

Antitrustprinsipper

Formål

Graphic Packaging International, LLC og dets datterselskaper (fellesbetegnelse: «selskapet» eller «GPI») overholder alle føderale, statlige og globale antitrust- og konkurranselover fullt ut. Selskapet tror på det frie markedssystemet, og å overholde disse lovene er av avgjørende betydning for å bevare GPIs omdømme som et selskap med høye standarder for etisk opptreden. Selskapet har utarbeidet disse antitrustprinsippene for å lære medarbeiderne om antitrust- og konkurranselovene som er mest aktuelle for vår virksomhet.

Prisdiskusjoner med konkurrenter

Det er viktig at medarbeidere unngår all direkte og indirekte kommunikasjon med konkurrenter om priser, selv om det av og til er nødvendig å kommunisere med konkurrenter fordi de også er våre kunder eller leverandører. Antitrustlovene har et absolutt forbud mot avtaler om prisfastsetting mellom konkurrenter eller potensielle konkurrenter.

Det er spesifikt ulovlig for konkurrenter å avtale hvilke priser én av dem eller begge skal ta for produkter eller tjenester. Begrepet «pris» tolkes i vid forstand til å omfatte ikke bare utsalgsprisen på produktet, men også vilkårene for betaling, transportkostnader, rabatter, prisavslag eller andre betingelser. Loven definerer også begrepet «avtale» i vid forstand til å omfatte mer enn bare formelle, underskrevne kontrakter. Enhver *forståelse* mellom konkurrenter om å endre eller stabilisere priser er ulovlig. Domstoler har for eksempel antatt at det foreligger en avtale når konkurrenter har økt prisene etter en uformell diskusjon om problemer som følge av økte kostnader. Det spiller ingen rolle om konkurrentene spesifikt har avtalt å øke prisene eller om de har avtalt en spesifikk pris. Det faktum at konkurrenter har økt prisene etter å ha diskutert med hverandre, kan i seg selv være nok til å anta at det eksisterer en avtale om prisfastsetting.

Siden antitrustlovene definerer «avtale» og «pris» i så vid forstand, skal medarbeidere unngå diskusjoner med en konkurrent eller potensiell konkurrent om selskapets eller konkurrentens:

- forhenværende, nåværende eller fremtidige priser
- prispolitikk
- rabatter
- kampanjer
- salgsvilkår eller -betingelser
- fortjeneste eller fortjenestemarginer
- kostnader
- produksjonsbegrensninger eller planer om driftsstans
- lagerbeholdning

Antitrustlovene tar også høyde for at konkurrenter kan benytte ulike teknikker for å undergrave konkurransen. Konkurrenter har ikke lov til å avtale at de ikke skal konkurrere om en viss kunde eller innenfor et bestemt område, fordi en slik avtale ville begrense en kundes utvalg av varer og tjenester. Ifølge antitrustlovene er det ulovlig å avtale med konkurrenter å dele opp områder, fordele kunder eller nekte å handle med en bestemt leverandør eller kunde.

Hvis en konkurrent forsøker å diskutere denne typen informasjon med en medarbeider, skal medarbeideren svare at han/hun ikke ønsker å delta i slike ulovlige diskusjoner og skal avslutte samtalen. Medarbeidere skal alltid varsle om en konkurrents forsøk på en samtale som er ulovlig i henhold til disse prinsippene, ved hjelp av en av varslingsmetodene som er beskrevet nedenfor.

Når en konkurrent også er kunde eller leverandør

GPI selger kartong til uavhengige bearbeidingsaktører, som kan konkurrere om salg av bearbeidede produkter med GPIs bearbeidingsanlegg. Siden GPI konkurrerer med egne kunder, kan antitrustlovene komme til anvendelse på GPIs drift og aktiviteter. I tillegg kan GPIs salgskontrakter med kunder inneholde konfidensialitetsforpliktelser som

begrenser GPIs bruk av informasjon selskapet får under forhandlingene. GPIs salgspersonanter og prisspesialister skal også være nøye med å unngå å innhente konkurransemessig sensitive opplysninger fra kunder som GPIs bearbeidingsvirksomheter kan bruke mot dem. GPIs salgspersonell skal spesifikt unngå diskusjoner med kunder om bearbeidingskunders:

- salgsvolum, priser, kostnader (unntatt for fiber) eller marginer
- kunders identiteter, geografiske beliggenhet eller priser
- planer for ekspansjon eller tilbaketreking eller andre konkurransemessig sensitive emner

Volumbaserte priser skal gis uten spesifikke volummål, i den grad det er mulig. Hvis salgspersonell bruker volummål ved fastsetting av priser til bearbeidingskunder, skal de påse at informasjonen ikke formidles til GPI-personell med pris- eller salgansvar for bearbeidingsvirksomheter som kan stå i et konkurranseforhold til bearbeidingskunden. Andre konkurransemessig sensitive opplysninger som GPIs salgspersonell eventuelt får om kunders volum, priser til kunder eller lignende emner, bevisst eller ubevisst, skal heller ikke formidles til GPI-personell som er involvert i prisfastsetting eller salgsaktiviteter for konkurrerende bearbeidingsvirksomheter.

Medarbeidere skal være svært forsiktige i samhandling med kunder eller leverandører som også er konkurrenter, og skal begrense diskusjoner til forretningsformålet med møtet, som gjenspeilt i en dokumentert agenda.

