



MODELLO DI ORGANIZZAZIONE, GESTIONE E CONTROLLO

Codice Antitrust

	Ente	Firma
Redazione	HSEQ	Michele Fabozzi
Verifica	HSEQ	Pier Luigi Priolo
Approvazione	Amministratore Delegato	Giuseppe D'Arrigo

MODELLO DI ORGANIZZAZIONE, GESTIONE E CONTROLLO
Codice Antitrust



PETRONAS

Rev. 01

231 VNA MO 07

Data: 26/03/2015

Pag. 2 di 16

Rev	Data	Descrizione delle modifiche	Pagine
00	13/12/2011	Prima edizione	- - -
01	26/03/2015	Modificato il paragrafo "Definizioni" e i nominativi dei riferimenti dell'allegato "A".	4, 13



INDICE

1. DEFINIZIONI	4
2. INTRODUZIONE	5
3. NORME A TUTELA DELLA CONCORRENZA.....	5
3.1 INTESE, PRATICHE CONCORDATE, DECISIONI DI ASSOCIAZIONI DI IMPRESE E ABUSI DI POSIZIONE DOMINANTE	5
3.2 CONCENTRAZIONI	6
3.3 REGOLAMENTO 1/2003	6
3.4 PROGRAMMI DI CLEMENZA	6
3.5 LEGISLAZIONE NAZIONALE DEGLI STATI MEMBRI	6
3.6 NORMATIVA ITALIANA.....	7
4. LE CONDOTTE VIETATE	7
4.1 RAPPORTI CON I CONCORRENTI	7
4.2 RAPPORTI CON I CLIENTI E I FORNITORI	9
4.2.1 <i>Restrizioni del commercio intra UE</i>	9
4.2.2 <i>Restrizioni dei prezzi di rivendita</i>	10
4.2.3 <i>Pratiche e politiche distributive</i>	10
4.3 LE CONDOTTE ABUSIVE.....	10
4.3.1 <i>Vendite abbinata</i>	11
4.3.2 <i>Prezzi e altre pratiche discriminatorie</i>	11
4.3.3 <i>Accordi di esclusiva</i>	11
4.3.4 <i>Prezzi predatori</i>	11
4.3.5 <i>Sconti</i>	11
5. PRECISAZIONI TERMINOLOGICHE E ARCHIVIAZIONE DOCUMENTI	11
6. ISPEZIONI DA PARTE DEI FUNZIONARI DELLA AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO E DELLA COMMISSIONE EUROPEA	12
ALLEGATO A – COMUNICAZIONI E SEGNALAZIONI	13
ALLEGATO B – NORMATIVA UE	14
ALLEGATO C - NORMATIVA ITALIANA	15



1. DEFINIZIONI

PL Italy: i termini "PL Italy" e "Società", d'ora innanzi usati indifferentemente, si riferiscono alla società Petronas Lubricants Italy S.p.A.

Decreto: il termine "Decreto" si riferisce al decreto legislativo n. 231 del 8 giugno 2001 come successivamente modificato e integrato, concernente la disciplina della responsabilità amministrativa delle persone giuridiche, delle società e delle associazioni anche prive di personalità giuridica, a norma dell'articolo 11 della legge n. 300 del 29 settembre 2000.

Modello: il termine "Modello" identifica il modello di organizzazione, di gestione e di controllo adottato dalla Società a norma degli artt. 6 e 7 del Decreto.

Destinatari: il termine "Destinatari" si riferisce ai soggetti ai quali si applica il CoC, ossia, tutti coloro che svolgono, sulla base di una qualifica formale o anche solo *de facto*, attività di gestione, amministrazione o controllo all'interno della Società e tutti coloro che sono soggetti alla direzione e alla supervisione dei primi, quali i dipendenti, i consulenti, gli agenti, i procuratori e, in generale, tutti i terzi che svolgono per conto della Società attività potenzialmente esposte al rischio di commissione dei reati contemplati nel Decreto (i "Terzi Destinatari").

CdA: il termine "CdA" si riferisce al Consiglio di Amministrazione di Petronas Lubricants Italy S.p.A.

Autorità pubbliche: ai fini del richiamato Modello, il termine "Autorità Pubbliche" identifica l'insieme di autorità, entità e agenti ai quali l'ordinamento giuridico affida la cura e la protezione dell'interesse pubblico. Sono ivi inclusi:

- le istituzioni pubbliche nazionali, della UE e internazionali;
- i pubblici ufficiali che esercitano una funzione legislativa (volta alla produzione di norme legali), giudiziaria (esercitando potere giurisdizionale) o amministrativa (che si caratterizza per la formazione o la manifestazione della volontà della pubblica amministrazione o dal suo svolgersi per mezzo di poteri autoritativi e certificativi (Art. 357 codice penale);
- gli incaricati di pubblico servizio che svolgono una attività disciplinata nelle stesse forme della pubblica funzione, ma caratterizzata dalla mancanza dei poteri tipici di questa ultima (Art. 358 codice penale).

