



POLÍTICA GLOBAL DE ANTITRUSTE DA AVIENT

ATUALIZADA: JUNHO DE 2026

ÍNDICE

Princípio e finalidade 1

Nossa política antitruste

Visão geral das leis antitruste 3

Consequência do não cumprimento 4

Áreas de potencial preocupação

Relacionamento com concorrentes (acordos horizontais) 6

Contatos com concorrentes 7

Relacionamento com clientes (restrições verticais) 8

Monopolização (também chamada de dominância) — Abuso de poder de mercado 9

Discriminação de preços 9

Comunicações

Comunicações 11

Conformidade adicional

Conformidade adicional 13

Reporte de preocupações 13

Princípio e finalidade

A Avient apoia a concorrência justa e honesta em todos os locais onde faz negócios. Cumprimos globalmente todas as leis antitruste e de concorrência, o que significa que as leis da sua jurisdição, ou das jurisdições impactadas pelo seu negócio, devem ser compreendidas e seguidas. Para maior clareza, as leis que protegem a concorrência são referidas em todo o mundo como leis antitruste ou leis de concorrência. Embora cada país tenha seus próprios objetivos legislativos, existe uma convergência geral quanto às atividades proibidas. Cada afiliada da Avient é obrigada a cumprir as leis aplicáveis nos países em que atua, estejam ou não especificamente referidas nesta política.

As leis antitruste protegem a concorrência. Essas leis refletem a convicção de que mercados competitivos oferecerão aos consumidores os melhores produtos e serviços aos menores preços. A importância de cumprir as leis antitruste em nível global e local não pode ser exagerada. Em primeiro lugar, a conformidade com todas as leis relevantes é a base do compromisso da Avient com a conduta ética. Em segundo lugar, uma violação da lei antitruste pode expor a Avient e você pessoalmente a graves sanções criminais e civis. Em terceiro lugar, violações das leis de concorrência podem causar sérios danos reputacionais e impactar a posição da Avient no mercado.

Toda pessoa que trabalha para ou em nome da Avient tem responsabilidade pessoal e obrigação de assegurar a implementação desta política de Antitruste e de conduzir as atividades comerciais da Avient de forma ética e em conformidade com a lei. A empresa adotará medidas disciplinares contra qualquer pessoa que tenha se envolvido em práticas anticoncorrenciais, inclusive a rescisão do vínculo. Esta política aplica-se a todos que trabalham para a Avient e suas subsidiárias ou atuam em nome da Avient em qualquer lugar do mundo:

- Todos os empregados e executivos
- Todas as subsidiárias, divisões e joint ventures
- Prestadores de serviços, agentes e outros terceiros que atuem em nome da Avient (por meio de obrigações contratuais)

Esta política de Antitruste complementa a seção de Concorrência do Código de Conduta da Avient. Dúvidas sobre a política devem ser dirigidas ao Departamento Jurídico da Avient (“Jurídico”).

Nossa política antitruste



Visão geral das leis antitruste

Embora não se espere que você se torne especialista na complexidade do direito antitruste, espera-se que tenha familiaridade suficiente com esta política de Antitruste para reconhecer potenciais questões antitruste e buscar orientação do Jurídico.

Mais de 120 países aplicam leis antitruste ou de concorrência que abrangem a atividade comercial na maior parte do mundo. Em particular, os Estados Unidos, a UE e o Reino Unido têm autoridades antitruste bem estabelecidas, com amplo alcance, e não hesitam em aplicar suas leis a atividades anticoncorrenciais no exterior. Além disso, cada estado dos Estados Unidos possui leis antitruste próprias, além das leis federais.

Práticas comerciais anticoncorrenciais que possam afetar adversamente o comércio doméstico ou estrangeiro podem violar as leis antitruste, independentemente de onde a atividade ocorra ou das nacionalidades das pessoas envolvidas. As autoridades de concorrência podem aplicar suas leis além-fronteiras, assegurando de forma efetiva a regulação global de atividades anticoncorrenciais.

