



Greif, Inc. Antitröst/Rekabet Uyum İlkesi

Greif veya iştiraklerinin ("Greif") bir çalışanı olarak Greif'in İş Ahlakı ve Davranış Kurallarına tabisiniz. Bu Kurallar, tüm çalışanların "Tüm kanunlara, kurallara ve yönetmeliklere uymasını gerektirmektedir." Greif, dünya çapında 45'ten fazla ülkede faaliyette bulunmaktadır ve çalışanlarımız, pek çok farklı ülkenin vatandaşlarıdır. Dolayısıyla, işletmemiz pek çok ülkede, eyalette, özerk yönetim ve diğer yönetim yapıları kapsamında antitröst ve rekabet yasalarına tabidir. Her bir çalışan, kendi işi için geçerli yasal gereklilikleri bilmek ve anlamaktan sorumludur.

Greif'in merkezi Amerika Birleşik Devletleri'ndedir ve Greif hisseleri New York Menkul Kıymetler Borsasında işlem görmektedir. Amerika Birleşik Devletleri kanunları Greif'in ve iştirakleri ile bağlı kuruluşlarının dünya çapındaki işlemlerini ve coğrafi konumlarından bağımsız olarak çalışanlarının faaliyetlerini sıklıkla kapsamaktadır. Bu nedenlerle, **tüm geçerli ulusal antitröst veya rekabet yasalarına uymanın yanı sıra tüm Greif çalışanları Amerika Birleşik Devletleri'nin antitröst kanunlarına da uymalıdır.** Greif şirket politikasını ve kanunları ihlal ettiğiniz takdirde sizin için ve şirket için ciddi para cezaları ve maddi zarar ortaya çıkabileceğini her zaman aklınızda tutun.

Antitröst ve rekabet kanunlarının ihlali ciddi sonuçlar doğurur. Bu ihlaller, Amerika Birleşik Devletleri'nde ve başka pek çok ülkede şirketi çok büyük cezalara, ihlale dahil olan şahısları da hem para hem hapis cezalarına maruz bırakan bir suçtur. Hapis cezaları genelde bir veya iki yıl olmakla birlikte daha fazla da olabilmektedir. Ayrıca şirket, çok büyük miktarlarda tazminat taleplerini içeren grup davaları ile karşılaşabilir. Şirket ve çalışanları bu tür suçlamalar karşısında kendilerini savunmada başarılı olsalar bile önemli miktarlarda hukuki masraflarla ve işlerinde ciddi aksamalarla karşılaşabilirler.

Bu Şirket Politikasında belirtilen konseptler, kanunlara aykırı bir faaliyette bulunulduğu izlenimini dahi uyandırmamak adına genelde kanunlarda gerekli görülenlerden daha sıkı tutulmuştur. Bunun nedeni, antitröst/rekabet soruşturmalarının ve davalarının, somut bir kanıt olmadan sadece suç unsuru olduğu izlenimi nedeniyle de açılabilmesi ve aşırı masraflı, zaman alıcı ve rahatsız edici olabilmesidir.

Buradaki Yönergelerin genel bir yapıya sahip olması ve ortaya çıkabilecek her türlü duruma detaylı olarak değinmemesi nedeniyle özel sorunların ve durumların incelenmesinde Greif Hukuk Departmanına başvurulması önemle tavsiye edilmektedir.

I. Amac

Antitröst ve rekabet kanunları ticareti sınırlandıran veya rekabeti azaltan ticari davranışların önlenmesini amaçlamaktadır. Greif, serbest ve rekabetçi bir ekonominin son derece gerekli olduğuna ve gizli anlaşmalardan, zorlamalardan ve fiyatların sabitlenmesi gibi diğer rekabeti önleyici faaliyetlerden arındırılmış bir pazarda hepimizin başarıya ve refaha ulaşacağına inanmaktadır.

