



# POLITIQUE MONDIALE ANTITRUST D'AVIENT

MISE À JOUR : JUIN 2026

# TABLE DES MATIÈRES

Principe et objectif 1

## Notre politique antitrust

Présentation des lois antitrust	3
Conséquences de la non-conformité	4

## Domaines de préoccupation potentielle

Relations avec les concurrents (accords horizontaux)	6
Contacts avec les concurrents	7
Relations avec les clients (restrictions verticales)	8
Monopolisation (également appelée domination)	
Abus de pouvoir de marché	9
Discrimination par les prix	9

## Communications

Communications	11
----------------	----

## Exigences complémentaires de conformité

Exigences complémentaires de conformité	13
Signalement des préoccupations	13

## Principe et objectif

Avient soutient une concurrence loyale et honnête partout où nous exerçons nos activités. Nous respectons l'ensemble des lois antitrust et de concurrence à l'échelle mondiale, ce qui signifie que les lois de votre juridiction ou des juridictions concernées par votre activité doivent être comprises et respectées. Pour plus de clarté, les lois protégeant la concurrence sont désignées dans le monde entier comme des lois antitrust ou des lois sur la concurrence. Bien que chaque pays ait ses propres objectifs législatifs, il existe une convergence générale quant aux activités interdites. Chaque société affiliée d'Avient est tenue de respecter les lois applicables dans les pays où elle exerce ses activités, que ces comportements soient ou non spécifiquement mentionnés dans la présente politique.

Les lois antitrust protègent la concurrence. Elles traduisent la conviction que des marchés concurrentiels offriront aux consommateurs les meilleurs produits et services aux prix les plus bas. L'importance du respect des lois antitrust, tant au niveau mondial que local, ne saurait être surestimée. Premièrement, le respect de l'ensemble des lois applicables constitue la base de l'engagement d'Avient en faveur d'une conduite éthique. Deuxièmement, une violation des lois antitrust peut exposer Avient ainsi que vous-même à de lourdes sanctions pénales et civiles. Troisièmement, des violations du droit de la concurrence peuvent causer un préjudice réputationnel grave et affecter la position d'Avient sur le marché.

Toute personne travaillant pour Avient ou en son nom a la responsabilité et l'obligation personnelles de veiller à la mise en œuvre de cette Politique antitrust et de mener les activités d'Avient de manière éthique et conforme à la loi. La Société prendra des mesures disciplinaires à l'encontre de toute personne reconnue coupable de pratiques anticoncurrentielles, pouvant aller jusqu'au licenciement. Cette politique s'applique à toute personne qui travaille pour Avient et ses filiales, ou agit pour le compte d'Avient, partout dans le monde :

- Tous les employés et dirigeants
- Toutes les filiales, divisions et coentreprises
- Les prestataires, agents et autres tiers agissant pour le compte d'Avient (en vertu d'obligations contractuelles)

La présente Politique antitrust complète la section « Concurrence » du Code de conduite d'Avient. Toute question relative à cette Politique doit être adressée au service juridique d'Avient (« Juridique »).

# Notre politique antitrust



## Présentation des lois antitrust

Même s'il n'est pas attendu de vous que vous deveniez expert en droit antitrust, il est attendu de vous que vous ayez une connaissance suffisante de cette Politique antitrust pour reconnaître les problématiques potentielles de droit de la concurrence et solliciter l'avis du Juridique.

Plus de 120 pays appliquent des lois antitrust ou de concurrence couvrant l'activité commerciale dans la majeure partie du monde. En particulier, les États-Unis, l'Union européenne et le Royaume-Uni disposent d'autorités antitrust établies de longue date, dotées de pouvoirs étendus, et n'hésitent pas à appliquer leurs lois à des activités anticoncurrentielles menées à l'étranger. En outre, chaque État des États-Unis dispose de ses propres lois antitrust, en plus des lois fédérales.

Les pratiques commerciales anticoncurrentielles susceptibles d'affecter défavorablement le commerce national ou international peuvent enfreindre les lois antitrust, quel que soit le lieu où l'activité se déroule ou la nationalité des personnes concernées. Les autorités de concurrence peuvent appliquer leurs lois au-delà des frontières, assurant ainsi effectivement une régulation mondiale des activités anticoncurrentielles.