Exemplos de condutas proibidas incluem:

- Acordos para fixar preços de produtos produzidos ou vendidos
- Acordos para fraudar propostas ou licitações
- Acordos para dividir regiões geográficas
- Acordos para alocar clientes
- Práticas monopolísticas, como preços predatórios, preços excessivos ou recusas de negociação no mercado dos EUA

Leis Antitruste dos EUA

As leis federais antitruste dos Estados Unidos incluem uma série de estatutos, principalmente o Sherman Act, o Clayton Act, o Robinson-Patman Act e o Federal Trade Commission Act. Essas leis constituem a base do direito antitruste dos EUA e o fundamento de muitas leis globais.

1. O Sherman Act:

- Proíbe acordos que restrinjam de forma irrazoável o comércio (incluindo fixação de preços, fraude em propostas, restrição de produção, alocação de mercados e determinados boicotes coletivos). Esses acordos e ações são considerados violações “per se”, o que significa que são, por si só, ilegais, independentemente do impacto no mercado.
- Proíbe monopólios, tentativas de monopolização e conspirações para monopolizar (mesmo que não tenham êxito).

2. O Clayton Act proíbe:

- Determinadas práticas de venda casada (vinculação da compra de dois produtos), exclusividade e contratos de fornecimento que impactem a concorrência.
- Determinadas fusões e aquisições entre empresas concorrentes que prejudiquem ilicitamente a concorrência.

3. O Robinson-Patman Act proíbe:

- Discriminação de preços e discriminação na prestação de serviços promocionais e concessão de verbas promocionais entre clientes concorrentes por parte de vendedores, em determinadas condições.
- O induzimento ou o recebimento consciente de um preço discriminatório proibido. Trata-se de uma violação baseada na conduta do comprador.

4. O Federal Trade Commission Act proíbe:

- Práticas que violem a letra ou o espírito de outras leis antitruste.
- Práticas que sejam desleais ou enganosas para os consumidores, como publicidade ou rotulagem enganosa, a omissão de defeitos do produto e práticas desleais de relatório de crédito.

As questões antitruste discutidas nesta política aplicam-se amplamente à maioria das leis antitruste e de concorrência em todo o mundo. Sempre que você pretender se envolver em atividades sensíveis do ponto de vista antitruste que possam produzir efeitos dentro ou fora dos EUA, deverá consultar o Departamento Jurídico antes de agir.

Consequência do não cumprimento

As leis antitruste podem ser complexas e redigidas de forma ampla. Violações podem ocorrer sem intenção corrupta e podem levar a consequências sérias tanto para você quanto para a Avient.

Por exemplo, a fixação de preços é crime e pode resultar em pena de prisão e multas elevadas — de até US\$ 1 milhão para indivíduos e US\$ 100 milhões ou mais para empresas. Mesmo a aparência de comportamento anticoncorrencial pode levar a alegações de violações antitruste contra empresas e indivíduos.

Você sabia?

Qualquer empresa pode, de forma independente, recusar-se a fazer negócios com outra empresa, como um cliente ou fornecedor. No entanto, um acordo entre concorrentes para não fazer negócios com indivíduos ou empresas específicas pode constituir um boicote ilegal.



Áreas de potencial preocupação



Relacionamento com concorrentes (acordos horizontais)

As violações mais graves ocorrem quando concorrentes concordam, mesmo que informal ou implicitamente, em limitar a concorrência. Esses grupos de concorrentes conluídos são conhecidos como “cartel”. O acordo não precisa ser escrito; um aperto de mão, uma piscadela ou uma conversa que leve a ação paralela pode evidenciar o acordo.

Essas proibições anticoncorrenciais aplicam-se tanto à contratação quanto à venda. Além disso, aplicam-se não apenas à compra ou venda de bens, mas também a serviços e trabalho. Como resultado, acordar com concorrentes a limitação de remuneração ou benefícios, a não contratação de empregados de concorrentes, ou a coordenação de termos de emprego é proibido pelas leis antitruste.

