

FAQ ПО АНТИМОНОПОЛЬНОМУ КОМПЛАЕНСУ

Q: Что такое антимонопольный комплаенс?

A: Антимонопольный комплаенс (от англ. compliance - соответствие) - внутренняя система и деятельность Компании по устранению рисков антимонопольных нарушений.

Q: Какова конечная цель антимонопольного комплаенса?

A: Антимонопольный комплаенс внедряется для минимизации негативных последствий (денежные штрафы, издержки, компенсации, дисквалификация менеджмента, потеря репутации и др.), которые возникают если компании нарушают антимонопольное законодательство.

Q: Какие элементы антимонопольного комплаенса самые важные?

A: Важнейшими элементами антимонопольного комплаенса являются: внутренние политики и регламенты, система оценки рисков, программа мероприятий по снижению рисков, инструктаж и обучение, контроль, а также организационная структура для реализации вышеуказанного.

Q: Чем урегулирован антимонопольный комплаенс?

A: В законодательстве содержится лишь общее упоминание о комплаенсе. Организации самостоятельно выстраивают системы комплаенса исходя из задач и корпоративной структуры. В ГК ДИКСИ руководящие документы (это Антимонопольная политика и др. политики) утверждены Советом директоров и опубликованы на сайте.

Q: Чем антимонопольный комплаенс отличается от обычного комплаенса?

A: В ГК ДИКСИ в компетенции генерального ("обычного") комплаенса находятся вопросы этики, противодействия коррупции, конфликта интересов, подарков. Антимонопольный комплаенс затрагивает общие вопросы конкуренции, монополизации, рекламы и нормы специального закона о розничной торговле, за исполнением которых надзирают антимонопольные органы.

Q: Не мешает ли бизнесу внедренный антимонопольный комплаенс?

A: Антимонопольный комплаенс призван не "вставлять палки в колеса" бизнесу, а обеспечивать обоснованность и прозрачность принимаемых бизнес-решений в контексте конкуренции и защищать интересы компании в случае, если вопросы будут задавать антимонопольные органы.

Q: "Горячая линия" антимонопольного комплаенса – это инструмент доносительства?

A: "Горячая линия" нацелена на широкую аудиторию, всех неравнодушных, кто может сообщить о проблемах компании. Это простые потребители, действующие и бывшие работники, партнеры, потенциальные контрагенты. Практика рассмотрения обращений показывает, что в объеме всех обращений на "Горячую линию" доля злонамеренных обращений минимальна.

Q: Может ли Компания наказать за обращение на "Горячую линию"?

A: Компания благодарит каждого, кто своим обращением привлек внимание к какой-либо проблеме. Чтобы заявители не боялись сообщать информацию, Компания гарантирует отсутствие преследования за обращения на "Горячую линию". Более того, на "Горячую линию" можно обратиться анонимно, что блокирует даже потенциальную возможность какого-либо преследования. Компания гарантирует, что все обращения, даже анонимные, рассматриваются в полном объеме.