



Globalna polityka antymonopolowa firmy Avient



Aktualizacja: Luty 2021

Spis treści

Ogólny zarys niniejszej polityki	1
Ogólny zarys amerykańskich Przepisów antymonopolowych	2
Naruszenie prawa antymonopolowego	3
Potencjalne obszary zainteresowania w ramach antymonopolu	3
Wniosek	6
Zgłaszanie możliwych naruszeń	7
Infolinia ds. etyki Avient	7
Ochrona przed działaniami odwetowymi	7
Antymonopolowa lista kontrolna	8
Krótkie podsumowanie: CO ROBIĆ, a CZEGO NIE ROBIĆ w kontekście przepisów antymonopolowych	10

Przewodnik dotyczący zgodności

Avient zobowiązuje się do promowania uczciwej konkurencji i wolnej przedsiębiorczości na rynku. Z tego powodu Spółka opracowała i przyjęła niniejszą Globalną politykę antymonopolową („Polityka antymonopolowa”), aby zapobiegać niekonkurencyjnym praktykom biznesowym, zapewnić zgodność z obowiązującymi przepisami oraz utrzymać swoją reputację. Spółka Avient jest oddana idei prowadzenia działalności z poszanowaniem zasad uczciwości, rzetelności, najwyższych możliwych standardów etycznych i zgodności ze wszystkimi antymonopolowymi przepisami prawa.

Niniejsza Polityka służy wzmocnieniu stanowiska, jakie Avient zajmuje w sprawie promocji wolnej i uczciwej konkurencji oraz w kwestii zobowiązania do przestrzegania wszystkich obowiązujących przepisów prawa i regulacji. Jako firma z siedzibą w Stanach Zjednoczonych, prowadząca globalną działalność gospodarczą, Avient zobowiązuje się do przestrzegania standardów postępowania określonych w amerykańskich ustawach Sherman Act, Clayton Act, Robinson-Patman i Federal Trade Commission Act, jak również lokalnych przepisach dotyczących konkurencji we wszystkich krajach, w których Spółka prowadzi działalność (zwanych łącznie „Przepisami antymonopolowymi”).

Niniejsza Polityka antymonopolowa stanowi uzupełnienie treści rozdziału dotyczącego konkurencji, który można znaleźć w Kodeksie postępowania Avient. Pytania dotyczące tej Polityki lub jej zastosowania w określonych okolicznościach należy kierować do Działu Prawnego Avient.

Ogólny zarys niniejszej polityki

Przepisy antymonopolowe chronią konkurencję. Przepisy te odzwierciedlają przekonanie, że konkurencyjne rynki zapewnią konsumentom najlepsze produkty i usługi po najniższych cenach. Nie można przeceniać znaczenia przestrzegania federalnych, stanowych i zagranicznych przepisów antymonopolowych. Naruszenie prawa antymonopolowego może narazić firmę Avient i użytkownika na poważne kary kryminalne i cywilne. Przestrzeganie przepisów antymonopolowych jest zgodne z zobowiązaniem Avient do etycznego postępowania i nie ma na celu wyłącznie unikania kar prawnych.

Postanowienia niniejszej Polityki antymonopolowej obowiązują wszystkie osoby pracujące w spółce Avient, jej podmiotach zależnych, oddziałach i spółkach joint

venture, w tym wszystkich kierowników, pracowników i agentów lub inne podmioty zewnętrzne, występujące w imieniu Avient w dowolnym miejscu na świecie. Każda osoba fizyczna pracująca dla spółki Avient lub w jej imieniu ma obowiązek zapewnić stosowanie niniejszej Polityki antymonopolowej i prowadzić interesy Avient w etyczny sposób i zgodnie z prawem oraz ponosi osobistą odpowiedzialność za wywiązywanie się z tego obowiązku. Nigdy nie jest dopuszczalne angażowanie się w praktyki antykonkurencyjne, jako że działania takie mogą narażać osoby fizyczne i Avient na ewentualne postępowanie karne, uszczerbek na reputacji lub inne poważne konsekwencje. Jeżeli Spółka dowie się, że dowolna osoba fizyczna była zaangażowana w praktyki antykonkurencyjne, podejmie wobec niej postępowanie dyscyplinarne, które obejmuje również możliwość rozwiązania stosunku pracy.

Czy wiesz, że...?

Naruszenia mogą skutkować karą pieniężną w kwocie milionów dolarów i pozbawieniem wolności osób fizycznych. Ponieważ przepisy antymonopolowe są tak ważne, a konsekwencje naruszenia tak poważne, niniejsza Polityka antymonopolowa musi być ściśle przestrzegana. Żaden z funkcjonariuszy, pracowników ani agentów Spółki nie może autoryzować, kierować lub akceptować jakichkolwiek zachowań niezgodnych z niniejszą Polityką antymonopolową lub przepisami antymonopolowymi.