Você nunca deve concordar com um concorrente em:

- Fixar preços ou influenciar preços, descontos, taxas, sobretaxas, condições de pagamento ou outras condições de compra ou venda.
- Comunicar, direta ou indiretamente, qualquer informação atual ou futura sobre preços, intenções de preço ou estratégias de precificação.
- Fraudar propostas, acertar quem ganhará ou perderá uma licitação ou combinar a não participação em um processo licitatório.
- Dividir mercados por território, produto ou cliente.
- Limitar produção ou qualidade do produto para controlar oferta ou preço.
- Boicotar ou concordar em não fazer negócios com outra empresa — como um cliente ou fornecedor comum.
- Não contratar ou não abordar empregados da empresa.
- Definir ou limitar salários de empregados, condições de emprego ou benefícios.

Mais sobre propostas — você sabia?

Fraude em propostas (Bid Rigging) ocorre quando concorrentes conspiradores combinam antecipadamente quem apresentará a proposta vencedora em um contrato durante um processo competitivo de licitação. Em alguns esquemas, um proponente de menor preço concorda em retirar sua proposta em favor do próximo menor proponente em troca de um subcontrato lucrativo, dividindo entre si o preço mais alto obtido ilícitamente.

Rodízio de propostas (Bid Rotation) significa que todos os conspiradores apresentam propostas, mas se alternam como o proponente de menor preço. Por exemplo, concorrentes podem alternar contratos de acordo com o tamanho do contrato, alocando valores iguais a cada conspirador ou volumes correspondentes ao tamanho de cada empresa conspiradora. Um padrão rígido de rodízio de propostas contraria a lei do acaso e sugere a existência de conluio.

Supressão de propostas (Bid Suppression) significa que um ou mais concorrentes que, de outra forma, seria esperado que apresentassem proposta, ou que já tenham apresentado propostas anteriormente, concordam em não participar ou em retirar uma proposta anteriormente apresentada para

Contatos com concorrentes

No curso normal dos negócios, você pode entrar em contato com concorrentes. Em alguns casos, seus clientes também podem ser seus concorrentes ou fornecedores. Seus concorrentes também podem ser seus amigos ou ex-colegas de trabalho. Você deve ter extrema cautela ao manter contato com concorrentes. É importante respeitar os limites do que pode ser discutido com um concorrente e de como as conversas entre concorrentes podem ser percebidas por terceiros. Tudo aquilo que você está proibido de fazer também não deve ser discutido. Você pode ser condenado com base nas aparências — no que o promotor ou um júri achar que você fez — mesmo que seja inocente.

Quando houver uma necessidade legítima de negócios para uma reunião ou discussão com um concorrente, as seguintes etapas são obrigatórias:

- Documentar previamente o propósito comercial da discussão por meio de uma agenda escrita ou de troca de e-mails identificando os tópicos a serem discutidos.
- Restringir a discussão ao propósito identificado.
- Incluir apenas as pessoas necessárias para o propósito comercial da discussão.
- Registrar a reunião ou a discussão, incluindo o seguinte:
 - data, hora e local da reunião
 - participantes
 - todos os assuntos discutidos; e
 - todas as ações de acompanhamento acordadas
- Revisar com o Jurídico a agenda, os e-mails e quaisquer gravações das reuniões.

Associações comerciais e grupos de normalização podem ser úteis, mas trazem risco porque, para representarem efetivamente o setor, concorrentes estarão em contato por meio de comitês e reuniões. Associe-se ou participe de associações comerciais legítimas apenas com um propósito comercial claro e siga a orientação. Para mais detalhes, [consulte as práticas recomendadas e vedadas para eventos setoriais e feiras sob a ótica antitruste.](#)

Faça — Mantenha as conversas profissionais e limitadas a temas públicos e não sensíveis.

Não faça — Não discuta preços, custos, margens, descontos, propostas, capacidade, níveis de produção, listas de clientes, territórios ou planos futuros.

Se um concorrente levantar um tema proibido:

- **Interrompa a conversa e saia imediatamente.**
- **Se você estiver em uma reunião, peça que sua saída conste na ata.**
- **Documente** quem estava presente, onde e quando ocorreu e o que foi dito.
- **Reporte** o incidente imediatamente ao Jurídico.

