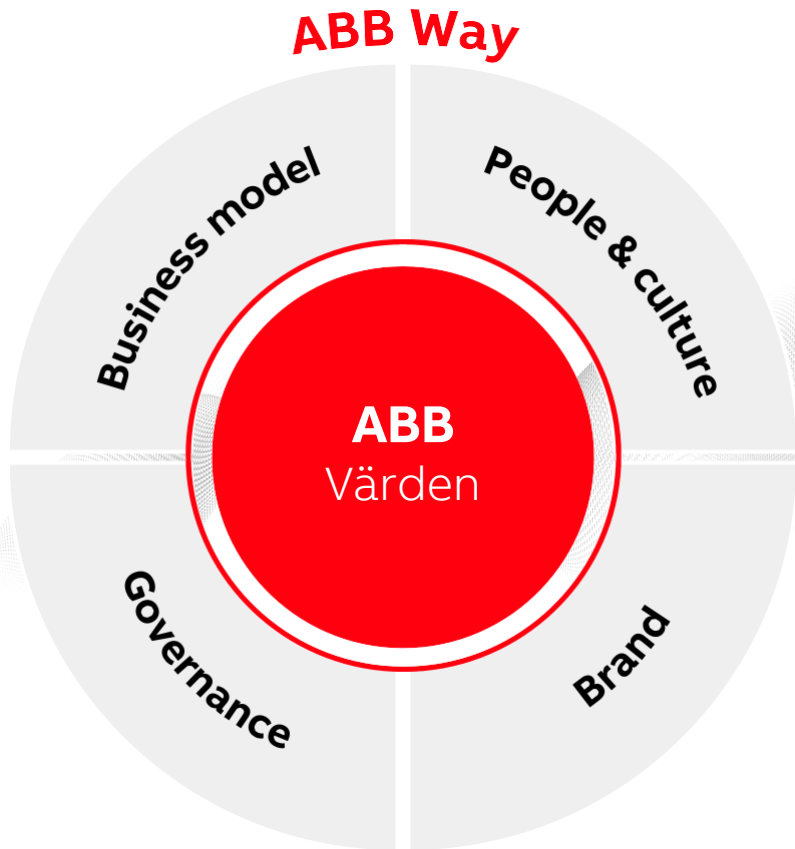




3:E SEPTEMBER 2024

Integrity på ABB – affärsetiska frågor

ABBs företagskultur



- Uppförandekoden uttrycker koncernens starka engagemang för integritet och tillhandahåller **praktisk vägledning** i hur vi uppträder när vi gör affärer.
- ABB:s uppförandekod gäller globalt för **alla ABB:s anställda, chefer, tjänstemän och direktörer**. Den gäller även för våra **leverantörer och affärspartners** (inklusive kanalpartners).
- Uppförandekoden bemyndigar alla (inklusive kanalpartners) att **agera** när de ser kränkningar av ABBs uppförandekod



Skanna QR-koden
för att komma åt
ABB:s
uppförandekod

Kanalpartners & ABBs program för tredjepart

2023 antog ABB en ny process (**TPM=Third Party Management**) som även gäller våra kanalpartners. Den kompletterar ABBs uppförandekod och anger minimikrav för att identifiera, bedöma, övervaka och hantera integritetsrisker som ABB utsätts för via våra tredjepartsrelationer

ABB kanalpartners



Den växande komplexiteten i ABB:s ekosystem av affärspartners har **ökat nivån av granskning, styrning och övervakning** som krävs – även för kanalpartners



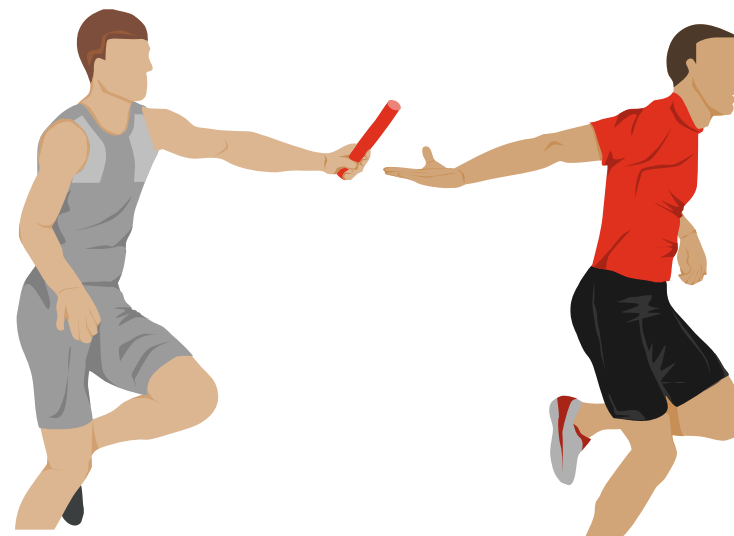
Det är inte bara vad vi gör – utan **hur vi gör det** som skiljer ABB från konkurrenterna och säkerställer tillväxt och framgång



ABB kommer **endast att samarbeta med tredje part** – inklusive kanalpartners – där **integritetsrisker har identifierats och utvärderats korrekt.**



Alla kanalpartners till ABB **förväntas samarbeta och följa ABBs program för tredjeparter**



Varför är detta viktigt?

