

공정한 경쟁 (1 of 2)



경쟁 당국(공정거래위원회 등)에 의한 조사는 상당한 벌금과 비용 및 고객들과 경쟁사들에 대한 보상금 지급이라는 결과를 초래하고, 당사의 명성과 상업적 관계에 많은 손상을 줄 수 있습니다. 개인에 대한 형사 처벌도 부과될 수 있습니다.

경쟁법은 아래와 같은 사항을 금지합니다.

- 반경쟁적인 합의서
- 법적으로 승인 받지 않고 경쟁사 간에 상업적으로 민감한 정보를 공유하는 행위
- 유통업체나 기타 고객들에게 부과되거나 그들과 합의된 특정 제한 사항
- 시장 지배자적 지위의 남용

이 윤리강령은 Unilever가 공정한 경쟁을 하기 위해 직원들이 해야 할 일들을 명시하고 있습니다.

경쟁 당국(공정거래위원회 등)과의 협력

Unilever는 경쟁 당국(공정거래위원회 등)과 전적으로 협력하면서 정당한 이익을 일관되고 강력하게 옹호합니다.

경쟁 당국(국가법원 포함)과의 모든 연락은 관련 법률 자문사를 통해 조정됩니다.

자세한 내용은 정부, 규제기관 및 비정부 단체(NGO)와의 접촉에 관한 윤리강령을 참조하십시오.

반드시 준수해야 하는 사항

지역별/국가별 시장 또는 제품 종류나 유통채널을 총괄하는 영업 책임자는 법무팀의 지원을 받아서 직원, 계약자 및 각각의 영역에서 용역을 수행하는 협력사들이 경쟁법의 요구 사항을 반드시 이해하도록 해야 합니다.

특정 집단(특히 '리스크가 높은' 집단)에 적용될 수 있도록 특화된 맞춤형 교육이나 매뉴얼 제공, 기타 의사소통 수단을 통하여 그들의 이해를 도울 수 있을 것입니다.

공정한 경쟁 (2 of 2)

반드시 준수해야 하는 사항

직원은 반드시:

- 영업을 담당하고 있는 모든 제품 및 시장에 대한 경쟁법을 준수하고 관련 교육을 이수해야 합니다.
- 무역 협회 또는 산업 이벤트에 참여하기 전에, 무역 협회 회원 자격에 관한 Unilever 기준에 명시된 모든 필수 요구 사항이 준수되었는지 확인해야 합니다. 이는 시상식이나 사교 활동 같은 경쟁사가 참여할 수도 있는 상대적으로 덜 공식적인 모임이나 행사에도 적용됩니다.
- 경쟁사와 동석하는 자리에서 부적절한 주제가 제기될 경우 즉시 이의를 제기하고, 부적절한 토론이 계속될 경우에는 퇴장해야 합니다.
- 부적절한 논의에 대한 사고는 즉시 법률 자문사에 보고해야 합니다.
- 다음과 같은 상황에서는 즉시 법률 자문사에 조언을 구해야 합니다.
 - 본 정책에 명시된 경쟁 관련 규칙을 특정 비즈니스 상황에 적용하는 데 도움이 필요하거나 의심스러운 경우
 - 경쟁사와 정보 교환을 하는 상황이 발생하는 경우
 - 경쟁사와 공동 구매 계약 또는 생산, 연구 개발 계약, 표준 거래 계약 등에 대한 논의를 하기 전
 - 고객 또는 유통업체의 영업 활동에 대한 제한을 고려할 때
 - Unilever가 강력한 시장 지배자적 지위를 가질 수 있고 Unilever의 영업 관행이 고객이나 경쟁사에게 불공평하게 인식될 수 있는 상황인 경우
- 모든 의사소통 수단 및 문서에 경쟁사 정보의 출처를 명확하게 기록하여 정보 수집의 합법성에 대한 의심의 여지가 없도록 해야 합니다.

절대 해서는 안 되는 일

Unilever는 경쟁법이 없는 국가를 포함하여 모든 국가에서 카르텔 참여를 금지하고 있습니다.

직원은 절대:

- 담합 행위에 관여하지 않아야 합니다.
- 경쟁사와 직, 간접적으로 다음에 대해 논의하거나 합의해서는 안 됩니다. (법무팀으로부터 사전 서면 승인 받은 경우는 제외)
 - 제품 및/또는 서비스에 대한 가격 또는 판매 조건
 - 공급업체로부터 요청 받은 가격 또는 조건
 - 입찰 또는 견적의 사전 협의 또는 할당
 - 생산 또는 판매에 대한 제한
 - 지리적 시장, 고객 또는 제품 라인의 분할 또는 할당
- 법률 자문사의 조언을 얻기 전에 특정 경쟁사, 고객 또는 공급업체와의 거래를 거부하거나 보이콧해서는 안 됩니다.
- 법률 자문사의 조언을 구하지 않고 고객 혹은 유통업체에 상업적 제한 (재판매 가격 및 Unilever 제품을 재판매하는 지역과 채널에 대한 통제 및 경쟁사의 제품을 팔 수 있는 범위 통제 등)을 설정해서는 안 됩니다.
- Unilever가 강력한 시장 지배자적 지위를 가지고 있는 경우, 고객으로부터 부당한 이득을 얻으려고 하거나, 경쟁사가 시장에 진입, 유입 또는 확장하는 것을 부당하게 방지하는 방향으로 그 지위를 남용해서는 안 됩니다. (예: 원가 이하의 판매, 특정 유형의 조건부 리베이트, 독점 약정 등)