Voici quelques exemples de comportements interdits :

- Des accords visant à fixer les prix des produits fabriqués ou vendus
- Des accords visant à truquer des appels d'offres ou des mises en concurrence
- Des accords visant à se partager des zones géographiques
- Des accords visant à répartir des clients
- Des pratiques monopolistiques telles que les prix prédateurs, les prix abusifs ou les refus de vente sur le marché américain

### Lois antitrust américaines

Les lois antitrust fédérales américaines comprennent plusieurs textes, principalement le Sherman Act, le Clayton Act, le Robinson-Patman Act et le Federal Trade Commission Act. Ces lois constituent la pierre angulaire du droit antitrust américain et le fondement de nombreuses lois à travers le monde.

#### 1. Le Sherman Act :

- Interdit les accords qui restreignent de manière déraisonnable le commerce (notamment la fixation des prix, le truquage d'appels d'offres, la restriction de la production, la répartition des marchés et certains boycotts collectifs). Ces accords et actions sont considérés comme des violations « per se », c'est-à-dire illégales en elles-mêmes, indépendamment de leur impact sur le marché.
- Interdit les monopoles, les tentatives de monopolisation et les ententes visant à monopoliser (même si elles n'aboutissent pas).

#### 2. Le Clayton Act interdit :

- Certains accords de vente liée (conditionnant l'achat de deux produits ensemble), certaines exclusivités et certains contrats d'approvisionnement ayant un impact sur la concurrence.
- Certaines fusions et acquisitions entre entreprises concurrentes qui porteraient illicitement atteinte à la concurrence.

#### 3. Le Robinson-Patman Act interdit :

- La discrimination par les prix ainsi que la discrimination dans la fourniture de services promotionnels et d'avantages promotionnels entre clients concurrents par des vendeurs, dans certaines conditions.
- Le fait d'inciter à recevoir ou de recevoir sciemment un prix discriminatoire interdit. Il s'agit d'une violation fondée sur le comportement de l'acheteur.

#### 4. Le Federal Trade Commission Act interdit :

- Les pratiques qui violent la lettre ou l'esprit des autres lois antitrust.
- Les pratiques déloyales ou trompeuses à l'égard des consommateurs, telles que la publicité ou l'étiquetage trompeurs, l'absence de divulgation des défauts de produits et les pratiques déloyales de crédit.

Les questions antitrust abordées dans cette Politique s'appliquent de manière générale à la plupart des lois antitrust et de concurrence dans le monde. Chaque fois que vous envisagez de mener des activités sensibles au regard du droit antitrust, susceptibles d'avoir un effet aux États-Unis ou en dehors des États-Unis, vous devez consulter le Juridique avant d'agir.

## Conséquences de la non-conformité

Les lois antitrust peuvent être complexes et rédigées de manière large. Des violations peuvent se produire sans intention corruptrice et avoir de graves conséquences tant pour vous que pour Avient.

Par exemple, l'entente sur les prix constitue une infraction pénale passible d'une peine d'emprisonnement et de lourdes amendes pouvant aller jusqu'à 1 million de dollars pour les personnes physiques et 100 millions de dollars ou plus pour les entreprises. Même l'apparence d'un comportement anticoncurrentiel peut donner lieu à des allégations de violation du droit antitrust visant des entreprises et des individus.

### Le saviez-vous ?

Toute entreprise peut, de manière indépendante, refuser de faire affaire avec une autre entreprise, par exemple un client ou un fournisseur. En revanche, un accord entre concurrents visant à ne pas faire affaire avec des personnes ou des entreprises ciblées peut constituer un boycott illégal.



# Domaines de préoccupation potentielle



## Relations avec les concurrents (accords horizontaux)

Les violations les plus graves se produisent lorsque des concurrents conviennent, même de manière informelle ou implicite, de limiter la concurrence. Ces groupes de concurrents collusoires sont appelés des « cartels ». Leur accord n'a pas besoin d'être écrit ; une poignée de main, un clin d'œil ou une conversation conduisant à une action parallèle peut démontrer l'existence d'un accord.

Ces interdictions anticoncurrentielles s'appliquent aussi bien aux achats qu'aux ventes. Elles s'appliquent également non seulement à l'achat ou à la vente de biens, mais aussi aux services et au travail. Par conséquent, il est interdit au regard du droit antitrust de convenir avec des concurrents de limiter les rémunérations ou avantages, de ne pas recruter les salariés de concurrents, ou de coordonner les conditions d'emploi.