OdV: il termine "OdV" identifica l'Organismo di Vigilanza istituito da Petronas Lubricants Italy S.p.A. ai sensi del D.Lgs. 231/2001, a cui è demandato il compito di supervisionare l'attuazione del Modello e assicurare che sia costantemente aggiornato e rispettato dai Destinatari.

Codice ambientale: il termine "Codice Ambientale" si riferisce al decreto legislativo n. 152 del 3 aprile 2006 come successivamente modificato e integrato.

CCNL: il termine "CCNL" identifica i Contratti Collettivi Nazionali di Lavoro applicabili.

Reati: il termine "Reati" identifica i reati-presupposto rilevanti ai sensi del Decreto Legislativo n. 231 del 8 giugno 2001.

Cliente: i termini "Cliente" o "Clienti" identifica ogni soggetto che acquista beni o servizi da Petronas Lubricants Italy S.p.A. o dalle sue controllate, inclusi a titolo meramente esemplificativo ma non esaustivo i distributori e le officine.

Gruppo: il termine "Gruppo" identifica Petronas Lubricants Italy S.p.A. e le sue controllate che svolgono la propria attività in Italia e nell'ambito dell'Unione europea.



TFUE: il termine "TFUE" identifica il Trattato sul Funzionamento dell'Unione Europea.

2. INTRODUZIONE

Nel perseguimento del proprio oggetto sociale la Società e il Gruppo si impegnano a far sì che i Destinatari rispettino le disposizioni europee e nazionali emanate a tutela della concorrenza.

Il mancato rispetto della normativa in esame può implicare gravi conseguenze per la Società e le altre società del Gruppo dal momento che la violazione delle norme antitrust può comportare l'applicazione di sanzioni pecuniarie di importo pari al 10% del fatturato della singola società o del gruppo. Inoltre, i soggetti che hanno materialmente posto in essere le pratiche anticompetitive potrebbero essere sanzionati personalmente o subire azioni legali da terzi danneggiati.

Nessun amministratore, direttore, dipendente o agente della Società ha il potere di agire in maniera difforme rispetto alle disposizioni normative in materia di concorrenza ovvero di autorizzare o approvare un tale comportamento da parte di altri soggetti. Se si dovessero riscontrare comportamenti contrari alla normativa antitrust, è necessario rivolgersi con urgenza, anche anonimamente, a uno dei Responsabili indicati nell'Allegato A (*Comunicazioni e Segnalazioni*) al presente Codice Antitrust.

La responsabilità di agire in conformità a quanto previsto dal presente Codice Antitrust nonché di segnalare eventuali infrazioni delle disposizioni in esso contenute è individuale.

Tutti i Destinatari del presente Codice Antitrust dovranno segnalare, anche in via anonima, le violazioni delle disposizioni di cui al presente Codice Antitrust nonché delle disposizioni in materia di concorrenza a uno dei Responsabili indicati nell'Allegato A (*Comunicazioni e Segnalazioni*).

In caso di dubbi sulla applicazione o interpretazione delle disposizioni di cui al presente Codice Antitrust si prega di contattare direttamente uno dei Responsabili indicati nel summenzionato Allegato A (*Comunicazioni e Segnalazioni*).

3. NORME A TUTELA DELLA CONCORRENZA

3.1 Intese, pratiche concordate, decisioni di associazioni di imprese e abusi di posizione dominante

Ai sensi dell'articolo 101 del TFUE¹, sono vietati tutti gli accordi tra imprese, le decisioni di associazioni di imprese e le pratiche concordate che possano pregiudicare il commercio tra Stati membri dell'Unione europea e che abbiano per oggetto o per effetto di impedire, restringere o falsare il gioco della concorrenza all'interno del mercato interno. Gli accordi o decisioni, vietati in virtù del summenzionato articolo, sono nulli di pieno diritto. A titolo esemplificativo, sono proibiti gli accordi tra concorrenti riguardanti i prezzi di vendita, gli sconti, o le altre condizioni dell'offerta commerciale come, per esempio, termini e modalità di pagamento o contributi promozionali. Sono anche proibiti alcuni accordi tra fornitore e distributore, per esempio quelli volti a limitare le esportazioni a, o importazioni da, altri Stati membri dell'Unione europea.

Ai sensi dell'articolo 102 del TFUE², lo sfruttamento abusivo da parte di una o più imprese di una posizione dominante sul mercato interno o su una parte sostanziale dello stesso è vietato nella misura in cui possa essere pregiudizievole al commercio tra Stati membri. Un'impresa è considerata dominante se ha il potere di danneggiare la concorrenza effettiva sul mercato in

¹ Il testo di tale articolo è riportato nell'Allegato B (Normativa UE) al presente Codice Antitrust.