Poniższe podsumowanie przepisów antymonopolowych dotyczy amerykańskich przepisów antymonopolowych, ale pracownicy powinni być świadomi, że istnieją państwowe przepisy antymonopolowe, a wiele krajów zagranicznych ma teraz własne przepisy antymonopolowe, które również muszą zostać sprawdzone w związku z jakąkolwiek międzynarodową działalnością gospodarczą. To podsumowanie nie wyczerpuje wszystkich możliwości. O ile nie oczekuje się, że staniesz się ekspertem w zakresie zawitości prawa antymonopolowego, pracownicy powinni znać niniejszą Politykę antymonopolową w stopniu wystarczającym do rozpoznania potencjalnych problemów antymonopolowych i zasięgnięcia porady w Dziale prawnym Avient.

Ogólny zarys amerykańskich Przepisów antymonopolowych

Amerykańskie przepisy antymonopolowe mają szeroki zasięg, a agencje amerykańskie, które je egzekwują, nie zawahają się stosować tych przepisów do działań antykonkurencyjnych za granicą. Ponadto większość krajów zagranicznych ma własne przepisy antymonopolowe lub dotyczące konkurencji. Czasami mają one szerszy zakres niż prawo USA.

W każdym razie antykonkurencyjne praktyki biznesowe, które mogą negatywnie wpłynąć na handel krajowy lub zagraniczny w Stanach Zjednoczonych, mogą naruszać amerykańskie przepisy antymonopolowe, niezależnie od tego, gdzie występuje dana aktywność czy od narodowości zaangażowanych osób.

Przykłady zabronionego zachowania obejmują:

- Umowy dotyczące ustalania cen na produkty wyprodukowane lub sprzedane
- Umowy dotyczące manipulowania ofertami przetargowymi na wykonanie projektów
- Umowy dotyczące podziału regionów geograficznych
- Umowy dotyczące alokacji klientów
- Praktyki monopolistyczne, takie jak drapieżne ceny, zawyżanie cen lub odmowa sprzedaży na rynku USA.

Amerykańskie federalne przepisy antymonopolowe obejmują szereg ustaw, w szczególności Ustawę Shermana, Ustawę Clayтона, Ustawę Robinsona-Patmana i Ustawę Federalnej Komisji Handlowej. Każda z nich ma inne podejście i wszystkie stanowią kamień węgielny amerykańskich przepisów antymonopolowych oraz fundament wielu globalnych praw.

1. Ustawa Shermana:

- Zabrania umów, które w nieuzasadniony sposób ograniczają handel (w tym zmów cenowych, ograniczania produkcji, przydziału klientów lub terytoriów między konkurentami, bojkotów grupowych i niektórych ograniczeń dystrybucji oraz licencjonowania)
- Uznaje za nielegalne monopole oraz wszelkie próby i konspiracje monopolizacji (nawet jeśli się nie powiodą)

2. Ustawa Clayтона zabrania:

- Niektórych ustaleń dotyczących sprzedaży związanej, umów na wyłączność i z wymogami

- Niektórych fuzji i przejęć firm konkurencyjnych, które bezprawnie zaszkodziłyby konkurencji
- Pełnienia przez daną osobę funkcji dyrektora lub urzędnika konkurencyjnych korporacji

3. Ustawa Robinsona-Patmana zabrania:

- dyskryminacji cenowej i dyskryminacji w świadczeniu usług promocyjnych oraz stosowaniu bonifikat między konkurującymi klientami, jeśli spełnione są określone wymogi jurysdykcyjne i nie ma zastosowania żadna z zasad obrony Ustawy
- Nakłaniania lub przyzwalania na dyskryminację cenową

4. Ustawa Federalnej Komisji Handlu zabrania:

- Praktyk naruszających treść lub ducha innych przepisów antymonopolowych
- Praktyk, które są nieuczciwe lub oszukańcze dla konsumentów, takich jak nieuczciwa reklama lub etykietowanie, brak ujawnienia wad produktu i nieuczciwe praktyki w zakresie raportowania kredytowego.

Każdy stan USA oraz ponad 100 krajów poza USA dysponują przepisami antymonopolowymi. Obejmuje to Unię Europejską i większość jej państw członkowskich, a także Kanadę, Chiny, Japonię i Australię. Kwestie antymonopolowe omówione w niniejszej Polityce odnoszą się zasadniczo do większości przepisów antymonopolowych i związanych z konkurencją na całym świecie. Ilekroć spodziewasz się zaangażowania w działania mające wpływ na ochronę konkurencji, które mogą mieć miejsce na terytorium USA lub poza nim, powinieneś skonsultować się z Działem prawnym Avient.



Czy wiesz, że...?

Bojkot pojawia się, gdy ktoś podejmuje się odmowy współpracy z grupą dostawców lub klientów. Obejmuje to ustalenia, w których jeden konkurent odmawia zawarcia transakcji z konkretnym klientem lub dostawcą z pisemnym lub niepisany porozumieniem, że jego konkurent zrobi to samo.