II. Rakipler ile Etkileşim

Bir rakip ile şahsen bir araya gelmeniz veya telefon, yazı ya da elektronik yöntemlerle görüşmeniz sizi ve Greif'i riske sokar. Bir rakip ile rekabeti azaltacak ticari faaliyetler ile ilgili her türlü anlaşma veya düzenleme yasadışı olabilir. Resmi veya yazılı bir anlaşma gerekmemektedir ve sözlü anlaşmalar veya ima edilen anlaşmalar bir ihlalin tespit edilmesi için yeterli olabilir. Sonuç olarak, rakipler arasındaki her türlü iletişim bir antitröst veya rekabet soruşturmasında yakın takibe alınır.

İzlenimler de önemlidir. Rakipler ile toplantılar ve diğer görüşmeler, fiyat belirlemeye yönelik bir gizli anlaşma veya başka türlü rekabeti önlemeye yönelik hareket hakkında görüşme biçiminde algılanabilir. Sadece iki rakibin bir ticaret fuarında bir araya gelmesinin ardından fiyatların yükselmesi bile resmi soruşturmaların başlatılması için yeterli olabilmektedir.

Kağıt Ambalaj ve Hizmetleri ve Tri-Sure® gibi pek çok Greif işletmesi müşterilerinin aynı zamanda kendi işletmelerinin veya diğer Greif işletmelerinin rakipleri olabilmesi nedeniyle özel sıkıntılar yaşamaktadır. Bu işletmelerin çalışanları, bu ilişkileri ve etkileşimleri karıştırmamak için son derece dikkatli davranmalıdır. Rakipler ile iş yapma hakkında bir açıklama için aşağıdaki Bölüm D'ye bakın.

A. Fiyat Sabitleme

Fiyat sabitleme, en sık gerçekleştirilen antitröst ve rekabet kanunu ihlalidir. Buna, Greif veya rakibin ürünleri veya hizmetleri müşteriye satacağı fiyatlara ilişkin resmi ve gayri resmi düzenlemeler dahildir. Fiyat sabitleme ayrıca fiyat üzerinde etkisi olabilecek başka koşulları veya fiyatı etkileyebilecek aşağıdaki türdeki işlemlerin gerçekleştirilmesini içerebilir:

- teslimat koşulları, indirimler, fiyat ayarlamaları, teslimat süreleri, ödeme koşulları, nakliye koşulları veya ürün garantileri gibi ekonomik hüküm ve koşulların görüşülmesi
- bölgelerin, pazarların veya müşterilerin bölünmesi veya tahsis edilmesi
- üretim veya ürün kalitesinin sınırlandırılması
- müşteri ihalelerine ne zaman ve nasıl teklif verileceğinin düzenlemesi anlamına gelen ihaleye fesat karıştırma
- bir müşteriyle veya müşteri gurubuyla veya bir tedarikçiyle veya tedarikçi grubuyla iş yapılmamasına ilişkin bir ya da daha çok rakip ile uzlaşma yapılması anlamına gelen boykot

Ürün fiyatları ve aşağıdaki sözleşme şartı ve eylemler rekabete duyarlı bilgilerdir.

Rekabete Duyarlı Bilgiler

Fiyatlar	Kar Marjı	Kredi Standartları	Teklifler (teklifte bulunma veya bulunmama niyeti)	Envanter düzeyleri
İndirimler	Satış Şartları	Fiyatlandırma Planları ve Değişiklik Zamanlaması	İskontolar	Çalışma kapasitesindeki değişiklikler
Büyüme ve daralma planları	Makine kapatma ve fabrika kapatma	Çalışma takvimindeki değişiklikler	Kapasite veya arz	Müşteri seçimi ve sınıflandırılması
Maliyet	Pazarlar, pazarlama stratejileri veya planı	Pazar, coğrafi bölge veya müşterilerin bölünmesi	Müşteri, tedarikçi veya rakip boykotu	Bir müşteriyle ilişkilerin sonlandırılması

SONUÇ:

Bir rakip ile gerçekleştirilen her türlü toplantı veya görüşme, fiyat sabitlemenin bir kanıtı olarak algılanma tehlikesi taşır.