² Il testo di tale articolo è riportato nell'Allegato B (Normativa UE) al presente Codice Antitrust.



virtù di una posizione d'indipendenza dai propri fornitori, concorrenti, e clienti che le consente di influenzare unilateralmente le condizioni del mercato. Un'impresa potrebbe essere dominante se ha una quota di mercato superiore al 40%, ma è più probabile che ciò si verifichi a quote di mercato superiori al 50%. Una posizione dominante non è, di per sé, vietata. Ma quando un'impresa è in posizione dominante, certe condotte potenzialmente lesive della concorrenza sono proibite. Ciò è il caso, per esempio, di vendite sottocosto volte a eliminare un concorrente o anche di sconti che non consistono in vendite sottocosto ma hanno tuttavia un effetto escludente.

3.2 Concentrazioni

Il diritto europeo della concorrenza prevede anche una disciplina delle operazioni di concentrazione. Si ha una concentrazione ogniqualvolta un'impresa o una persona che controlli almeno un'impresa acquista il controllo, diretto o indiretto, esclusivo o congiunto, di un'altra impresa. La disciplina delle concentrazioni è volta a evitare che il mercato diventi eccessivamente concentrato a danno di concorrenti e consumatori. A tal fine, a seconda delle soglie di fatturato delle imprese interessate, eventuali operazioni di concentrazione in cui la Società o il Gruppo è coinvolto potrebbero dover essere notificate, al fine di ottenere le dovute autorizzazioni delle operazioni in questione, o alla Commissione europea o a una o più autorità antitrust nazionali.

3.3 Regolamento 1/2003

Il Regolamento 1/2003 conferisce alla Commissione europea il potere di imporre ammende fino al 10% del fatturato mondiale del Gruppo e di effettuare accertamenti presso i locali dell'impresa e anche presso il domicilio di amministratori, direttori e altri membri del personale dell'impresa. La Commissione europea agisce e si coordina con le autorità nazionali antitrust. Infatti, l'applicazione degli articoli 101 e 102 del TFUE è condivisa dalla Commissione europea e dalle autorità nazionali. Tuttavia, è posto in capo alle istituzioni nazionali un vincolo di convergenza, in base al quale è preclusa l'applicazione di norme nazionali di concorrenza più severe in relazione alle fattispecie che rientrano nel campo di applicazione del diritto europeo senza integrare una violazione dell'articolo 101 del TFUE. Il vincolo di convergenza non trova applicazione in materia di articolo 102 del TFUE.

3.4 Programmi di clemenza

La Commissione europea e tutte le autorità nazionali (tranne quella maltese) hanno adottato programmi di clemenza con riferimento ad accordi e pratiche concordate tra concorrenti (come accordi sui prezzi o scambi di informazioni riservate). Ciò significa che la prima impresa che fornisce all'autorità in questione informazioni su una violazione, compresa l'identità delle altre imprese che vi partecipano, ottiene una immunità dalla sanzione pecuniaria altrimenti applicabile a condizione che l'impresa in questione cooperi con l'autorità e non abbia costretto altre imprese a commettere l'infrazione. È anche possibile che altre imprese ottengano riduzioni – ma non un azzeramento – della sanzione. Pertanto, è della massima importanza che ogni possibile violazione della normativa antitrust sia tempestivamente comunicata al Responsabile del Dipartimento di appartenenza di cui all'Allegato A (*Comunicazioni e Segnalazioni*).

3.5 Legislazione nazionale degli Stati membri

Tutti gli Stati membri dell'Unione europea hanno norme specifiche in materia di concorrenza. In generale, esse riproducono o quanto meno si modellano sulla disciplina dell'Unione europea. Tuttavia, è possibile che la legislazione nazionale sia più restrittiva della normativa europea, in particolare per ciò che concerne l'abuso di posizione dominante. Pertanto, il presente Codice



Antitrust va letto e applicato unitamente all'Allegato C (*Normativa Italiana*), che riguarda l'applicazione delle norme nazionali.

3.6 Normativa italiana

L'ambito di applicazione delle norme italiane in materia di concorrenza è definito in modo residuale rispetto al diritto europeo. Tuttavia, gli articoli 2 e 3 della legge n. 287/1990³ hanno un contenuto pressoché identico a quello degli articoli 101 e 102 del TFUE, rispettivamente. Di conseguenza, ogni riferimento alla disciplina a livello europeo si estende anche a livello italiano. Infatti, anche a livello nazionale le intese vietate sono nulle di pieno diritto, sono sanzionate con pesanti ammende pecuniarie dall'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato e sono suscettibili di generare responsabilità sul piano civilistico. Inoltre, anche l'articolo 3 della legge n. 287/1990⁴ proibisce lo sfruttamento abusivo di una posizione dominante. In base alla prassi nazionale che recepisce quella europea quote di mercato a partire dal 40% possono essere indicative della sussistenza di una posizione dominante, anche se una posizione dominante è più probabile a quote di mercato superiori al 50%.