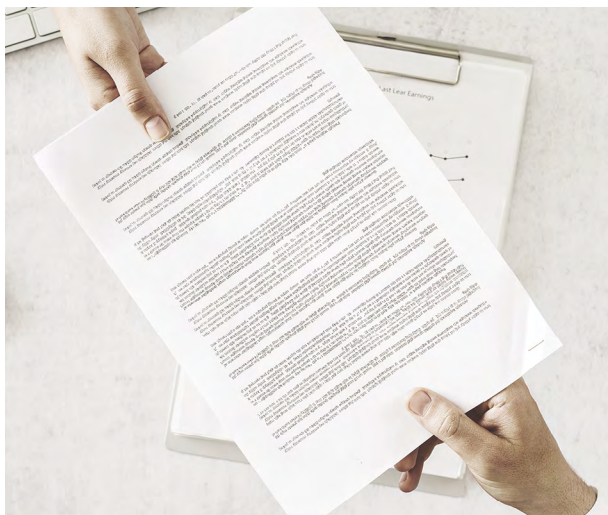
Umowa wiązana to praktyka polegająca na warunkowaniu sprzedaży produktu zakupem innego „wiązanego” produktu przez klienta.

Naruszenie prawa antymonopolowego

Żywa konkurencja na rynku jest dobra zarówno dla przedsiębiorstw, jak i konsumentów. Pobudza innowacyjność, stwarza możliwości wyboru oraz zapewnia produkty i usługi o wyższej jakości po niższych cenach.

Jednakże, gdy konkurencja jest zagrożona przez nieetyczne lub nielegalne praktyki biznesowe, w grę wchodzi przepisy antymonopolowe. Przepisy antymonopolowe mogą być skomplikowane i obejmować szeroki zakres. Naruszenia mogą nastąpić bez złego zamiaru i prowadzić do poważnych konsekwencji zarówno dla Ciebie, jak i dla Spółki.

Na przykład zmowy cenowe to przestępstwo podlegające karze więzienia i ogromnym grzywnom w wysokości do 1 miliona USD dla osób fizycznych i 100 milionów USD lub więcej dla firm. Nawet pojawienie się antykonkurencyjnych zachowań może prowadzić do zarzutów naruszeń prawa antymonopolowego przez firmy i osoby fizyczne. Poniżej znajdują się kluczowe obszary, o których należy pamiętać.



Czy wiesz, że...?

„Manipulowanie ofertami przetargowymi” polega na tym, że konspirujący konkurenci ustalają z wyprzedzeniem, kto złoży zwycięską ofertę na wykonanie umowy podczas konkurencyjnej licytacji. W niektórych systemach, najniższy oferent zgodzi się na wycofanie oferty na rzecz następnego niskiego oferenta w zamian za lukratywny kontrakt podwykonawczy, który dzieli między sobą uzyskaną nielegalnie wyższą cenę.

„Rotacja stawek” oznacza, że wszyscy konspiratorzy składają oferty, ale na zmianę są najniższymi oferentami. Na przykład konkurenci mogą realizować zamówienia zgodnie z rozmiarem umowy, przydzielając równe kwoty każdemu konspiratorowi lub przydzielając woluminy odpowiadające wielkości każdej konspiracyjnej firmy. Surowy schemat rotacji ofert jest sprzeczny z prawem przypadku i sugeruje, że dochodzi do zмовы.

„Tłumienie ofert” oznacza, że jeden lub więcej konkurentów, którzy w innym przypadku mieliby składać oferty lub którzy wcześniej złożyli oferty, zgadzają się powstrzymać od składania ofert lub wycofać wcześniej złożoną ofertę, aby oferta wyznaczonego zwycięskiego konkurenta została zaakceptowana.

Potencjalne obszary zainteresowania w ramach antymonopolu

1. **Porozumienia horyzontalne.** Najpoważniejsze przestępstwa to porozumienia horyzontalne między konkurentami w celu ograniczenia konkurencji. Przykłady takich umów obejmują:
 - Zmowy cenowe – umowy z konkurentem w celu określenia lub innego wpływu na ceny, oferty, warunki sprzedaży oferowane klientom. Należy pamiętać, że klienci i dostawcy Avient również mogą być konkurentami Avient.
 - Ograniczenia produkcyjne – umowy z konkurentami dotyczące ograniczenia produkcji w celu ograniczenia dostaw i ustalenia wysokich cen.
 - Ograniczenia jakości – umowy z konkurentami w celu ograniczenia konkurencji w oparciu o jakość produktu.

Poniższe trzy powiązane kwestie zasługują na szczególną uwagę i nacisk:

Po pierwsze naruszenie prawa nie wymaga formy pisemnej. Ryzykujesz przekonanie oparte na „dżentelmeńskiej umowie” lub na rozmowie w nieformalnym otoczeniu, po której następują równoległe działania wspierające wzajemne porozumienie w celu osiągnięcia antykonkurencyjnego celu.

Po drugie, gdy stowarzyszenia handlowe i organizacje normalizacyjne mają w tym uzasadnione korzyści, to ze względu na swój charakter umawiają się na spotkania i dyskusje z konkurentami. Członkostwo w stowarzyszeniach branżowych lub organizacjach ustanawiających standardy nie powinno mieć miejsca, chyba że wiąże się z tym określona zgodna z prawem korzyść. Na początku każdego spotkania należy również przypomnieć o jego celach. Ponadto, jeśli wstąpisz do takiej organizacji lub stowarzyszenia, musisz zachować ostrożność nie tylko podczas oficjalnych spotkań, ale także podczas nieformalnego spotkania.