Fiyat Sabitlemekten Kaçının! Yapılması ve Yapılmaması Gerekenler

1

Görüşmeniz için meşru bir ticari sebep yoksa rakiplerle görüşmekten kaçınınız. Meşru ticari sebepler hakkında bir açıklama için aşağıdaki Bölüm D'ye bakınız. Meşru bir alış veya satış işleminin olması halinde iletişim belgelendirilmeli ve bu işlemi tamamlamak için gerekli bilgilerle sınırlanmalıdır.

2

“ Rekabete duyarlı bilgiler içeren, rakiplerle her türlü ilişki veya iletişime “Bu konuları görüşmek uygunsuz” diyerek itiraz edin ve kendinizi bu iletişimlerden çekin. Bu tür herhangi bir ilişki veya iletişimden hemen sonra Greif Hukuk Departmanı ile görüşün ve bu konular ile ilgili tüm belgeleri Greif Hukuk Departmanına gönderin.

3

Greif Hukuk Departmanı tarafından incelenen ve onaylananlar hariç olmak üzere, şirket mühendisleri arasında fabrika ziyaretleri gibi, rakipler arasındaki gayri resmi görüşmeleri en aza indirin. Güvenlik ve çevresel değerlendirmeler gibi bazı faaliyetler uygun olsa da, rakipler ile temas, ne kadar takdire şayan olsa da, yeterince yanlış anlaşılma riski yarattığından son derece büyük dikkat gerektirmektedir.

4 Bir rakipten alınan ve rekabete duyarlı bilgiler içeren her türlü yazışma, eposta veya diğer yazılı iletişimi Greif Hukuk Departmanına iletin.

5 Rekabet duyarlı bilgileri, bir rakibe vermeyin veya başka bir şekilde görüşmeyin.

6 Hiçbir rakipten doğrudan fiyat bilgileri veya ürün materyalleri almayın. Not: Bu madde müşterilerden, ticari basından, internetten veya danışmanlardan meşru bir şekilde fiyatlandırma bilgilerinin alınmasını yasaklamamaktadır ve doğrudan bir rakipten alındığı yönünde her türlü izlenimi önlemek için bu tür bilgilerin kaynağı belgelendirilmelidir. Bu durumda bile rakipler ile fiyatların veya diğer rekabete duyarlı bilgilerinin paylaşılmasında distribütörler ve danışmanlar gibi başka kaynakların aracı olarak kullanılması yasadışıdır. Bilinmeyen bir kaynaktan gelen bilgileri kullanmayın.

B. Sektör Konferanslarına/Sektör Derneklerine Katılım

Hiçbir çalışan, Greif'in bir yetkilisinin veya ilgili çalışanın Grup veya Bölüm Başkanının veya o başkanın görevlendirdiği kişinin onayı olmadan hiçbir sektör derneğine, çok işverenli gruba veya başka bir organizasyona katılamaz.

Bir çalışanın bir ticaret fuarına, sektör derneği toplantısına ve/veya sektör çapındaki bir toplantı veya konferansa katılımı Greif'in bir yetkilisi veya ilgili çalışanın Grup veya Bölüm Başkanı veya o başkanın görevlendirdiği kişi tarafından uygunluk açısından değerlendirilmelidir. Toplantıların fiyatlandırma yetkisine sahip personeli içermesi halinde özel dikkat gösterilmelidir. Sektör fiyatlandırması, pazar eğilimleri ve diğer rekabete duyarlı konuları hiçbir şekilde asla belirtilmemeli ve görüşülmemelidir. Bir rakibin fiyatlandırmayı veya herhangi bir uygunsuz konuyu gündeme getirmesi halinde Greif personeli itiraz etmeli ve gerekiyorsa derhal ayrılmalıdır. Uygunsuz konular görüşüldüğünde veya herhangi bir ilgili belge sunulduğunda derhal Greif Hukuk Departmanı ile iletişime geçilmelidir.

Ne zaman bir rakiple buluşsanız, daha dikkatli olmalı ve savunmanızı almalısınız.