Il diritto italiano prevede altresì ipotesi di concentrazioni che devono essere comunicate preventivamente all'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato in base a specifiche soglie di fatturato, diverse rispetto a quelle europee. È opportuno rilevare che in caso di raggiungimento delle soglie di fatturato previste a livello europeo vige il principio dello sportello unico (c.d. *one stop shop*) tale per cui la Commissione europea ha la competenza esclusiva a valutare tali operazioni, salvo specifiche eccezioni.

4. LE CONDOTTE VIETATE

Il precedente capitolo ha fornito un quadro della normativa applicabile in tema di intese e abusi di posizione dominante. Si tratta ora di individuare, in via meramente esemplificativa e non esaustiva, le condotte che possono integrare un illecito antitrust.

È opportuno premettere che la eventuale responsabilità per illeciti antitrust non viene necessariamente attribuita solo alla società che ha materialmente commesso l'infrazione. Infatti, la giurisprudenza europea tende a ravvisare la responsabilità della capogruppo per l'infrazione commessa dalla controllata, qualora la capogruppo eserciti un'influenza decisiva (presunta in caso di detenzione del 100% del capitale sociale e dei diritti di voto) nei confronti della società controllata tale da escluderne l'indipendenza. Di conseguenza, anche le controllate della Società devono attenersi a quanto previsto nel presente Codice Antitrust.

4.1 Rapporti con i concorrenti

Accordi e scambi di informazioni tra imprese concorrenti sono tra le pratiche più rischiose ai fini della normativa antitrust. Tali accordi e scambi di informazioni sono in genere vietati a prescindere dal fatto che siano stati attuati o meno. È quindi sufficiente che, per esempio, due o più imprese concorrenti abbiano discusso a una riunione di una associazione di categoria o per telefono della necessità di aumentare i prezzi in maniera coordinata perché possa configurarsi un grave illecito antitrust, anche se poi i prezzi non sono stati affatto aumentati e perfino se sono stati in realtà ridotti. Va altresì rilevato che un illecito antitrust sussiste ogniqualvolta due o più concorrenti sostituiscano all'incertezza che caratterizza la libera concorrenza il coordinamento delle proprie condotte sul mercato. Non è necessario che vi sia un accordo o altra prova scritta di quanto concordato. Spesso un'infrazione antitrust viene provata sulla base di

³ Il testo di tali articoli è riportato nell'Allegato C (Normativa Nazionale) al presente Codice Antitrust.

⁴ Il testo di tali articoli è riportato nell'Allegato C (Normativa Nazionale) al presente Codice Antitrust.



elementi quali la mera partecipazione a riunioni o conversazioni telefoniche con concorrenti e le dichiarazioni di imprese interessate a ottenere l'immunità o la eventuale riduzione da possibili sanzioni pecuniarie.

Sono assolutamente vietati i seguenti accordi:

- a. Accordi sui prezzi o altri elementi dell'offerta commerciale: accordi (o negoziazioni volte al raggiungimento di accordi) tra la Società e uno o più concorrenti riguardanti i prezzi da applicare sul mercato, gli sconti o le commissioni di vendita, le condizioni di vendita dei prodotti e le modalità di pagamento degli stessi; tali accordi infatti arrecano un pregiudizio immediato ai consumatori. Non solo un accordo ma anche la mera indicazione – non vincolante – del prezzo da applicare comporterà la violazione della normativa antitrust. Perché si commetta un grave illecito antitrust, l'accordo non deve necessariamente essere scritto o vincolante né tantomeno deve essere stato attuato.
- b. Limitazione della produzione: tale condotta viene integrata qualora la Società e i suoi concorrenti raggiungano un accordo ripartendosi le quote di produzione, limitando l'introduzione di prodotti innovativi, riducendo la varietà dei prodotti o diminuendo la distribuzione di alcuni prodotti.
- c. Ripartizione dei mercati: la Società non può accordarsi con i propri concorrenti in merito alla ripartizione dei clienti o delle aree di mercato o concordare con il concorrente di investire in un determinato settore.