Brott mot korrupsions- och handelslagar får allvarliga konsekvenser - för ABB, för våra anställda för våra kunder och samarbetspartners.



Fängelsestraff eller böter



Straffansvar för enskilda



Skadeståndsanspråk



Diskvalifikation från offentlig upphandling



Ryktesskada



Skadeanspråk från kunder



- ✓ **Erbjud inte, ge, ta emot eller begär mutor** eller någon form av betalning i affärstransaktioner.
- ✓ Undvik att delta i eller stödja bedrägliga aktiviteter, såsom att **förfalska dokument, förvränga finansiell information** eller delta i penningtvätt
- ✓ Avstå från att delta i någon form av maskopi, underlättande betalningar, **utpressning eller konkurrensbegränsande metoder** som **hämmar rättvis konkurrens på marknaden**
- ✓ Engagera dig inte i något annat **oetiskt beteende**, oavsett om det involverar offentliga tjänstemän eller privatpersoner

Vad är antitrustlagstiftning?



Primära mål

- Säkerställa **fri** och **rättvis konkurrens**
- Förhindra **samordning** mellan företag som begränsar den fria konkurrensen
- Förhindra **kränkande beteende** från företag som har starkare marknadspositioner än sina konkurrenter



Skapar fördelar för kunderna

- Konkurrenskraftiga marknader pressar **ner priserna**
- **Uppmuntrar förbättringar** av kvaliteten på varor och tjänster
- Att differentiera produkter ger fler valmöjligheter
- Motiverar pågående produktinnovation



ABB:s tror på **fair play – ett kärnvärde** som ligger i linje med målen och fördelarna med antitrustlagstiftningen!

Vi agerar rättvist

ABB:s kärnvärden beskrivna i vår uppförandekod överensstämmer med målen för antitrustlagstiftningen



*Vi tävlar **öppet** och **självständigt**.*

*Varje diskussion eller överenskommelse (direkt eller indirekt) med en konkurrent om **att fastställa priser, fördela marknader, kunder eller bud eller begränsa produktionen eller kollektiva bojkotter är olagligt.***

*Vi **bestämmer inte till vilket pris** våra kanalpartners eller kunder ska sälja våra produkter vidare. Vi inför/överenskommer heller inte om ett lägsta återförsäljningspris.*

*Efterlevnad av dessa lagar säkerställer att vårt hårda arbete och innovation belönas, vilket i slutändan **gynnar våra kunder**.*

Kanalpartners måste följa uppförandekoden och tillämpa samma integritetsstandard för sina affärsförbindelser.

Risker: Vad kan gå fel och hur man får det rätt



Affärsplan

- Affärsplanen kan inte användas för att **fördela kunder eller branscher mellan kanalpartners, eller mellan ABB och kanalpartners.**
- Branscher listade i affärsplaner är inte exklusiva för kanalpartners.

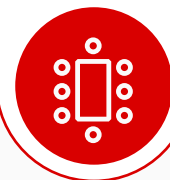
- ✓ Du förblir fri att sälja våra produkt(er) till kunder eller branscher utanför omfattningen som anges i din affärsplan.
- ✓ Du får utveckla fokusområden, industrier eller kunder.



Priser & information

- Prissättning/rabattstrategi: Kanalpartners kan inte få (och ABB kan inte ge) **fasta eller lägsta återförsäljningspriser eller rabattsatser som kanalpartners ska följa.** Kanalpartners ska vara fria att sätta sin egen prissättnings- och rabattstrategi..

- ✓ Var försiktig när du hanterar kommersiellt **känslig information** och dela den inte med andra.



Möten mellan kanalpartners

Det är **aldrig okej** att diskutera:

- Fördelning av **territorier eller industrier** mellan kanalpartners
- Deltagande i eller uppmuntran till avtal mellan kanalpartners, för att **fördela marknader eller fastställa priser**
- ABB:s försäljningsstrategi

Det är **OK** att diskutera:

- ✓ Allmänna marknadstrender
- ✓ ABB-produkter (teknisk utveckling, viktiga försäljningsargument)
- ✓ Icke-konfidentiella tekniska frågor
- ✓ ABB:s offentliga strategi och där kanalpartners passar in mer brett



Generering och delning av leads

- Du och andra kanalpartners kan inte prata ihop er och lämna kompletterande bud eftersom detta kan tolkas som marknadsuppdelning.

- ✓ Kunderna får välja vilken kanalpartners de vill arbeta med.



Var medveten om och rapportera **incidenter med utbyte av** kommersiellt känslig information, marknadsfördelning, prisuppgörelse, avtal mellan kanalpartners.

ABB