Po trzecie, niezależnie od sytuacji, nigdy nie rozmawiaj o cenach, warunkach sprzedaży, poziomach produkcji ani nie dokonuj podziału klientów ani rynków z żadnym konkurentem. Jeśli znajdziesz się w sytuacji, gdy konkurent rozpocznie którykolwiek z tych tematów, natychmiast opuść pokój. Skontaktuj się z Działem prawnym Avient przy pierwszej możliwej okazji i udokumentuj incydent, odpowiadając na następujące pytania:

- Kto był obecny na spotkaniu?
- Kiedy i gdzie odbyło się spotkanie?
- Co wydarzyło się na spotkaniu?

Dział prawny Avient pomoże Ci się chronić, a Spółka powinna później zadawać pytania.

- Podział rynku – umowa z konkurentem, aby podzielić rynki poprzez przydzielanie obszarów sprzedaży, linii produktów lub przez podział lub alokację klientów lub dostawców.
- Odmowa podpisania umowy z konkurentem, aby zbojkotować lub nie podejmować współpracy z firmą zewnętrzną.

2. **Kontakty z konkurentami.** W normalnym toku działalności możesz skontaktować się z konkurencją. W niektórych przypadkach Twój klient może być również Twoimi konkurentami. Podczas kontaktu z konkurentami należy zachować szczególną ostrożność. Nigdy nie umawiaj się z żadnym konkurentem, aby zrobić coś, co zmniejszyłoby konkurencję. Ponadto musisz unikać choćby pojawienia się komunikacji z konkurentami na temat cen, rabatów, ofert, poziomów produkcji, warunków sprzedaży lub alokacji klientów lub rynków. **Możesz zostać skazany(-a) na podstawie pozorów – tego, co uważa prokurator lub ława przysięgłych – nawet jeśli jesteś niewinny(-a).** Z tego powodu unikaj niepotrzebnego kontaktu z konkurencją.

3. **Ograniczenia wertykalne.** Ograniczenia wertykalne obejmują wszelkie praktyki, które ograniczają lub swobodę działania klienta lub dystrybutora w odniesieniu do tego od kogo mogą kupować lub komu odsprzedać produkty, a także ceny odsprzedaży produktów. Rodzaje ograniczeń wertykalnych obejmują:

- Cenę odsprzedaży – umowa z klientem, aby ustalić lub w inny sposób wpłynąć na ceny, warunki lub warunki odsprzedaży.
- Wyłączne transakcje – umowa, która zabrania klientowi sprzedaży produktów konkurenta.
- Sprzedaż wiązanych produktów – uzależnianie sprzedaży jednego produktu lub usługi od zakupu innego produktu lub usługi.
- Wymaganie zakupu pełnej linii lub pakietu produktów – wymaganie, aby klient kupił pełną linię lub pakiet produktów, aby móc nabyć indywidualny produkt w ramach tej linii.
- Wzajemne transakcje – każda umowa z klientem, która mówi: „Kupuję od ciebie pod warunkiem, że kupisz ode mnie”.
- Ograniczenia terytorialne i dotyczące klientów – ograniczenie swobody odsprzedaży przez dystrybutora poza wyznaczonym terytorium lub niektórym klientom lub kategoriom klientów.

Takie ograniczenia wertykalne nie będą automatycznie naruszać przepisów antymonopolowych pod warunkiem, że są ustalone niezależnie (nie w ramach umowy z konkurentami). W rzeczywistości prawo uznaje, że takie ograniczenia mogą promować konkurencję między markami i być całkowicie zgodne z prawem. Ponieważ odróżnienie niezgodnego z prawem postępowania tego typu może od zgodnego z prawem może być trudne, powinienes(-aś) skonsultować się z Działem prawnym Avient przed wprowadzeniem jakiegokolwiek ograniczenia tego rodzaju.

4. **Monopolizacja** – nadużycie władzy rynkowej. Wiele przepisów antymonopolowych, w tym Ustawa Shermana, zabrania nielegalnej monopolizacji i konspiracji, aby zmonopolizować rynek dla jakiegokolwiek produktu lub usługi. Posiadanie siły rynkowej nie jest samo w sobie naruszeniem prawa; niezbędny jest jakiś element świadomego nabycia lub utrzymania tej władzy, nawet poprzez działania, które są niezgodne z prawem same w sobie. Nawet bez siły rynkowej podejmowanie działań mających na celu zdominowanie rynku, kontrolowanie cen rynkowych lub wykluczenie z rynku innych firm, które mają konkretny zamiar uzyskania monopolu, może być niezgodne z prawem. Na przykład, gdy firma ma znaczącą pozycję rynkową, próba zamknięcia kanałów dystrybucji konkurenta lub źródeł zaopatrzenia w celu wyprowadzenia konkurenta z rynku byłaby niezgodna z prawem. Ceny poniżej kosztów są dowodem zachowania drapieżnego, a także mogą podlegać zaskarżeniu na mocy konkretnych przepisów stanowych. Istnienie wymaganego zamiaru zranienia lub wyeliminowania konkurenta zwykle udowadnia się na podstawie poszlak. Jeżeli można wykazać, że nie było żadnego uzasadnienia biznesowego dla działania, innego niż wyrządzenie szkody konkurentowi, można przyjąć założenie zamiaru. Aby uniknąć takich zarzutów, nigdy nie należy angażować się w zachowania konkurencyjne, które nie mogą być uzasadnione rozsądnymi względami biznesowymi.