Anche un mero scambio di informazioni riservate e commercialmente sensibili può dar luogo a gravi violazioni della normativa antitrust. Non è necessario che vi siano scambi di informazioni ripetuti nel tempo ma anche un caso isolato di comunicazioni vietate può essere sanzionato. Inoltre, la mera ricezione passiva di tali informazioni riservate e commercialmente sensibili da parte di un concorrente può costituire un illecito antitrust. Per esempio, la comunicazione da parte di un concorrente dei prezzi che intende applicare o anche dei prezzi praticati ai fornitori o dei costi sostenuti o di ogni altra informazione che, in genere, non viene comunicata ai concorrenti o resa pubblica, potrebbe dar luogo a un illecito antitrust grave. Ciò anche se la controparte non comunica a sua volta alcuna informazione, non manifesta espressa adesione al comportamento del concorrente e non utilizza in alcun modo le informazioni ricevute. Pertanto, i Destinatari non dovranno in alcun modo, neanche nel corso di conversazioni informali, discutere con i concorrenti della Società i seguenti argomenti:

- a. prezzi e politiche di prezzo (*e.g. sconti e promozioni*);
- b. termini e condizioni relativi ai contratti di fornitura;
- c. strategie di produzione;
- d. condizioni di vendita o di acquisto di prodotti e/o servizi;
- e. margini di profitto;
- f. strategie commerciali;
- g. portafoglio clienti;
- h. nuovi prodotti o servizi;
- i. rifiuto di negoziare con un fornitore/licenziante o cliente/licenziatario;
- j. offerte presentate ad aste pubbliche o private, ivi compresa l'intenzione di presentare un'offerta o meno, e la tempistica, le modalità e il contenuto dell'offerta;
- k. ripartizione di clienti e territori;
- l. criteri di scelta dei licenziatari/distributori e condizioni delle licenze/contratti di distribuzione;
- m. qualità dei propri prodotti o servizi o di eventuali innovazioni.

Se un concorrente inizia una conversazione che riguarda uno degli argomenti di cui sopra, il Destinatario dovrà immediatamente dichiarare la propria ferma intenzione di non discutere tale argomento e, se necessario, interrompere la conversazione o allontanarsi dalla riunione. Lo stesso vale anche se il Destinatario ascolta, in maniera assolutamente passiva, una conversazione sugli argomenti di cui sopra tra concorrenti, per esempio a una riunione di una associazione di categoria. Il Destinatario dovrà informare dell'accaduto al più presto possibile il



Responsabile del Dipartimento di appartenenza di cui all'Allegato A (*Comunicazioni e Segnalazioni*).

La partecipazione ad associazioni di imprese è generalmente legittima e spesso utile al fine di discutere problemi di natura generale che riguardano il settore, per esempio l'introduzione di una nuova disciplina dell'Unione europea o nazionale. Tuttavia, le associazioni di categoria costituiscono, per definizione, occasioni di incontro di concorrenti. Tali incontri presentano un elevato rischio antitrust. Pertanto, nell'ambito di un'associazione di imprese, è della massima importanza evitare ogni discussione, sia pure generica, degli argomenti di cui sopra, e informare tempestivamente il Responsabile del Dipartimento di appartenenza di cui all'Allegato A (*Comunicazioni e Segnalazioni*) nel caso in cui tale discussione sia avvenuta.

In caso di accordi di associazione o collaborazione con concorrenti, quali ad esempio accordi di ricerca e sviluppo o accordi di commercializzazione, gli stessi dovranno essere oggetto di revisione da parte dell'Amministratore Delegato della Società.

4.2 Rapporti con i clienti e i fornitori

Infrazioni antitrust possono essere commesse anche nei rapporti con i licenzianti/fornitori e i licenziatari/clienti. Per semplicità, si farà riferimento ai rapporti con i clienti ma le stesse disposizioni si applicano ai rapporti con eventuali licenziatari e con i fornitori ed eventuali licenzianti.

In genere, nei rapporti con i clienti, i problemi antitrust sono spesso più complessi. Tutti i contratti devono perciò essere autorizzati dal Responsabile del Dipartimento di appartenenza di cui all'Allegato A (*Comunicazioni e Segnalazioni*).

4.2.1 Restrizioni del commercio intra UE

Il diritto dell'Unione europea è particolarmente severo per quanto riguarda le restrizioni delle importazioni parallele nel territorio dell'Unione europea. Pertanto, ogni restrizione dell'abilità di un cliente di rivendere i prodotti all'interno dell'Unione europea è altamente rischiosa ed è probabilmente una infrazione grave della normativa antitrust. Ci sono eccezioni ma esse richiedono un'analisi giuridica complessa. Pertanto, ogni clausola contrattuale, pratica, o accordo, anche orale, che possa, direttamente o indirettamente, limitare l'abilità dei clienti di rivendere prodotti e fornire servizi dovunque nell'Unione europea deve essere autorizzata dal Responsabile del Dipartimento di appartenenza di cui all'Allegato A (*Comunicazioni e Segnalazioni*).