Handelsforeninger og messer

Selv om aktiviteter i regi av handelsforeninger i utgangspunktet er lovlige og konkurransefremmende, utgjør de også en viss antitrustrisiko fordi konkurrenter møtes og samarbeider. Et stort antall straffesaker dreier seg om diskusjoner som påstås å ha foregått på møter i handelsforeninger eller messer. Det er derfor svært viktig at medarbeidere er nøye med å unngå å gi inntrykk av at ulovlige avtaler ble inngått under møtene. Dette kan oppnås ved at en handelsforening:

- etablerer objektive krav til medlemskap
- formaliserer møteprosedyrene
- utarbeider og distribuerer en skriftlig møteagenda
- forbyr diskusjoner om ulovlige emner
- eventuelt har en advokat til stede

Medarbeidere må huske at ikke alle medlemmer har like god kunnskap om antitrustlovene som de selv. Hvis en GPI-medarbeider mener at en samtale dreier i retning av et ulovlig tema, skal medarbeideren derfor straks avslutte diskusjonen. Hvis den fortsetter, skal medarbeideren forlate rommet.

Mange aktiviteter i handelsforeninger er selvsagt lovlige. For eksempel er det i utgangspunktet lov å utarbeide programmer for statistikkrapportering om produksjonssaker, såfremt handelsforeningen fastsetter gode sikkerhetsregler for programmet. Foreningen skal spesifikt bare rapportere data i samlet form og ikke dele ett medlems data med et annet medlem.

Bindingsavtaler

Med binding av to eller flere produkter menes at en selger krever at en kunde skal kjøpe ett produkt for å få lov til å kjøpe et annet produkt. Det kan også foreligge en bindingsavtale hvis selgeren krever at kunden skal kjøpe utstyr eller varer fra en bestemt kilde.

Om en bindingsavtale er ulovlig eller ikke avhenger av visse omstendigheter, for eksempel selgerens markedsmakt når det gjelder bindingsproduktet, selgerens økonomiske interesse i salg av bindingsproduktet og det faktiske konkurranselandskapet i det aktuelle markedet.

Det kan under visse omstendigheter være i strid med antitrustlover å binde sammen produkter. Medarbeidere skal rådføre seg med juridisk rådgiver eller en annen advokat hos GPI hvis de mener selskapet er, eller kan være, involvert i en bindingsordning.

Regler for trygt/trygg og lovlig salg og markedsføring

Alle medarbeidere hos GPI skal følge disse reglene for å sikre at gjeldende antitrustlover overholdes:

- Avtal aldri med en konkurrent at medarbeideren, GPI eller konkurrenten skal utføre eller avstå fra visse aktiviteter, særlig når det gjelder produkter, priser, kunder, leverandører eller områder.
- Vær oppmerksom på at kunden er en uavhengig konkurrent. La alltid kunden ta egne forretningsbeslutninger, særlig når det gjelder utsalgspriser, hvilke kunder han/hun skal selge til og i hvilke områder.
- Konkurrer på en rettferdig måte. Urimelige konkurransetaktikker som rovprising, villedende reklame og ondsinnet nedvurdering av konkurrenters produkter er ikke bare ulovlige, men strider også mot GPIs kjerneverdier.
- I situasjoner der GPIs konkurrenter også er dets kunder eller leverandører, skal GPIs medarbeidere være svært nøye med å unngå å diskutere GPIs kunder, områder, priser (utenom prisen GPI skal selge eller kjøpe et bestemt produkt til eller fra bedriften) eller strategier med slike bedrifter.

I tvilstilfeller skal medarbeidere oppsøke sin overordnede eller leder for å diskutere situasjonen og stille spørsmål. Medarbeidere skal, hvis det er nødvendig, ta kontakt med juridisk avdeling for å få råd om en sak som gjelder disse prinsippene.

Varsle om og undersøke overtredelser

Personer som vet om eller mistenker en overtredelse av disse prinsippene, skal straks varsle via ett av følgende:

- juridisk rådgiver på GeneralCounsel@graphicpkg.com
- Graphic Packagings varslingslinje via nettstedet www.gpibusinessconductalertline.ethicspoint.com eller et landsspesifikt gratisnummer

Graphic Packagings varslingslinje er tilgjengelig hele døgnet. Varslingen kan også foregå anonymt hvis varsleren velger det. Landsspesifikke telefonnumre til varslingslinjen:

Australia	1800565761	Italia	800 725 944
Østerrike	0800 017868	Japan	0800-700-9401
Belgia	0800 77 076	Mexico	800 681 6714
Brasil	0800 000 0572	Nederland	0800 0229398
Canada	1.866.898.3750	New Zealand	0800 426 361
	1.855.350.9393	Nigeria	0-708-060-1816, deretter 866-898- 3750
Kina	400 120 3531	Norge	80062436
Kroatia	800-528-422	Polen	800005072
Estland	8000044232	Spania	900.991.498
Finland	800416130	Sverige	020-088 00 16
Frankrike	0.800.90.2500	Sveits	0800 000 329
Tyskland	0800 1810751	Storbritannia og Nord-Irland	0800 048 5494
Hellas	0.080.012.6576	USA	1.866.898.3750
Indonesia	0800 1401907		
Irland	1800 851 822		

Alle meldinger om mistenkte overtredelser av disse prinsippene eller antitrustlover blir undersøkt på en objektiv måte og innen rimelig tid. Selskapet behandler alle varsler konfidensielt i den grad det er praktisk mulig i lys av undersøkelsesplikten. Alle medarbeidere forventes å samarbeide ved undersøkelser. Manglende samarbeid ved en undersøkelse kan medføre disiplinærstraff.