### **Vous ne devez jamais convenir avec un concurrent de :**

- Fixer des prix ou influencer les prix, remises, frais, suppléments, conditions de paiement ou autres conditions d'achat ou de vente.
- Communiquer, directement ou indirectement, toute information de prix actuelle ou future, toute intention de prix ou toute stratégie tarifaire.
- Truquer des offres, convenir de qui gagnera ou perdra un appel d'offres ou convenir de ne pas participer à une procédure d'appel d'offres.
- Partager les marchés par territoire, produit ou client.
- Limiter la production ou la qualité des produits afin de contrôler l'offre ou les prix.
- Boycoter une autre société ou convenir de ne pas faire affaire avec une autre société – par exemple un client ou un fournisseur commun.
- Ne pas recruter ou ne pas solliciter les employés de l'entreprise.
- Fixer ou limiter les salaires des employés, les conditions d'emploi ou les avantages.

## En savoir plus sur les offres – le saviez-vous ?

**Le truquage d'offres (Bid Rigging)** se produit lorsque des concurrents conspirateurs conviennent à l'avance de celui qui soumettra l'offre gagnante sur un contrat tout en semblant participer à une procédure concurrentielle. Dans certains schémas, un soumissionnaire moins-disant accepte de retirer son offre en faveur du soumissionnaire suivant en contrepartie d'un sous-contrat lucratif qui permet de se partager le prix illégalement majoré obtenu.

**La rotation des offres (Bid Rotation)** signifie que tous les conspirateurs soumettent des offres mais se relaient pour être le moins-disant. Par exemple, des concurrents peuvent se relayer sur des contrats selon leur taille, en répartissant des montants égaux entre les conspirateurs ou des volumes correspondant à la taille de chaque société conspiratrice. Un schéma strict de rotation des offres contrevient au hasard et suggère l'existence d'une collusion.

**La suppression d'offres (Bid Suppression)** signifie qu'un ou plusieurs concurrents qui, autrement, seraient censés soumettre une offre, ou qui l'ont fait auparavant, conviennent de s'abstenir de soumissionner ou de retirer une offre déjà remise afin que l'offre du concurrent désigné comme gagnant soit acceptée.

## Contacts avec les concurrents

Dans le cours normal des affaires, vous pouvez être en contact avec des concurrents. Dans certains cas, vos clients peuvent également être vos concurrents ou vos fournisseurs. Vos concurrents peuvent aussi être vos amis ou d'anciens collègues. Vous devez faire preuve de la plus grande prudence lorsque vous êtes en contact avec des concurrents. Il est important de respecter les limites de ce qui peut être discuté avec un concurrent et de la façon dont ces conversations peuvent être perçues par d'autres. Tout ce qu'il vous est interdit de faire ne doit pas non plus être discuté. Vous pouvez être condamné sur la base des apparences – de ce qu'un procureur ou un jury pense que vous avez fait – même si vous êtes innocent.

Lorsqu'il existe un besoin commercial légitime d'avoir une réunion ou une discussion avec un concurrent, les étapes suivantes sont requises :

- Documenter à l'avance l'objectif commercial de la discussion au moyen d'un ordre du jour écrit ou d'un échange d'e-mails identifiant les sujets de discussion.
- Limiter la discussion à l'objet identifié.
- N'inclure que les personnes nécessaires à la finalité commerciale de la discussion.
- Conserver une trace de la réunion/discussion, comprenant notamment :
  - la date, l'heure et le lieu de la réunion
  - les participants
  - toutes les questions discutées ; et
  - toutes les mesures de suivi convenues
- Faire examiner par le Juridique l'ordre du jour, les e-mails et tout enregistrement de réunion.

**Les associations professionnelles** et les groupes de normalisation peuvent être utiles, mais ils présentent des risques car, pour représenter efficacement leur secteur, des concurrents seront en contact via des comités et des réunions. N'adhérez à une association professionnelle légitime ou n'y participez qu'avec un objectif commercial clair et suivez les lignes directrices. Pour plus de détails, [consultez les bonnes pratiques et interdictions antitrust applicables aux salons et réunions sectorielles](#).

**À faire** – Maintenir des conversations professionnelles et limitées à des sujets publics et non sensibles.

**À ne pas faire** – Ne pas discuter des prix, coûts, marges, remises, offres, capacités, niveaux de production, listes de clients, territoires ou projets futurs.

### Si un concurrent aborde un sujet interdit :

1. **Mettez fin à la conversation et quittez immédiatement les lieux.**
2. **Si vous êtes en réunion, demandez que votre départ soit consigné dans le procès-verbal.**
3. **Documentez** qui était présent, où et quand cela s'est produit, et ce qui a été dit.
4. **Signalez** immédiatement l'incident au Juridique.