Tali clausole, pratiche o accordi comprendono, a titolo esemplificativo, i seguenti:

- a. proibire la vendita dei propri prodotti al di fuori del territorio assegnato a un distributore. In particolare, ai fini antitrust, è problematico il divieto per il distributore di impegnarsi attivamente a cercare clienti al di fuori della propria area territoriale di esclusiva, se tale area è priva di qualsiasi distributore in esclusiva. Viceversa, non genera alcuna problematica antitrust la medesima fattispecie se ha luogo in un'area attribuita in esclusiva a un altro distributore. Da ultimo è problematico anche il divieto assoluto per il distributore di vendere a clienti che abbiano sollecitato le vendite, senza che il distributore si sia attivato autonomamente;
- b. risolvere un contratto di distribuzione al fine di impedire al distributore di importare o esportare prodotti o fornire servizi dovunque nell'Unione europea;
- c. rifiutare di stipulare un contratto con un nuovo distributore perché quest'ultimo ha intenzione di importare o esportare prodotti o fornire servizi dovunque nell'Unione europea o non limitatamente a un determinato territorio;
- d. praticare prezzi più alti per prodotti che un distributore intende esportare in un altro Stato membro dell'Unione europea;
- e. offrire garanzie limitatamente ad alcuni Stati membri dell'Unione europea piuttosto che garanzie valide (almeno) in tutto il territorio dell'Unione europea;



Rev. 01

231 VNA MO 07

Data: 26/03/2015

Pag. 10 di 16

- f. richiedere che il distributore verifichi lo Stato di residenza dell'acquirente;
- g. ridurre pagamenti o agevolazioni, comunque denominati, per esempio commissioni, contributi promozionali, o sconti, per prodotti venduti fuori dal territorio assegnato a un distributore;
- h. monitorare le vendite dei propri distributori al fine di impedire o disincentivare le importazioni parallele.

4.2.2 Restrizioni dei prezzi di rivendita

La Società non può, né direttamente né indirettamente, imporre ai distributori un prezzo di rivendita minimo o in termini assoluti, anche espresso come un massimo e un minimo o in riferimento ai prezzi praticati dai concorrenti. La Società può, però, raccomandare i prezzi di rivendita dei propri prodotti e pubblicizzare tali prezzi al pubblico. Tali pratiche devono essere autorizzate preventivamente dal Responsabile del Dipartimento di appartenenza di cui all'Allegato A (*Comunicazioni e Segnalazioni*).

4.2.3 Pratiche e politiche distributive⁵

Come principio generale, la Società è libera di scegliere i propri clienti e di risolvere contratti di distribuzione purché tale risoluzione avvenga in conformità al contratto e alla legge a esso applicabile. Tuttavia, il rifiuto di contrarre con un potenziale cliente o la risoluzione del contratto con un cliente esistente non possono essere strumenti per raggiungere un fine vietato dal diritto antitrust. Inoltre, in alcuni casi i clienti devono essere scelti in base a criteri oggettivi di tipo qualitativo e applicabili indistintamente a tutti i clienti. Infine, la Commissione europea continua a essere particolarmente attenta all'emersione e alla crescita di riparatori indipendenti, per cui pratiche che potrebbero essere interpretate come volte a sfavorire i riparatori indipendenti vanno evitate. Pertanto, le seguenti attività vanno previamente autorizzate dal Responsabile del Dipartimento di appartenenza di cui all'Allegato A (*Comunicazioni e Segnalazioni*):

- a. la cessazione del rapporto contrattuale con un cliente;
- b. il rifiuto di stipulare un contratto con un cliente autorizzato, escludendo pertanto quest'ultimo dalla rete di distribuzione della Società;
- c. la stipula di contratti di esclusiva, cioè di contratti che prevedono che la controparte non possa acquistare da altre imprese prodotti che siano in concorrenza con quelli della Società;
- d. l'attuazione di programmi di fidelizzazione e/o incentivazione dei clienti attraverso sconti, bonus, pagamenti a titolo di contributo promozionale, e ogni altro beneficio in cambio di obblighi di esclusiva, di acquisto di una determinata percentuale del fabbisogno dalla Società, o del raggiungimento di determinate soglie o target quantitativi di ordini nel corso di un determinato periodo;
- e. il rifiuto di vendere prodotti o fornire informazioni necessarie alla corretta utilizzazione dei prodotti stessi a riparatori non autorizzati;
- f. il rifiuto di vendere prodotti o fornire informazioni necessarie alla corretta utilizzazione dei prodotti stessi a utenti finali.

4.3 Le condotte abusive

Si ricorda che un'impresa potrebbe essere dominante se ha una quota di mercato superiore al 40%, ma è più probabile che ciò si verifichi a quote di mercato superiori al 50%. Un'impresa in posizione dominante ha una responsabilità speciale nei confronti del mercato. Certe pratiche che sono perfettamente legittime se poste in essere da un'impresa che non sia dominante potrebbero essere gravemente lesive della concorrenza, e pesantemente sanzionate, se poste in essere da un'impresa dominante. L'analisi della condotta di un'impresa dominante è complessa. A titolo esemplificativo, le seguenti condotte possono costituire un illecito antitrust:

⁵ In questa sezione il termine "cliente" non comprende l'utente finale.



