

Antitrustpolicy

Syfte

Graphic Packaging International, LLC och dess dotterbolag (gemensam benämning: "företaget" eller "GPI") följer till fullo alla federala, statliga och globala antitrust- och konkurrenslagor. Företaget stöder systemet för fri marknad och efterlevnad av dessa lagar är ytterst viktigt för att upprätthålla GPI:s rykte som ett företag med högsta etiska standard. Företaget har tagit fram denna antitrustpolicy för att utbilda våra anställda om de antitrust- och konkurrenslagor som är mest tillämpliga på vår verksamhet.

Diskutera priser med konkurrenter

Det är absolut nödvändigt att anställda undviker all direkt och indirekt kommunikation med konkurrenter om prissättning, även om anställda ibland måste kommunicera med konkurrenter eftersom de också är våra kunder eller leverantörer. Antitrustlagen förbjuder absolut alla avtal mellan konkurrenter eller potentiella konkurrenter om att binda priser.

Det är särskilt olagligt för konkurrenter att komma överens om de priser som en av dem eller båda ska ta ut för sina produkter eller tjänster. Begreppet "pris" tolkas brett och avser inte bara produktens försäljningspris utan även betalningsvillkor, transportkostnader, rabatter, avdrag eller andra förmåner. Lagen definierar också ett "avtal" brett och begreppet omfattar mer än bara formella, undertecknade kontrakt. Varje *överenskommelse* mellan konkurrenter om att ändra eller stabilisera priser är olaglig. Domstolarna har till exempel antagit att det finns ett avtal där konkurrenterna höjer sina priser efter en informell diskussion om problemen som orsakas av ökande kostnader. Det spelar ingen roll om konkurrenterna uttryckligen kom överens om att höja priserna eller om de kom överens om ett visst pris. Det kan räcka att konkurrenterna höjer priserna efter att ha diskuterat med varandra för att det ska kunna anses att det fanns en överenskommelse om att binda priser.

Med tanke på att antitrustlagarna definierar "avtal" och "pris" så brett bör anställda över huvud taget inte ha några diskussioner med en konkurrent eller potentiell konkurrent angående företagets eller konkurrentens priser:

- Tidigare, nuvarande eller framtida priser
- Prissättning
- Rabatter
- Kampanjer
- Villkor eller säljförutsättningar
- Vinst eller vinstmarginaler
- Kostnader
- Begränsningar av produktion eller planer för stillestånd
- Lagernivåer

I antitrustlagstiftningen uppmärksammas dessutom att konkurrenter kan använda olika tekniker för att undergräva konkurrensen. Det är olämpligt för konkurrenter att komma överens om att inte konkurrera om en viss kund eller att inte konkurrera inom ett visst område, eftersom en sådan överenskommelse skulle begränsa kundernas valmöjligheter när det gäller varor och tjänster. Enligt antitrustlagen är det olagligt att komma överens med konkurrenter om att dela upp områden, fördela kunder eller vägra att handla med en viss leverantör eller kund.

Om en konkurrent försöker diskutera denna typ av information med en anställd bör den anställda svara att hen inte kommer att delta i sådana olämpliga diskussioner och avsluta samtalet. Anställda måste alltid anmäla en konkurrents eventuella försök att delta i en konversation som är förbjuden enligt denna policy genom att använda en av de anmälningsmetoder som beskrivs nedan.

När en konkurrent också är en kund eller leverantör

GPI säljer kartong till oberoende konverteringsföretag som kan konkurrera om försäljningen av konverterade produkter med GPI:s konverteringsanläggningar. Som konkurrent till sina kunder kan GPI:s verksamhet och aktiviteter beröra

antitrustlagstiftningen. Dessutom kan GPI:s försäljningsavtal med kunderna innehålla sekretessförpliktelser som begränsar GPI:s användning av information som erhållits under förhandlingarna. GPI:s försäljningsrepresentanter och prissättningspersonal bör därför se till att inte få konkurrenskänslig information från kunderna som skulle kunna användas mot dem av GPI:s konverteringsverksamhet. I synnerhet ska GPI:s försäljningspersonal undvika diskussioner med kunder beträffande konverteringskunders:

- Försäljningsvolym, prissättning, kostnader (utom för fiber) eller marginaler,
- Kundernas identiteter, platser eller prissättning, och
- Planer på expansion, indragning eller andra konkurrensmässigt känsliga frågor.

Volymbaserad prissättning bör i möjligaste mån förlängas utan särskilda volymmål. Om försäljningspersonalen använder sig av volymmål vid prissättning av fiber till konverterarkunder, bör de se till att informationen inte kommuniceras till någon GPI-personal med prissättnings- eller försäljningsansvar för konverteringsverksamheter som kan konkurrera med konverterarkunden. Annan konkurrenskänslig information som GPI:s försäljningspersonal kan få kännedom om sina kunders volym, prissättning till kunderna eller liknande ämnen, vare sig det sker oavsiktligt eller avsiktligt, bör inte heller avslöjas för GPI-personal som är involverad i prissättnings- eller försäljningsaktiviteter för konkurrerande konverteringsverksamhet.

Anställda bör vara ytterst försiktiga när de interagerar med kunder eller leverantörer som också är konkurrenter och bör begränsa diskussionerna till mötets affärsmässiga syfte, vilket framgår av en dokumenterad dagordning.