### Sources d'informations concurrentielles

La collecte de données de marché, y compris des informations sur les prix pratiqués par nos concurrents et leurs actions sur le marché, nous aide à concurrencer plus efficacement. Toutefois, l'acquisition de ces informations directement auprès de concurrents est strictement interdite, car l'échange d'informations sensibles peut impliquer l'existence d'un accord. Les informations concurrentielles ne peuvent être obtenues qu'à partir de sources légitimes, telles que :

- Publications sectorielles
- Médias publics, y compris internet
- Clients
- Consultants légitimes

Documentez la source et la date des informations concurrentielles collectées. Bien que les clients et les consultants constituent des sources légitimes d'informations concurrentielles, ne sollicitez pas régulièrement ces informations auprès d'eux, car cela pourrait donner l'impression qu'ils agissent comme intermédiaires pour communiquer avec des concurrents. Ne recevez pas et n'utilisez pas d'informations concurrentielles provenant d'une source inconnue.

## Relations avec les clients (restrictions verticales)

Les restrictions verticales couvrent toute pratique qui restreint ou limite la liberté d'action d'un client ou d'un distributeur quant à l'endroit où, auprès de qui ou à qui ils peuvent acheter ou revendre des produits, ainsi qu'aux prix de revente des produits.

### En savoir plus sur la tarification – le saviez-vous ?

**Exclusivité** – Un accord qui interdit à un client de commercialiser les produits d'un concurrent.

**Vente liée** – Subordonner la vente d'un produit ou service à l'achat d'un autre produit ou service.

**Exigence de gamme complète ou vente groupée** – Exiger que le client achète une gamme complète ou un ensemble de produits afin d'avoir le droit d'acheter un produit individuel de cette gamme.

**Réciprocité d'achat** – Tout accord avec un client qui dit : « J'achèterai chez vous à condition que vous achetiez chez moi. »

**Restrictions territoriales et de clientèle** – Limiter la liberté d'un distributeur de revendre en dehors d'un territoire attribué ou à certains clients ou catégories de clients.

Vérifiez toujours avec le Juridique avant de :

- Fixer des prix de revente ou tenter de contrôler les prix, remises ou conditions d'un revendeur.
- Exiger l'exclusivité (un client ne peut pas acheter ailleurs).
- Lier des produits (vendre un produit uniquement si le client achète également un autre produit).
- Regrouper des produits (imposer l'achat d'une gamme complète pour obtenir un article).
- Limiter le territoire ou le groupe de clients d'un revendeur.
- Convenir d'une réciprocité d'achat (« nous achetons chez vous si vous achetez chez nous »).

À condition que ces restrictions soient fixées indépendamment (c'est-à-dire qu'elles ne fassent pas partie d'un accord avec des concurrents), de telles restrictions verticales ne violeront pas automatiquement les lois antitrust. Étant donné que déterminer si des restrictions verticales sont licites nécessite une analyse juridique et économique complexe, vous devez consulter le Juridique avant de mettre en place l'un quelconque de ces types de restrictions.



## Monopolisation (également appelée domination) – Abus de pouvoir de marché

Les lois antitrust interdisent le comportement unilatéral d'une entreprise lorsqu'il restreint de manière déraisonnable la concurrence en créant ou en maintenant un monopole, ainsi que les tentatives de monopolisation et les ententes en vue de monopoliser.

Si une entreprise détient une part de marché élevée, ou a une perspective raisonnable de l'obtenir, un comportement qui limite la capacité d'autres acteurs à concurrencer peut être illégitime. Un comportement susceptible d'être autorisé pour de petites entreprises peut être illégitime pour une entreprise en position monopolistique. Toutefois, une part de marché élevée en elle-même ne viole pas les lois antitrust, et une entreprise ne violera pas ces lois si son comportement consiste uniquement à concurrencer sur la base de prix plus bas, de meilleurs produits ou d'un meilleur service.

Même sans pouvoir de marché, il peut être illégitime de prendre des mesures visant à dominer un marché, à contrôler les prix de marché ou à exclure d'autres entreprises du marché. Par exemple, lorsqu'une entreprise dispose d'une position de marché substantielle, il serait illégitime de tenter de couper les canaux de distribution ou les sources d'approvisionnement d'un concurrent afin de le chasser du marché. Des prix inférieurs aux coûts peuvent constituer un indice de comportement prédateur. L'existence de l'intention requise de nuire à un concurrent ou de l'éliminer est généralement prouvée par des éléments circonstanciels. S'il peut être démontré qu'une action n'avait aucune justification commerciale autre que de nuire à un concurrent, cette intention peut être présumée. Afin d'éviter de telles allégations, vous ne devez jamais adopter un comportement concurrentiel qui ne puisse être justifié par de solides considérations commerciales.