Pracownicy Avient powinni wiedzieć, czy działają na rynku, na którym Avient ma siłę monopolistyczną (zdolność do jednostronnego podnoszenia cen lub wykluczania konkurentów) lub udział w rynku wskazujący na monopol (udział w rynku powyżej 40%). W szczególności w przypadku takich rynków powinienes(-aś) rozważać konsultacje z Działem prawnym Avient przed wprowadzeniem opisanych powyżej ograniczeń wertykalnych. Zachowanie, które byłoby „uzasadnione” i „zgodne z prawem” dla firmy o mniejszej sile rynkowej, może mieć znaczące ryzyko

antymonopolowe, jeśli zostanie przeprowadzone przez konkurenta posiadającego monopol.

Ponadto powinienes(-aś) skonsultować się z Działem prawnym Avient przed wyceną produktów na poziomie lub poniżej kosztów zmiennych. Jest to szczególnie istotne w przypadku monopolistycznej pozycji lub dużego udziału we właściwym rynku produktowym.

Monopolizacja odnosi się do posiadania siły rynkowej, często ze względu na dominujący udział w rynku oraz postępowania w celu utrzymania lub wzmocnienia tej siły. Siła rynkowa oznacza zazwyczaj władzę kontrolowania cen lub wykluczania innych z rynku.

5. **Dyskryminacja cenowa.** Inna kategoria przestępstw przeciwko konkurencji (zgodnie z Ustawą Robinsona-Patmana) obejmuje dyskryminację cenową lub warunki sprzedaży. Naruszenia mogą wystąpić zarówno w przypadku sprzedaży klientom, jak i zakupów u dostawców. Jeśli zdolność konkurenta do konkurowania zostanie naruszona, zgodnie z prawem nie ma znaczenia, czy cena sprzedaży lub warunki były rozsądne czy nieuzasadnione. Dlatego przed publikacją cenników zawierających rabaty ilościowe należy skonsultować się z Działem prawnym Avient; i przed oferowaniem jakichkolwiek dyskryminujących cen lub warunków sprzedaży, które mogłyby zaszkodzić klientowi.

Z Działem prawnym Avient należy również się konsultować, jeśli pracujesz w jednej z następujących sytuacji wysokiego ryzyka:

- Dyskryminacja cenowa – stosowanie różnych cen wobec konkurujących klientów za ten sam produkt.
- Specjalne świadczenia – oferowanie usług specjalnych, rabatów, płatności lub innej pomocy jednemu klientowi, nie traktując w ten sam sposób jego konkurentów.
- Odpowiedzialność kupującego – każda transakcja, w ramach której firma świadomie otrzymuje lub świadomie stara się otrzymywać od dostawcy dyskryminujące ceny lub warunki sprzedaży.

Czym jest dyskryminacja cenowa?

Niedozwolona dyskryminacja cenowa może wystąpić, gdy sprzedawca obciąża jednego klienta daną ceną za produkt, ale wymaga, aby inny klient, który konkuruje z pierwszym, zapłacił wyższą cenę za ten sam produkt. Jednakże nie byłoby niezgodne z prawem, gdyby sprzedawca naliczał klientowi końcowemu wyższą cenę niż w stosunku do dystrybutora, ponieważ ci dwaj nabywcy znajdują się na różnych poziomach łańcucha dystrybucji. Innymi słowy, są oni w funkcjonalnie różnych klasach klientów i nie konkurują ze sobą. Dyskryminacja niezgodna z prawem może również wystąpić, gdy istnieją różnice w zakresie płatności, dostawy lub innych warunków sprzedaży, które stawiają niektórych konkurencyjnych nabywców w gorszej sytuacji. Ustawa Robinsona-Patmana wymaga również, aby bonifikaty i usługi promocyjne były proporcjonalnie dostępne dla konkurencyjnych klientów. Na mocy Ustawy Robinsona-Patmana jest również niezgodne z prawem, aby kupujący świadomie nakłaniał słownie, działaniami lub oświadczeniami, lub otrzymał niezgodną z prawem dyskryminującą cenę od sprzedawcy.

Wniosek

Niniejsza Polityka antymonopolowa ma na celu uświadomienie Ci obszarów zagrożenia antymonopolowego. Nie oczekuje się, że staniesz się ekspertem w dziedzinie prawa antymonopolowego. Powinieneś(-aś) być jednak na tyle z nią zaznajomiony(-a), aby szukać wskazówek od Działu prawnego Avient, gdy spotkasz się z sytuacją, która może naruszyć prawa antymonopolowe. Powinieneś(-aś) również zapoznać się z załączoną listą kontrolną, aby uzyskać dalsze wskazówki. Na koniec musisz docenić surowość kar w tym obszarze i że Avient nie będzie tolerować żadnych odstępstw od warunków tej Polityki antymonopolowej lub treści prawa.