Fontes de informação competitiva

A coleta de dados de mercado, incluindo informações sobre preços dos nossos concorrentes e suas ações no mercado, ajuda-nos a competir de forma mais eficaz. No entanto, a obtenção direta dessas informações junto a concorrentes é estritamente proibida, porque a troca de informações sensíveis pode implicar a existência de um acordo. Informações competitivas só podem ser obtidas de fontes legítimas, tais como:

- Publicações do setor
- Mídia pública, incluindo a internet
- Clientes
- Consultores legítimos

Documente a fonte e a data das informações competitivas coletadas. Embora clientes e consultores sejam fontes legítimas de informação competitiva, não solicite regularmente essas informações, pois isso pode dar a impressão de que estão atuando como intermediários para se comunicar com concorrentes. Não receba nem utilize informações competitivas obtidas de fonte desconhecida.

Relacionamento com clientes (restrições verticais)

Restrições verticais envolvem qualquer prática que restrinja ou limite a liberdade de ação de um cliente ou distribuidor quanto a onde, de quem ou para quem eles podem comprar ou revender produtos, bem como os preços de revenda desses produtos.

Mais sobre precificação — você sabia?

Exclusividade — Um acordo que proíbe um cliente de comercializar produtos de um concorrente.

Venda casada — Condicionar a venda de um produto ou serviço à compra de outro produto ou serviço.

Exigência de linha completa ou pacote — Exigir que o cliente compre uma linha completa ou um conjunto de produtos para ter direito à compra de um item individual daquela linha.

Reciprocal dealing — Qualquer acordo com um cliente que diga: “eu compro de você desde que você compre de mim”.

Restrições territoriais e de clientes — Limitar a liberdade de um distribuidor de revender fora de um território designado ou para determinados clientes ou categorias de clientes.

Sempre verifique com o Jurídico antes de:

- Definir preços de revenda ou tentar controlar preços, descontos ou condições de um revendedor.
- Exigir exclusividade (o cliente não pode comprar de terceiros).
- Vincular produtos (vender um produto apenas se o cliente também comprar outro produto).
- Agrupar produtos (exigir a compra de uma linha completa para obter um item).
- Limitar o território ou o grupo de clientes de um revendedor.
- Concordar com reciprocidade (“compramos de você se você comprar de nós”).

Desde que as restrições sejam definidas de forma independente (isto é, não como parte de um acordo com concorrentes), tais restrições verticais não violarão automaticamente as leis antitruste. Como determinar se restrições verticais são lícitas exige análise jurídica e econômica complexa, é obrigatório consultar o Jurídico antes de implementar qualquer um desses tipos de restrição.



Monopolização (também chamada de dominância) — Abuso de poder de mercado

As leis antitruste proíbem condutas unilaterais de uma única empresa que restrinjam de forma irrazoável a concorrência ao criar ou manter um monopólio, bem como tentativas de monopolização e conspirações para monopolizar.

Se uma empresa tiver elevada participação de mercado, ou se houver uma perspectiva razoável de obtê-la, condutas que limitem a capacidade de outros concorrerem podem ser ilícitas. Condutas que podem ser permitidas para empresas menores podem ser ilegais para uma monopolista. No entanto, uma elevada participação de mercado, por si só, não viola as leis antitruste, e uma empresa não violará essas leis se sua conduta consistir apenas em competir com preços mais baixos, melhores produtos ou melhor serviço.

Mesmo sem poder de mercado, pode ser ilícito tomar medidas para dominar um mercado, controlar preços de mercado ou excluir outras empresas do mercado. Por exemplo, quando a empresa possui posição substancial de mercado, seria ilícito tentar cortar os canais de distribuição ou as fontes de suprimento de um concorrente para tirá-lo do mercado. Preços abaixo do custo podem ser indício de conduta predatória. A existência da intenção necessária de prejudicar ou eliminar um concorrente geralmente é comprovada por evidências circunstanciais. Se for demonstrado que não havia justificativa comercial para uma ação além de prejudicar um concorrente, a intenção pode ser presumida. Para evitar tais alegações, você nunca deve se envolver em conduta competitiva que não possa ser justificada por razões comerciais sólidas.