Sektör derneği veya sektör toplantılarında ve konferanslarında veya ticaret fuarlarında, özellikle rekabete duyarlı konular (örneğin fiyatlar veya eğilimler, kapasite, işletim oranları, maliyetler, piyasa koşulları) hakkında sunumlar verilirken özel dikkat gösterilmelidir. Sunumun rekabete duyarlı bilgileri içeren bir konuda olması halinde bu sunum, Greif Hukuk Departmanı ve hukuk danışmanı tarafından etkinliği hazırlayan grup için gözden geçirilmelidir.

C. Sektör Araştırmaları

Araştırmalara veya "piyasa karşılaştırmalarına" katılım dahil olmak üzere rakipler arasında rekabete duyarlı bilgi verilen her türlü iletişim, rakiplerin bu bilgileri örneğin fiyat, üretim veya pazarların paylaşılması gibi konularda anlaşmaya varmak ve anlaşmaları uygulamak suretiyle kötüye kullandıkları şeklinde bir algı oluşturabilir. Örneğin Avustralya'da, Avustralya Rekabet ve

Tüketici Komisyonu bu tür araştırmalara katılımı, fiyatların sabitlenmesine yönelik bir teşebbüs olarak kabul edebilir.

Sınırlı araştırma programlarına katılım sektörde verimliliğin artmasına ve maliyetlerin düşmesine yardımcı olabilse de, bu tür programlar önceden Greif Hukuk Departmanı tarafından onaylanmalı ve Hukuki İşler Departmanı tarafından verilen parametreler çerçevesinde özenli planlama, kontrol ve uygulamayı içermelidir.

D. Rakipler ile Satın Alma ve Satış İşlemleri

Ürünlerin ve hizmetlerin bir rakibe satılması veya rakipten alınması sırasında iki temel ilkeye uyulmalıdır.

- Bir rakip/tedarikçi veya rakip/müşteri ile her türlü iletişim meşru, iyi niyetli alım veya satım bağlamında yapılmalıdır. Ancak her görüşme sonunda bir satın alma veya satış gerçekleşmesi zorunlu değildir. Örneğin şirket X, bir satın alma araştırması için tedarikçi Y'yi arayabilir ve mevcut ürün olmadığını veya fiyatın uygun olmadığını öğrenebilir. Ancak buradaki görüşmenin bağlamı, şirket X'in samimi, meşru bir satın alma amacı gütmesidir. Bu durum, gerçekte satış işleminin amaçlanmadığı, görüşmenin esasen rekabete duyarlı bilgiler almak veya değiş tokuş etmek amacıyla yapılan "sahte", "kurmaca" veya "uydurma" bir görüşmenin karşıtıdır.
- Satın alma veya satmaya yönelik meşru bir amacın bulunduğu iletişimlerde görüşme, kesin bir şekilde eldeki işlemi tamamlamak için doğrudan gerekli konular ile sınırlı tutulmalıdır. Bu görüşmeler sırasında asla "rekabet istihbaratı" alıp vermeyin. Buna genel pazar eğilimleri, arz veya talep, fiyatlandırma veya diğer rakipler ile ilgili olan ve söz konu işlem için gerçekten ihtiyaç duyulmayan konular hakkındaki görüşmeler dahildir. Örneğin "İşler nasıl" veya "Bu günlerde piyasada ne görüyorsunuz" gibi sorular sormamalısınız.

Kağıt Ambalaj ve Hizmetleri işinde, kağıt alış-verişini düzenlerken de bu kurallara uyulması önemlidir.