Rev. 01

231 VNA MO 07

Data: 26/03/2015

Pag. 11 di 16

- a. l'imposizione di prezzi non equi ovvero l'applicazione di prezzi o altre condizioni contrattuali ingiustificatamente gravose al fine di ottenere profitti sopracompetitivi;
- b. la vendita sottocosto qualora non sia giustificata da ragioni di efficienza economica ma dalla sola volontà di escludere dei concorrenti dal mercato;
- c. il rifiuto a contrarre qualora abbia effetti escludenti;
- d. le pratiche discriminatorie consistenti nell'applicazione, nei rapporti con i clienti, di trattamenti differenziati non giustificati da differenze di costi.

4.3.1 Vendite abbinate

Per "vendite abbinate" si intendono le situazioni in cui i clienti che acquistano un prodotto (il prodotto principale) devono acquistare anche un altro prodotto distinto (il prodotto abbinato) dallo stesso fornitore o da qualcuno designato da quest'ultimo. Le vendite abbinate sono solitamente perfettamente legittime ma possono sollevare complesse questioni antitrust, in particolare se la Società dovesse essere dominante in relazione a uno dei prodotti in questione. Le vendite abbinate devono pertanto essere autorizzate dal Responsabile del Dipartimento di appartenenza di cui all'Allegato A (*Comunicazioni e Segnalazioni*).

4.3.2 Prezzi e altre pratiche discriminatorie

L'applicazione di prezzi (o altre clausole contrattuali) diversi per transazioni equivalenti può sollevare complesse questioni giuridiche se la Società è in posizione dominante e la diversità di prezzo non è giustificata da differenze di costi (*e.g. costi di trasporto*). In tal caso, prezzi e altre pratiche discriminatorie devono essere autorizzate dal Responsabile del Dipartimento di appartenenza di cui all'Allegato A (*Comunicazioni e Segnalazioni*).

4.3.3 Accordi di esclusiva

Gli accordi che obblighino l'acquirente a rifornirsi in esclusiva presso un'impresa possono essere ritenuti abusivi, se l'impresa è in posizione dominante e gli accordi risultano idonei a ostacolare i concorrenti attuali e potenziali nella distribuzione dei medesimi prodotti. Gli accordi di esclusiva devono pertanto essere autorizzati dal Responsabile del Dipartimento di appartenenza di cui all'Allegato A (*Comunicazioni e Segnalazioni*).

4.3.4 Prezzi predatori

Il ricorso a una strategia di prezzi sottocosto, motivata da intenti escludenti, può costituire un illecito antitrust. Le vendite sottocosto devono pertanto essere autorizzate dal Responsabile del Dipartimento di appartenenza di cui all'Allegato A (*Comunicazioni e Segnalazioni*).

4.3.5 Sconti

La concessione di sconti è solitamente perfettamente legittima ma può sollevare complesse questioni antitrust nel caso in cui l'impresa sia in posizione dominante. In particolare, di recente il ricorso a pratiche scontistiche è stato severamente scrutinato da parte della Commissione europea, partendo dal presupposto che tali pratiche possano condurre alla fidelizzazione dei clienti, comportando così la chiusura del mercato a danno dei concorrenti. Le pratiche scontistiche devono pertanto essere autorizzate dal Responsabile del Dipartimento di appartenenza di cui all'Allegato A (*Comunicazioni e Segnalazioni*).

5. PRECISAZIONI TERMINOLOGICHE E ARCHIVIAZIONE DOCUMENTI

Un aspetto molto importante da tenere in considerazione nello svolgimento dell'attività quotidiana è l'utilizzo di una terminologia adeguata sia nei documenti sia nelle *e-mail*. Erronee espressioni potrebbero dare avvio a indagini da parte delle autorità antitrust anche nell'ipotesi



di condotte lecite ma riportate in tali documenti in maniera erronea o quantomeno ingannevole. È necessario evitare una terminologia che possa dar luogo a equivoci. Per esempio, frasi che possano far presumere un coordinamento delle proprie politiche commerciali con i concorrenti vanno evitate. Pertanto, non vanno utilizzate frasi come 'allineare i prezzi con quelli dei concorrenti', 'stabilizzare i prezzi', 'calmierare' o 'disciplinare il mercato'. In ogni documento dove si fa riferimento a prezzi o pratiche di mercato dei concorrenti indicare la fonte (per esempio, una rivista specializzata), in modo da evitare l'impressione che tali informazioni possano essere state ottenute da concorrenti. Inoltre, vanno evitate frasi che potrebbero essere interpretate come l'espressione della volontà di escludere concorrenti in maniera illecita. A tale fine, è necessario evitare frasi che possano sembrare troppo aggressive come 'acquistare una quota di mercato dominante', 'eliminare un concorrente' o 'essere dominanti'.