Branschorganisationer och mässor

Även om aktiviteterna inom branschorganisationer i allmänhet är lagliga och konkurrensfrämjande, innebär de också en viss risk för konkurrensbegränsningar eftersom de för samman konkurrenterna i ett samarbete. Ett stort antal brottsfall handlar om diskussioner som påstås ha ägt rum vid möten med branschorganisationer eller på mässor. Därför är det absolut nödvändigt att de anställda är mycket noga med att undvika att det ens ser ut som om olagliga överenskommelser skulle ha ingåtts under mötena. För att hjälpa till att uppnå detta mål bör en branschorganisation:

- Fastställa objektiva krav på medlemskap,
- Formalisera mötesrutiner,
- Utarbeta och skicka ut en skriftlig dagordning för mötet,
- Förbjuda diskussioner om olämpliga ämnen, och
- Be en advokat närvara när det är lämpligt.

De anställda måste komma ihåg att inte alla medlemmar är lika välutbildade om antitrustlagar som de själva. Om en GPI-anställd anser att en konversation går in på ett olämpligt ämne bör den anställde omedelbart avbryta diskussionen. Om diskussionen fortsätter ska den anställde lämna rummet.

Naturligtvis är många aktiviteter inom branschorganisationer tillåtna. Till exempel är det i allmänhet tillåtet att skapa ett program för statistisk rapportering om produktionsfrågor om branschorganisationen fastställer lämpliga skyddsåtgärder för programmet. Organisationen bör rapportera uppgifterna endast i aggregerad form och inte dela en medlems uppgifter med en annan medlem.

Kopplingsförbehåll

Koppling av två eller flera produkter till varandra sker när en säljare kräver att kunden köper en produkt för att kunna köpa en annan produkt. Ett kopplingsförbehåll kan också föreligga när säljaren kräver att kunderna köper produkter eller varor från en viss källa.

Huruvida ett kopplingsförbehåll är olagligt beror på särskilda omständigheter, t.ex. säljarens marknadsstyrka för den kopplade produkten, säljarens ekonomiska intresse av försäljningen av den kopplade produkten och den faktiska konkurrenssituationen på den aktuella marknaden.

Att koppla produkter kan under vissa omständigheter utgöra ett brott mot antitrustlagen. Anställda bör rådgöra med chefsjuristen eller någon annan GPI-advokat närhelst de tror att företaget är eller kan vara inblandat i ett kopplingsförbehåll.

Regler för säker och laglig försäljning och marknadsföring

För att säkerställa att tillämpliga antitrustlagar följs måste alla GPI-anställda följa följande regler:

- Kom aldrig överens med en konkurrent om att antingen den anställde, GPI eller konkurrenten ska vidta vissa åtgärder eller avstå från att vidta vissa åtgärder, särskilt när det gäller produkter, priser, kunder, leverantörer eller territorier.
- Inse att en kund är en oberoende konkurrensutsatt enhet. Låt alltid kunden fatta sina egna affärsbeslut, särskilt när det gäller återförsäljningspriser, vilka kunder den ska sälja till och inom vilka territorier den ska sälja.
- Konkurrera rättvist. Oskäligen konkurrerande metoder, som t.ex. prisdumpning, överdriven reklam och illvilligt nedvärderande utlåtanden om konkurrentens produkter, är inte bara olagliga, utan även oförenliga med GPI:s kärnvärden.
- I de situationer där GPI:s konkurrenter också är kunder eller leverantörer måste GPI:s anställda vara ytterst försiktiga med att inte diskutera GPI:s kunder, territorier, priser (utom det pris som GPI kommer att sälja eller köpa en viss produkt till eller från företaget) eller strategier med dessa företag.

I tveksamma fall bör de anställda vända sig till sin chef för att diskutera situationen och ställa frågor. Vid behov bör de anställda kontakta en medlem av den juridiska avdelningen för att få råd i frågor som rör denna policy.

Anmäla och utreda överträdelser

Den som vet eller misstänker att denna policy har överträtts bör omedelbart anmäla beteendet till någon av följande:

- Chefsjuristen på GeneralCounsel@graphicpkg.com
- Graphic Packaging Business Conduct Alertline via webbplatsen www.gpibusinessconductalertline.ethicspoint.com eller via ett landsspecifikt avgiftsfritt nummer

Graphic Packaging Alertline är tillgänglig dygnet runt. Anmälningar kan göras anonymt om anmälaren så önskar. Landsspecifika telefonnummer till Business Conduct Alertline:

Australien	1800565761	Italien	800 725 944
Österrike	0800 017868	Japan	0800-700-9401
Belgien	0800 77 076	Mexiko	800 681 6714
Brasilien	0800 000 0572	Nederländerna	0800 0229398
Kanada	1 866 898.3750 1 855 350.9393	Nya Zeeland	0800 426 361
Kina	400 120 3531	Nigeria	0-708-060-1816, följt av 866-898- 3750
Kroatien	800-528-422	Norge	80062436
Estland	8000044232	Polen	800005072
Finland	800416130	Spanien	900991498
Frankrike	0.800.90,2500	Sverige	020-088 00 16
Tyskland	0800 1810751	Schweiz	0800 000 329
Grekland	0 080 012.6576	Storbritannien	0800 048 5494
Indonesien	0800 1401907	USA	1 866 898.3750
Irland	1800 851 822		

Alla anmälningar om misstänkta överträdelser av denna policy eller av antitrustlagstiftningen kommer att utredas objektivt och snabbt. Företaget kommer att hålla alla rapporter konfidentiella i den utsträckning som är rimligt praktiskt möjligt med tanke på dess skyldighet att utreda. Alla anställda förväntas samarbeta i utredningar. Underlåtenhet att samarbeta i en utredning kan leda till disciplinära åtgärder.