- Alış-veriş yapan taraflar, işlem fiyatlarını taraflar arasında pazar fiyatlarına ilişkin düzenli görüşme ihtiyacını azaltacak veya ortadan kaldıracak şekilde belirlemeyi amaçlamalıdır. Pazar bilgilerinin ticaretin gereği olarak iletildiği durumlarla sınırlı olmak üzere, mümkünse, rakiplerle alım-satım pazarlıklarını gerçekleştirmek ve işlemleri yönetmek için başka müşterilere yönelik fiyatların veya diğer koşulların belirlenmesinde görev alanlardan farklı personel kullanılmalıdır. Rollerin bu şekilde ayrılması mümkünse, bu durum böyle bir bilgi paylaşımının rekabete yönelttiği algılanan tehdidi sınırlandıracaktır.
- Alım satım işlemleri yazılı bir sözleşme yoluyla veya başka bir şekilde yazılı olarak Greif tarafından belgelenmelidir ve yazılı sözleşme veya belge, alım satım için **belirlenmiş** bir süreyi içermelidir. Alım satım düzenlemeleri, bir rakip ile ticari ilişkinin sürdürülmesine yönelik ticari bir gerekçenin bulunup bulunmadığına karar vermek için düzenli olarak gözden geçirilmelidir.

III. Müşteriler ve Distribütörler ile Etkileşimler

Müşterileri ve distribütörleri içeren bazı kısıtlamalar rekabete zarar verebilir ve rekabet ve antitröst kanunlarının ihlalini teşkil edebilir. Greif Hukuk Departmanının onayı olmadan aşağıdaki sözleşme, düzenleme veya işlemlerden hiçbiri gerçekleştirilmemeli ve imzalanmamalıdır.

- A. Yeniden Satış Fiyatını Belirleme—Minimum yeniden satış fiyatlarının belirlenmesi için distribütörler ile anlaşmaların veya sözleşmelerin yapılması yasadışı olabilir. Genel bir konu olarak bir distribütörün uyguladığı fiyatlar distribütörün kendi bağımsız kararına bırakılmalıdır.
- B. Münhasır İşlem /Tedarik Sözleşmeleri—Bir distribütörü veya müşteriyi münhasır olarak Greif'ten satın alma veya ürünlere yönelik ihtiyaçlarının tamamını veya önemli bir bölümünü Greif'ten satın almaya zorlayan sözleşmeler veya anlaşmalar, pazarın büyük bir kısmını rakiplere kapatma etkisine sahip oldukları takdirde yasadışı olabilirler.
- C. Bağlama ve Mütakabiliyet Anlaşmaları—Bir müşterinin bir ürünü satın alabilmesini başka bir ürünü de satın alması şartına bağlamak veya herhangi bir ürün satışını müşterinin ürünleri sadece Greif'ten satın alması şartına bağlamak da kanun ihlali teşkil edebilir.
- D. Boykot veya Fesih—Çoğu durumda tedarikçiler başka bir şahıs ile iş yapmamaya karar verebilirken, bir müşteri veya distribütör ile yapılan sözleşmenin feshi veya başka bir şahıs ile iş yapmanın reddedilmesi için meşru ve belgelendirilmiş nedenlerin olması önemlidir. Bir müşterinin veya distribütörün feshedilmesinin Greif için yasal sorumluluğa yol açabileceği durumlar bulunmaktadır.
- E. Rekabeti Azaltan Fiyat Ayrımcılığı—Benzer derecede ve kalitede ürünler için farklı müşterilere farklı fiyatların uygulanması, bu fiyat ayrımının müşterinin pazarlarında rekabeti azaltma veya tekel oluşturma etkisi olması durumunda, kanun ihlali teşkil edebilir. Birbiriyle rekabet etmeyen müşterilere yönelik olan veya başka bir tedarikçiden gelen daha rekabetçi bir fiyatı karşılama (daha düşük fiyat verme değil) amacı taşıyan fiyat farklarına izin verilebilir. Ayrıca Greif distribütörlerinin pek çoğu birbirlerinin rakipleridir ve Greif çalışanları, distribütörler arasında fiyat sabitlemeyi içeren iletişimleri veya düzenlemeleri kolaylaştıramaz veya bu tür bir görünüm oluşturamaz.