Zgłaszanie możliwych naruszeń

Każdy z pracowników, który ma powód, by przypuszczać, że doszło lub może dojść do naruszenia postanowień niniejszej polityki, musi niezwłocznie zgłosić swoje wątpliwości jednej z poniższych osób lub za pomocą infolinii, aby można było przeprowadzić dokładne postępowanie wyjaśniające.

- Przełożony albo dowolny kierownik w Avient
- Specjalista ds. etyki, adres e-mail: ethics.officer@avient.com
- Radca prawny Avient, adres e-mail: legal.officer@avient.com
- Pracownik działu prawnego
- Infolinia ds. etyki Avient

Infolinia ds. etyki Avient

Telefoniczna i internetowa infolinia ds. etyki jest dostępna globalnie, jest obsługiwana w ponad 20 językach i działa przez całą dobę siedem dni w tygodniu. Wszystkie zgłoszenia internetowe i telefoniczne składane na infolinię ds. etyki są przyjmowane przez niezależną spółkę, która przekazuje informacje specjaliście ds. etyki. Wszystkie zgłoszenia pozostaną poufne w możliwie najszerszym zakresie. Stronę infolinii ds. etyki można znaleźć pod adresem avient.ethicspoint.com. Przy użyciu tej strony internetowej można zadać pytanie lub dokonać zgłoszenia bądź też zadzwonić na infolinię zewnętrzną, korzystając z zawartych na stronie numerów telefonów dla poszczególnych krajów.

Ochrona przed działaniami odwetowymi

Surowo zabrania się wszelkiej formy działań odwetowych przeciwko pracownikom, którzy w dobrej wierze zgłaszają naruszenie lub ewentualne naruszenie postanowień niniejszej polityki. Wobec pracowników, którzy dopuszczają się naruszenia niniejszej polityki, wszczęte zostanie postępowanie dyscyplinarne, które obejmuje także rozwiązanie stosunku pracy.

Stronę infolinii ds. etyki

<https://www.Avient.com/company/policies-and-governance/ethics-hotline>

Telefoniczna

1-877-228-5410



Antymonopolowa lista kontrolna

1. **Rywalizuj** energicznie i niezależnie przez cały czas. Działaj zawsze w taki sposób, aby pokazać wszystkim, że energicznie konkurujesz. Unikaj niepotrzebnego kontaktu z konkurencją.
2. **Nie** przystępuj do żadnego rodzaju umowy nieformalnej ani formalnej, „umowy dżentelmeńskiej”, uzgodnień ani jakiegokolwiek dyskusji z jakimkolwiek konkurentem w odniesieniu do takich tematów, jak ceny, zyski, koszty, warunki sprzedaży, oferty, produkcja, terytoria marketingowe lub klienci. Unikaj nawet pozorów takiej zgody oraz okoliczności, w których takie porozumienia mogłyby wystąpić.
3. Nie komunikuj się z konkurentami w sprawie jakichkolwiek aspektów oferty. Nie uzyskuj w inny sposób informacji (w szczególności informacji o cenach) bezpośrednio od konkurentów.
4. **W** żaden sposób nie wymieniaj konkurencyjnych informacji wrażliwych z konkurencją. Zapisuj i dokumentuj w swoich plikach źródło informacji o konkurencji (jeśli nie jest to już jasne z kontekstu). Dokumentuj również podstawę każdej niezależnej decyzji biznesowej, która w przyszłości może być przedmiotem podejrzeń, tak aby ewidencja jasno wykazała, że nie została ona podjęta zgodnie z umową z konkurentem.
5. **Nie** angażuj się w okoliczności, które mogą świadczyć lub sugerować pojawienie się umowy z konkurentem. Nie rób niczego, z czym czuł(-a)byś się niekomfortowo, gdybyś to zobaczył(-a) na pierwszej stronie gazety branżowej lub czasopisma. Działaj zawsze w taki sposób, który dowiedzie wszystkim, że żwawo konkurujesz.
6. **Nie** uczestnicz w spotkaniach z konkurentami (w tym w spotkaniach stowarzyszeń branżowych), podczas których omawiane są ceny lub którykolwiek z powyższych tematów.
7. **Wyjdź** natychmiast ze spotkania z konkurencją, na którym omawiane są ceny lub którykolwiek z powyższych tematów i spraw, żeby to wyjście ze spotkania lub odejście od dyskusji było wystarczająco oczywiste, aby ci, którzy są obecni, to zapamiętali. (Innymi słowy, nie wystarczy tylko „wymknąć się tylnymi drzwiami”). Udokumentuj incydent, w tym odpowiedzi na następujące pytania: kto był obecny na spotkaniu, kiedy i gdzie odbyło się spotkanie oraz co wydarzyło się na spotkaniu.
8. **Poinformuj** Dział prawny Avient natychmiast po wzięciu udziału w jakimkolwiek spotkaniu, na którym omawia się którykolwiek z tych tematów.
9. **Szanuj niezależność swojego klienta**; nigdy nie nakładaj ograniczeń dotyczących ceny, siedziby, klienta lub końcowego zastosowania na zdolność klienta do odsprzedaży produktów Avient bez uprzedniej zgody Działu prawnego Avient.
10. **Nie** wchodź z żadnym klientem w żadne porozumienie ani dyskusję dotyczącą wyboru Avient lub rozwiązania umów z innymi klientami lub warunków, w jakich Avient prowadzi lub może prowadzić interesy z jakimkolwiek innym klientem, w tym, jakie produkty sprzedaje, komu, po jakich cenach i na jakich terytoriach lub rynkach.
11. Przed rozwiązaniem umowy z jakimkolwiek agentem lub dystrybutorem **skonsultuj** się z Działem prawnym Avient.
12. Jeśli nie masz na to wcześniejszej zgody Działu prawnego Avient, **nie** próbuj uzyskać zgody od klienta, że kupi on wszystkie wymagane ilości konkretnego produktu wyłącznie od Avient, że będzie prowadzić interesy wyłącznie z Avient lub że nie będzie kupować ani w inny sposób obsługiwać konkurencyjnych produktów. Ponadto nie wymagaj od klienta kupowania jednego produktu lub usługi jako warunku sprzedaży innego produktu lub usługi bez uprzedniej zgody Działu prawnego Avient.
13. **Unikaj taktyk**, które mogą być interpretowane jako mające na celu wykluczenie z rynku wszystkich lub znacznej części konkurentów Avient w jakiegokolwiek branży lub które mogą być interpretowane jako wysiłki zmierzające do antykonkurencyjnego zniszczenia określonego konkurenta lub cen kontrolnych. Jeśli masz jakieś pytania, skontaktuj się z Działem prawnym Avient.
14. Jeśli nie masz wcześniejszej zgody Działu prawnego Avient, **nie** oferuj różnym niezależnym dystrybutorom lub klientom na tym samym poziomie dystrybucji różnych cen, rabatów lub innych warunków sprzedaży dla tych samych lub podobnych produktów, chyba że konieczne jest spełnienie tego wymogu, aby zaproponować udokumentowane podobne ceny lub warunki sprzedaży, które są oferowane temu dystrybutorowi przez konkurenta, lub istnieją wyraźnie niższe koszty obsługi klienta przy ofercie niższej ceny (np. niższy

