، وذلك لضمان حجب هوية المبلغ.



- الكشف عن الحالات: ستخضع الأعمال التابعة لمجموعة FCC لعمليات فحص لنشاطها المؤسسي بهدف التحقق من وجود الانتهاكات المحتملة.  
سيتم تقييم مدى فاعلية هذه التعليمات بشكل دوري لتقرير إضافة إجراءات تكميلية إذا لزم الأمر.  
علاوة على ذلك، يُسمح بإضافة **إجراءات محددة** لإدارة بعض الحالات التي قد تنطوي على زيادة خطر التعرض لانتهاكات المنافسة، ولا سيما فيما يتعلق:
- الشركات القطاعية: إنشاء سجل يحدد هوية الاتحادات القطاعية أو المنتديات المهنية التي تشارك فيها، ومراجعة عضويتها.
- التعاون المؤسسي: يجب أن يحتوي كل مشروع يستلزم تعاون مؤسسي بين المنافسين (التحالفات، والاتحادات، أو التحالف المؤقت للشركات أو "اتحاد الشركات") على بيان مسبق يوضح السبب من هذا التعاون. وعلى وجه الخصوص، يجب تقديم بيان أو تقرير يتضمن تقييماً تقنياً واقتصادياً للحصول على تصريح داخلي.
- **اتفاقات التوزيع التجاري**: ستولي مجالات العمل أو الشركات التابعة لمجموعة FCC التي تبرم اتفاقيات التقاسم التجاري اهتماماً خاصاً لتجنب انتهاكات محددة مثل تحديد أسعار إعادة البيع أو تخصيص مناطق البيع النهائية أو اتفاقيات التوزيع الحصرية التي قد تقيد المنافسة (عندما تتجاوز الحصة السوقية 30% أو أن تتخطى مدة الاتفاقية 5 سنوات).
- **موقع القوة**: وبهدف منع إساءة استخدام مركز القوة، يجب على الشركات المهيمنة أن تتعامل في السوق بشكل يجعلها تتجنب الممارسات أحادية الجانب التي يمكن تصنيفها على أنها مسيئة. وتحقيقاً لهذه الغاية، ستقوم مجموعة FCC بالتحقق بشكل دوري من موقعها أو قوتها السوقية في الأسواق التي تعمل فيها، وذلك لتجنب الممارسات المخالفة الذي قد تؤدي إلى استبعاد المنافسين (مثل "الافتراس الاقتصادي" محاولة إضعاف المنافس، وبرامج الخصم الموجهة للعملاء، وربط المنتجات بالشراكة أو الاقتراض"، وما إلى ذلك) أو استغلال العملاء (مثل المبالغة في الأسعار، والتمييز أو رفض التوريد).

23 فبراير 2022