IV. Tekelleşme ve Hakim Durumun Kötüye Kullanılması

Pazarda önemli bir konuma sahip bir ürüne ilişkin iş segmentinde, bölümünde veya iş biriminde çalışan personel, eylemlerinin pazar konumunun kötüye kullanılıp kullanılmadığının belirlenmesi için ek incelemelere tabi tutulduğunu anlamalıdır. Hiçbir meşru iş amacına sahip olmayan ve bir rakibi pazardan silmek veya potansiyel rakiplerin pazara girmesini engellemek amacıyla tasarlanan faaliyetler, yasadışı olabilir. Örneğin (a) rakipleri pazar dışına itmek için makul olamayacak derecede düşük, maliyetinin altındafiyatların uygulanması şeklinde ortaya çıkan yıkıcı fiyatlandırma; (b) münhasır distribütörlük sözleşmeleri gibi yollarla rakiplerin ürünlerini pazara sunum yollarının

kapatılması veya (c) yukarıdaki III. Maddede belirtilenlerden herhangi biri yoluyla adil olmayan koşullar uygulamak için pazar konumunun kullanılması.

V. Aracılar

Aracıların eylemleri antitröst/rekabet kovuşturması riski doğurabilir. Greif, araçlarını uygun antitröst uyum yönergelerini benimsemeye teşvik etmeli ve araçlarının performansını değerlendirirken bu tür yönergelerin varlığını ve etkinliğini dikkate almalıdır. Aynı sektörde birden fazla şirkete hizmet eden araçlar söz konusu olduğunda, uyum yönergeleri bu tür ilişkilerin kendine özgü sorunlarını **özel olarak** ele almalı ve rekabeti azalttığı değerlendirilebilecek rakipler arası bilgi akışına karşı önlemler içermelidir.

VI. Halkla İlişkiler

Şirketlerin, basın bültenlerinde, internet sitelerinde veya başka bir şekilde gerçekleştireceği bazı kamu iletişimlerine , rakipler arasında uygunsuz iletişim olarak karşı çıkılması potansiyeli bulunmaktadır. Bu nedenle, bu tür beyanlar yapılırken kullanılan dilin veya aktarılan bilgilerin “gizlice anlaşmak için bir çağrı” veya bir “işaretleşme” olarak sınıflandırılıp sınıflandırılmayacağını dikkate alınması önemlidir.

Antitröst/rekabet soruşturması ve kovuşturması ve rakipler ile uygunsuz görüşme iddiası risklerini en aza indirmek için aşağıdaki önlemleri alın. Belirli durumlarda, Greif Hukuk Departmanının incelemesi ve onayı sonrasında bu önlemlerden sapılması uygun olabilir.

A. *Fiyat İlanları*

- i. Yapılacak resmi fiyat yükseltme ve indirim ilanları sadece etkilenen müşteriler bilgilendirildikten sonra ve ilan, Greif'in Baş Hukuk Müşaviri ve İletişim Başkan Yardımcısı tarafından onaylandıktan sonra yapılabilir. Kamu duyuruları sadece Greif'in İletişim Başkan Yardımcısı tarafından yayınlanabilir.
- ii. Fiyat ilanları, müşterilerin fiyat artışına kendilerini hazırlamaları ve/veya kendi müşterilerini bilgilendirmeleri için makul olarak gerekenden daha önce yapılmamalıdır. Fiyat ilanlarının 30 ile 60 günden daha uzun bir müddet öncesinden yapılması rakipler ile fiyat seviyeleri hakkında uzlaşmaya varılmasına yönelik bir “pazarlık süresi” olarak nitelendirilebilir ve bu durumun Greif Hukuk Departmanı tarafından değerlendirilmesi gerekir.
- iii. Medya sorularını yanıtlamak isterseniz bunu sadece kararlar kesinleştirildikten ve müşterilere yapılacak duyurular tamamlandıktan sonra yapın. (Örneğin bir ticari yayından arayarak fiyatlarınızı artırıp artırmadığınızı soruluyorsa, sadece müşterilerinize duyuruları tamamladığınızı takdirde cevap verin ve bu durumda sadece yaptıklarınızı teyit edin (“müşterilerimize “X” duyurusunda bulduk”). Ayrıca, her durumda Greif'in İletişim Başkan Yardımcısına danışılmalıdır.
- iv. Medya sorularında olduğu gibi, hisse senedi ve diğer analistlerin sorularına da kararlar kesinleştirildikten ve müşterilere yapılacak duyurular tamamlandıktan sonra yanıt verin. Greif hisselerinin Amerika Birleşik Devletlerinde halka açık işlem görmesi nedeniyle

analistlerin soruları cevaplanırken ABD Menkul Kıymetler ve Borsalar Komisyonunun ("SEC") mevzuatı kapsamında özel dikkat gösterilmelidir.