Les employés d'Avient doivent être conscients de savoir s'ils travaillent sur un marché où Avient détient un pouvoir monopolistique (la capacité d'augmenter unilatéralement les prix ou d'exclure des concurrents) ou une part de marché indicative d'un tel pouvoir (généralement, sans s'y limiter, une part de marché supérieure à environ 40 %). Dans de tels marchés, vous devez consulter le Juridique avant d'instaurer toute restriction verticale.

En outre, vous devez consulter le service juridique avant de fixer les prix des produits au niveau du coût variable ou en dessous. En résumé :

- Ne prenez pas de mesures visant uniquement à nuire à un concurrent ou à le pousser hors du marché.
- Ne pratiquez pas de prix inférieurs aux coûts sans examen par le Juridique.
- Veillez à ce que toute action concurrentielle repose sur une raison commerciale solide.

## Discrimination par les prix

Les lois antitrust interdisent aux entreprises de pratiquer une discrimination de prix pour les mêmes produits vendus à des clients placés dans une situation comparable, ou de fournir différents niveaux de soutien promotionnel ou publicitaire. Les lois relatives à la discrimination par les prix prévoient plusieurs moyens de défense ou exceptions, notamment des offres de bonne foi en réponse à des prix plus bas proposés par un concurrent, ainsi que des écarts de prix entre clients fondés sur le coût de fabrication, de vente ou de livraison des biens. Chaque moyen de défense comporte des exigences spécifiques. Il est donc essentiel de contacter le Juridique pour obtenir des conseils lorsqu'une tarification différenciée peut être utilisée.



# Communications



## Communications

Les documents et communications internes, tels que les notes, e-mails, discussions instantanées, messages vocaux, présentations et SMS, peuvent être collectés et utilisés comme éléments de preuve dans le cadre d'une enquête ou d'un contentieux antitrust. Veillez à éviter tout langage imprécis ou négligent qui pourrait être mal interprété ou sorti de son contexte pour donner l'apparence d'une activité illégale. Si vous avez des questions sur la manière de documenter correctement les activités commerciales ou de communiquer à l'extérieur, contactez votre interlocuteur juridique.



# Exigences complémentaires de conformité



## Exigences complémentaires de conformité

Avient est soumise à des lois antitrust couvrant certains sujets non décrits dans ce document – tels que le contrôle des concentrations, les coentreprises et les limitations relatives aux mandats d'administrateurs – et s'y conforme. Comme ces questions sont gérées en étroite coopération avec les conseils juridiques, aucun résumé de ces sujets n'est inclus dans la présente Politique.



### Signalement des préoccupations

Tout employé ayant des raisons de croire qu'une violation de cette Politique s'est produite, ou peut se produire, doit signaler rapidement sa préoccupation à l'une quelconque ou à l'ensemble des ressources ci-dessous afin qu'une enquête approfondie puisse être menée.

- Votre supérieur hiérarchique ou tout responsable d'Avient
- Le/La Corporate Ethics Officer par e-mail à [ethics.officer@avient.com](mailto:ethics.officer@avient.com)
- Le/La General Counsel d'Avient par e-mail à [legal.officer@avient.com](mailto:legal.officer@avient.com)
- Tout membre du service juridique
- La ligne éthique d'Avient, disponible 24h/24 et 7j/7 dans le monde entier sur


**via un QR code**



**[avient.ethicspoint.com](http://avient.ethicspoint.com)**


**1-877-228-5410 (États-Unis/Canada)**

Une société indépendante reçoit tous les signalements et transmet les informations à la fonction Éthique de l'entreprise. Tous les signalements seront traités de manière confidentielle dans la mesure du possible.

Avient interdit toute représaille à l'encontre de quiconque soulève une préoccupation de bonne foi. Toute personne exerçant des représailles s'expose à des mesures disciplinaires pouvant aller jusqu'au licenciement.



[www.avient.com](http://www.avient.com)

**Amérique du Nord**

33587 Walker Road  
Avon Lake, OH,  
États-Unis 44012

Numéro gratuit: +1 866 765 9663  
Téléphone : +1 440 930 1000

**Asie-Pacifique**

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

Téléphone : +86 (0) 21 6028 4888

**Amérique du Sud**

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

Telephone: +55 11 4593 9200

**Europe**

19 Route de Bastogne  
Pommerloch,  
Luxembourg, L-9638

Téléphone : +352 269 050 35