koszt wysyłki ze względu na bliskość klienta). Już na początku dołóż wszelkich starań, aby zweryfikować i udokumentować konkurencyjną cenę przed zaoferowaniem dystrybutorowi niższej ceny, mającej na celu osiągnięcie konkurencyjnej ceny; nie próbuj jednak weryfikować konkurencyjnej ceny, kontaktując się bezpośrednio z konkurentem. W takim przypadku możesz „wyrównać” konkurencyjną cenę, ale nie możesz jej „pobić”.

15. **Nie** dostarczaj usług technicznych, reklam, materiałów promocyjnych lub dodatków do usług reklamowych, lub promocyjnych jednemu niezależnemu dystrybutorowi, chyba że udostępnisz te usługi, materiały lub dodatki wszystkim dystrybutorom na równych zasadach. Każdy taki program powinien zostać sprawdzony przez Dział prawny Avient przed jego wdrożeniem.

16. **Unikaj jakiegokolwiek marketingu lub innego programu, który mógłby zostać scharakteryzowany jako nieuczciwy lub wprowadzający w błąd.** Zawsze postępuj zgodnie z zasadami uczciwości i szczerości w sprzedaży produktów Spółki, w tym w reklamie i promocji tych produktów.

17. **Nie** przyłączaj się do stowarzyszenia branżowego lub określającego normy bez odpowiedniej zgody. Generalnie zgodnie z polityką Avient można należeć do stowarzyszeń branżowych i określających normy tylko wtedy, gdy takie grupy wnoszą znaczące korzyści, uzasadniające poświęcony czas oraz koszty członkostwa lub wsparcia.

18. Personel Avient powinien **zawsze uwzględniać zagraniczne ustawodawstwo i przepisy w obszarze przeciwdziałania praktykom monopolowym.** Oddziały lub filie działające poza Stanami Zjednoczonymi muszą znać i stosować się do obowiązujących zagranicznych przepisów prawa, zasad, regulacji itp. w prowadzeniu działalności za granicą oraz przestrzegać wytycznych Spółki w zakresie działań antymonopolowych.

19. **Nie** rób pośrednio, czego nie wolno Ci robić bezpośrednio. Zbadaj swoje motywy zaangażowania się w konkretny sposób postępowania. Jeśli chcesz osiągnąć jakiś niedozwolony rezultat jakimś pozornie legalnym środkiem, nie rób tego.

a. Załóżmy, że wszystko, co zrobisz lub powiesz, stanie się publiczne. Im bardziej potencjalnie szkodliwe jest działanie lub oświadczenie, tym bardziej prawdopodobne jest, że ktoś inny je

zapisze lub zapamięta. Jeśli nie możesz – lub nie chcesz – wyjaśnić publicznie, co powiedziałeś(-aś) lub zrobiłeś(-aś), lub dlaczego, nie mów ani nie rób tego w ogóle.