B. Analistlere ve Yatırımcılara Sunumlar

Analistlere ve yatırımcılara yapılacak sunumlar için fiyatlar veya eğilimler, kapasite, işletim oranları, maliyetler, envanter, rezervler veya piyasa koşulları gibi konuların görüşülmesi gerekebilir. Greif Hukuk Departmanı bu tür sunumları inceleyerek iletişimin "gizlice anlaşmak için bir çağrı" veya bir "işaretleşme" olarak algılanmayacak şekilde yapılandırılmasını ve sadece Greif'in SEC koşulları uyarınca yatırımcı kesimini bilgilendirme yükümlülüklerini karşılamak için gerekli bilgilerle sınırlı tutulmasını temin etmelidir.

C. Diğer Kamu Duyuruları

Sektör genelinde gerçekleştirilecek eylemlere ilişkin olarak üçüncü şahıslara yapılabilecek bazı duyurular, Greif'in, rakiplere işe ilişkin yasadışı toplu karar alma çağrısında bulunduğu görünümü yaratabilir. Örneğin sektör hakkında şu tür beyanlarda bulunmayın:

"Sektör biraz disiplin sergilemelidir."

"Hepimiz, kapasite yönetimi konusunda daha iyi bir iş çıkarmalıyız."

"Bugünkü fiyatlarla kimse para kazanmıyor."

"İçine düştüğümüz çukurdan çıkabilmemiz için herkesin makine çalışma süresini azaltması gerekiyor."

D. Greif'in İş Kararları Hakkında İletişim

Fiyatlandırma, üretim ve kapasite gibi rekabete duyarlı bilgiler hakkındaki iletişimlerde ilgili işlemlerin neden yapıldığında dair tek taraflı meşru nedenler net bir şekilde belgelendirilmelidir. Örneğin, maliyetlerin veya talebin artması nedeniyle bir fiyat artışı mazur görülüyorsa bu bilgi belirtilmelidir.

- Sanayinin koşulları veya rakiplerin eylemleri hakkında muğlak açıklamalardan kaçınılmalıdır. Örneğin şöyle bir şey söylemeyin: "Fiyat artışı, sektör çapındaki genel fiyat artışlarıyla paraleldir."
- Sektördeki rekabet koşulları hakkındaki bilgiler müşteriler veya sektör yayınları gibi meşru kaynaklardan alındığında, bilgi kaynağı belgelenmelidir.
- Piyasa kararlarının nedenlerinin ele alındığı şirket içi belgelerde bu kararların tek taraflı nedenlerinin belgelenmesine özel dikkat gösterilmelidir. Örneğin hammadde fiyatlarının yükselmesini ve talebin artmasını fiyat artışlarına bir neden olarak belirtebilirsiniz.
- Rakiplerin eylemlerinin gerekçeleri hakkında spekülasyondan kaçının. Örneğin şöyle şeyler söylemeyin: "Diğerleri bizim açtığımız yolu takip etti..."

E. Makine Kapatma Hakkında İletişim

Kağıt Ambalaj ve Hizmetleri ticaretinde, gelecekte yapılacak makine kapatmaları hakkındaki iletişimler özellikle hassastır ve sektör içinde bir tür işaretleşme olarak algılanabilir.

- Gelecekteki makine kapatmaları ile ilgili duyuruları bunları meşru olarak bilmesi gereken en küçük kitle ile sınırlı tutun ve sadece makine kapatma kararları kesinleştikten sonra duyuruyu yapın.
- Genel olarak medyaya (ticari yayınlar dahil) veya sektör analistlerine geleceğe dönük makine kapatmaları hakkında açıklamalarda bulunmayın.
- Bir fabrikada makine kapatma işlemi bakım amacıyla yapılıyorsa bu durum belirtilmelidir.