- Empregados da Avient devem estar cientes se atuam em um mercado em que a Avient detém poder monopolístico (a capacidade de elevar preços unilateralmente ou excluir concorrentes) ou uma participação de mercado indicativa de poder monopolístico (normalmente, embora não exclusivamente, acima de aproximadamente 40%). Em tais mercados, você deve consultar o Jurídico antes de instituir quaisquer restrições verticais.

Além disso, você deve consultar o Departamento Jurídico antes de precificar produtos ao custo variável ou abaixo dele. Em resumo:

- Não tome medidas destinadas apenas a prejudicar um concorrente ou forçá-lo a sair do mercado.
- Não pratique preços abaixo do custo sem análise do Jurídico.
- Certifique-se de que toda ação competitiva tenha um fundamento comercial sólido.

Discriminação de preços

As leis antitruste proíbem que empresas discriminem nos preços cobrados pelos mesmos produtos vendidos a clientes em situação semelhante ou forneçam diferentes níveis de apoio promocional ou publicitário. As leis sobre discriminação de preços têm várias defesas ou exceções, incluindo ofertas de boa-fé em resposta a preços mais baixos de um concorrente e diferenciais de preços para clientes com base no custo de fabricar, vender ou entregar os bens. Cada defesa tem requisitos específicos. Portanto, é essencial contatar o Jurídico para orientação quando se pretender utilizar preços diferenciados.



Comunicações



Comunicações

Documentos e comunicações internas, como notas, e-mails, chats, mensagens de voz, apresentações e mensagens de texto, podem ser coletados e utilizados como prova em uma investigação ou litígio antitruste. Tenha cuidado para evitar linguagem descuidada ou imprecisa que possa ser mal interpretada ou tirada de contexto para sugerir aparência de atividade ilegal. Se tiver dúvidas sobre como documentar adequadamente atividades comerciais ou sobre comunicações externas, procure seu contato do Jurídico.



Conformidade adicional



Conformidade adicional

A Avient está sujeita e cumpre leis antitruste que abrangem temas não descritos neste documento, como controle de concentrações, joint ventures e limitações à participação em conselhos. Como essas matérias são geridas de perto em cooperação com assessoria jurídica, esta política não inclui resumos desses tópicos.



Reporte de preocupações

Qualquer empregado que tenha motivo para acreditar que ocorreu, ou poderá ocorrer, uma violação desta política deve reportar prontamente sua preocupação a qualquer ou a todos os recursos abaixo, para que uma investigação completa possa ser conduzida.

- Seu supervisor ou qualquer gerente da Avient
- O Corporate Ethics Officer, por e-mail em ethics.officer@avient.com
- O General Counsel da Avient, por e-mail em legal.officer@avient.com
- Qualquer membro do Departamento Jurídico
- A Linha de Ética da Avient, disponível globalmente

 **Por QR code** 

 **avient.ethicspoint.com**

 **1-877-228-5410 (EUA/CAN)**

Uma empresa independente recebe todos os relatos e reporta as informações à área de Ética Corporativa. Todos os relatos serão mantidos confidenciais na medida do possível.

A Avient proíbe retaliação contra qualquer pessoa que levante uma preocupação de boa-fé. Quem praticar retaliação estará sujeito a medidas disciplinares, inclusive desligamento.



www.avient.com

América do Nort

33587 Walker Road
Avon Lake, OH,
Estados Unidos 44012

Ligação gratuita: +1 866 765 9663
Telephone: +1 440 930 1000

Ásia-Pacífico

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

Telephone: +86 (0) 21 6028 4888

América do Sul

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

Telephone: +55 11 4593 9200

Europa

19 Route de Bastogne
Pommerloch, Luxembourg,
L-9638

Telephone: +352 269 050 35