b. Zachowaj szczególną ostrożność, aby wszelkie dokumenty (w tym wewnętrzne notatki i poczta elektroniczna), które przygotowujesz, nie podlegały możliwym błędnym interpretacjom. Powiedz dokładnie, co masz na myśli w starannym, dokładnym języku, który nie pozostawia miejsca dla negatywnych interpretacji. Nie spekuluj na temat przyszłych działań konkurencji, aby nie stworzyć wrażenia, że komunikujesz się z konkurentem. Załóż, że dokumenty firmowe trafiają w ręce rządu lub innych stron przeciwnych w przypadku sporu sądowego. Pamiętaj, że notatki zapisane na marginesie dokumentu i inne nieformalne pisemne komunikaty mogą zostać błędnie zinterpretowane, a tym samym zaszkodzić bardziej niż dokumenty formalne.

c. W swoich pismach unikaj słów lub wyrażeń „poczucia winy”, takich jak „zniszczyć po przeczytaniu”. Unikaj używania słów siły, które przykładowo podkreślają udział „rynkowy” lub które mogą sugerować jakiegokolwiek pragnienie „dominacji”, „wyeliminowania ich z biznesu” lub „wyeliminowania konkurencji”. Zamiast tego pisz o „byciu poza konkurencją”, „lepszego obsłudze klientów”, „ofercie wartości Avient” i „przyciąganiu klientów”.

20. Skontaktuj się z Działem prawnym Avient, jeśli masz jakiegokolwiek pytania dotyczące stosowności jakiegokolwiek działania, które rozważasz.

Krótkie podsumowanie: CO ROBIĆ, a CZEGO NIE ROBIĆ w kontekście przepisów antymonopolowych

Tak...

- ✓ Niezwłocznie zgłaszaj na piśmie do Działu prawnego Avient, kontakty z konkurentami, w których proszą o lub podają ceny lub inne konkurencyjne informacje wrażliwe.
- ✓ Natychmiast przerwij wszelkie rozmowy, w których konkurent podnosi kwestie cenowe lub inne zabronione tematy i zgłoś próbę takich rozmów do Działu prawnego Avient na piśmie.
- ✓ Udokumentuj źródło i datę otrzymania wszystkich cenników konkurencji i innych konkurencyjnych danych zawartych w Twoich plikach.
- ✓ Opuść spotkania, na których konkurenci omawiają ceny lub klientów. Natychmiast po wyjściu napisz notatkę dotyczącą czasu, miejsca i stron biorących udział w dyskusji, podpisz ją i opatrz datą oraz przekaz Działowi prawnemu Avient.
- ✓ Przed zawarciem transakcji z konkurentem skonsultuj się z Działem prawnym Avient.

Nie...

- × Nie omawiaj z konkurencją cen (przeszłych, obecnych, przyszłych), strategii cenowych, przetargów lub ofert, warunków sprzedaży, klientów itp.
- × Nie wymieniaj z konkurentami konkurencyjnych informacji, w tym dotyczących cen, bezpośrednio lub za pośrednictwem uzgodnionego pośrednika.
- × Nie pytaj konkurentów o ceny lub inne konkurencyjne informacje ani nie informuj o obecnych lub przyszłych cenach Spółki na żądanie lub w inny sposób.
- × Nie rozmawiaj z konkurentami o klientach, którym Spółka nie zamierza sprzedać, ani o dostawcach, od których firma nie zamierza kupować.
- × Nie zgadzaj się na dzielenie terytoriów, produktów lub klientów z konkurencją.
- × Nie zgadzaj się, nie nakłaniaj oraz nie mów nikomu, aby nie prowadził interesów z kimś innym.
- × Nie omawiaj konkretnych planów strategicznych lub informacji marketingowych, w tym bieżących zdolności/ wykorzystania, rozwoju infrastruktury, przyszłych produktów lub planów rynkowych, lub innych wrażliwych informacji dotyczących konkurencji.

Jeśli znajdziesz się w sytuacji, gdy konkurent rozpocznie którykolwiek z tych tematów, natychmiast opuść pokój. Skontaktuj się z Działem prawnym Avient przy pierwszej możliwej okazji i udokumentuj incydent.



www.avient.com

Ameryka Północna

Global Headquarters Avon Lake,
Stany Zjednoczone

33587 Walker Road Avon Lake,
OH, Stany Zjednoczone 44012

Bezpłatny numer telefonu:
+1-866-765-9663
Numer telefonu: +1-440-930-1000
Faks: +440 930 3064

Azja i Pacyfik

Regional Headquarters
Shanghai, Chiny

2F, Block C 200 Jinsu Road
Pudong, 201206 Shanghai, Chiny

Tel. +86 (0) 21 6028 4888
Faks: +86 (0) 21 6028 4999

Ameryka Południowa

Regional Headquarters
Sao Paulo, Brazylia

Av. Francisco Nakasato, 1700
13295-000 Itupeva
Sao Paulo, Brazylia

Tel. +55 11 4593 9200

Europa

Regional Headquarters Pom-
merloch, Luksemburg

19 Route de Bastogne Pommer-
loch, Luksemburg, L-9638

Tel. +352 269 050 35
Faks: +352 269 050 45