F. Piyasa Araştırmaları Yürüten Yayınlar ile İletişim

Piyasa araştırmaları yürüten ve güncel piyasa fiyatları hakkında tahminler bildiren yayınlar ile iletişimlerde aşağıdaki yönergelerle uyulması önerilmektedir:

- Greif'in bir piyasa raporlama kuruluşuna veri sunup sunmayacağına Greif'in bir yetkilisi tarafından Hukuki İşler Departmanına danışılarak karar verilmelidir. Bu şekilde sunulan tüm bilgiler güncel olmalı ve fiili açık pazar işlemlerini yansıtan tutarlı veriler olmalıdır. Greif'in bir ürün kategorisinde açık pazar satışları/alıcıları olmadığı takdirde bu kategorideki hiçbir fiyatlandırma verisini raporlamayın. Gelecekteki olası fiyatlar veya ürün bulunabilirliği hakkında hiçbir tahmin veya başka türlü açıklamada bulunmayın.
- Raporlama hizmetinin sadece üreticilerin lehine olduğu izlenimini önlemek için sadece hem üreticilere hem de alıcılara danıştıktan sonra güncel pazar faaliyetlerini raporlayan raporlama hizmetlerine veri sağlayın. Sadece piyasa raporlama kuruluşlarından gelen soruları cevaplayın, kendiniz onlarla görüşme başlatmayın.
- Doğrudan Greif'e atıfta bulunulmuş ciddi bir hatanın düzeltilmesi dışında raporlama kuruluşlarına yayınlanmış raporları hakkında yorum vermekten kaçının. Raporlama kuruluşlarına başka şirketlerin faaliyetleri veya onlarla ilgili söylentiler hakkında görüş bildirmeyin.
- Bir piyasa raporlama kuruluşuna veri sunup sunmayacağınız hakkında karar verirken kuruluşun, pazar fiyat tahminlerini bütün bireysel şirketler bazında detaylandırmak yerine toplulaştırarak sunmaları gibi sektörde soruşturma riskini en aza indirmeye yönelik uygulamalarda bulunup bulunmadığını dikkate alın. Ek A'da belirtilen yönergeleri dikkate alın.

VII. Raporlama İhlalleri

Greif'in İş Ahlakı ve Davranış Kuralları kapsamında herhangi bir antitröst veya rekabet kanununun veya bu Politikanın ihlal edildiğini fark eden veya ihlalinden şüphelenen her çalışan, uygun bir amiri veya üst düzey yönetim üyesi ile iletişime geçmekle yükümlüdür. İhlaller göz ardı edilmemeli, gizlenmemeli ve üzeri örtülmemelidir. Çalışan, üst yönetimden kiminle görüşeceği hakkında emin değilse 740-549-6188 numaralı telefon yoluyla Baş Hukuk Müşavirine ulaşabilir. Greif Yönetim Kurulunun Denetim Kuruluna auditcommittee@greif.com e-posta adresinden veya posta yoluyla Audit Committee, Greif, Inc., 425 Winter Road, Delaware, Ohio 43015 adresinden ulaşılabilir.

Ayrıca Kuzey Amerika kıtasının herhangi bir noktasından 877-781-9797 numaralı telefon yoluyla [Greif Uyarı Hattına](#) gizli, isimsiz ve ücretsiz olarak ulaşılabilir. Kuzey Amerika kıtasının dışındaki bir ülkede öncelikle ilgili ülkedeki AT&T'nin doğrudan erişim telefon kodu çevrildikten sonra aynı numara aranarak ücretsiz bir görüşme gerçekleştirilebilir. Doğrudan erişim kodlarını öğrenmek için www.att.com/traveler internet sayfasını ziyaret edebilirsiniz.

Greif, herhangi bir fiili veya muhtemel yasadışı veya etik dışı uygulamaya ilişkin iyi niyetli olarak yapılan hiçbir bildirim karşısında misillemeye izin vermez.

Revizyon Tarihi: 1 Haziran 2017