Ogniqualevolta, alla luce del presente Codice Antitrust, vi siano dubbi circa il testo di un documento o *e-mail* o la conformità di una pratica della Società o del comportamento di un Destinatario con la normativa antitrust, occorre contattare il Responsabile del Dipartimento di appartenenza di cui all'Allegato A (*Comunicazioni e Segnalazioni*) oralmente senza mettere nulla per iscritto.

Si precisa inoltre che, non appena viene notificato l'avvio di un'indagine antitrust e fino al termine dell'attività investigativa da parte di un'autorità della concorrenza, è assolutamente vietato distruggere qualsiasi documento o eliminare documenti in formato elettronico o *e-mail* che riguardino, anche indirettamente, i mercati oggetto dell'indagine a prescindere dal fatto che essi siano attinenti o meno a questioni antitrust.

6. ISPEZIONI DA PARTE DEI FUNZIONARI DELLA AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO E DELLA COMMISSIONE EUROPEA

L'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato e la Commissione europea possono richiedere in qualsiasi momento a imprese, enti o persone di fornire informazioni o esibire documenti utili ai fini di una indagine antitrust nonché prendere copia di tali documenti.

In aggiunta, sia l'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato che la Commissione europea possono svolgere ispezioni presso i locali della Società anche senza preavviso (*c.d. dawn raids*). Indicazioni pratiche e istruzioni da seguire in caso di accertamento ispettivo sono fornite nella Procedura in caso di ispezioni aziendali da parte dell'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato e della Commissione europea, al fine di assicurare che l'ispezione abbia luogo nel rispetto della normativa nazionale ed europea applicabile, così da evitare di incorrere in eventuali sanzioni amministrative pecuniarie.



ALLEGATO A – COMUNICAZIONI E SEGNALAZIONI

omissis



ALLEGATO B – NORMATIVA UE

TRATTATO SUL FUNZIONAMENTO DELL'UNIONE EUROPEA

Articolo 101

- 1.** Sono incompatibili con il mercato interno e vietati tutti gli accordi tra imprese, tutte le decisioni di associazioni di imprese e tutte le pratiche concordate che possano pregiudicare il commercio tra Stati membri e che abbiano per oggetto o per effetto di impedire, restringere o falsare il gioco della concorrenza all'interno del mercato interno ed in particolare quelli consistenti nel:
- fissare direttamente o indirettamente i prezzi d'acquisto o di vendita ovvero altre condizioni di transazione;
 - limitare o controllare la produzione, gli sbocchi, lo sviluppo tecnico o gli investimenti;
 - ripartire i mercati o le fonti di approvvigionamento;
 - applicare, nei rapporti commerciali con gli altri contraenti, condizioni dissimili per prestazioni equivalenti, così da determinare per questi ultimi uno svantaggio nella concorrenza;
 - subordinare la conclusione di contratti all'accettazione da parte degli altri contraenti di prestazioni supplementari, che, per loro natura o secondo gli usi commerciali, non abbiano alcun nesso con l'oggetto dei contratti stessi.
- 2.** Gli accordi o decisioni, vietati in virtù del presente articolo, sono nulli di pieno diritto.
- 3.** Tuttavia, le disposizioni del paragrafo 1 possono essere dichiarate inapplicabili:
- a qualsiasi accordo o categoria di accordi fra imprese,
 - a qualsiasi decisione o categoria di decisioni di associazioni di imprese, e
 - a qualsiasi pratica concordata o categoria di pratiche concordate,
- che contribuiscano a migliorare la produzione o la distribuzione dei prodotti o a promuovere il progresso tecnico o economico, pur riservando agli utilizzatori una congrua parte dell'utile che ne deriva, ed evitando di
- imporre alle imprese interessate restrizioni che non siano indispensabili per raggiungere tali obiettivi;
 - dare a tali imprese la possibilità di eliminare la concorrenza per una parte sostanziale dei prodotti di cui trattasi.

* * * *

Articolo 102

- È incompatibile con il mercato interno e vietato, nella misura in cui possa essere pregiudizievole al commercio tra Stati membri, lo sfruttamento abusivo da parte di una o più imprese di una posizione dominante sul mercato interno o su una parte sostanziale di questo. Tali pratiche abusive possono consistere in particolare:
- nell'imporre direttamente od indirettamente prezzi d'acquisto, di vendita od altre condizioni di transazione non eque;
 - nel limitare la produzione, gli sbocchi o lo sviluppo tecnico, a danno dei consumatori;
 - nell'applicare nei rapporti commerciali con gli altri contraenti condizioni dissimili per prestazioni equivalenti, determinando così per questi ultimi uno svantaggio per la concorrenza;
 - nel subordinare la conclusione di contratti all'accettazione da parte degli altri contraenti di prestazioni supplementari, che, per loro natura o secondo gli usi commerciali, non abbiano alcun nesso con l'oggetto dei contratti stessi.



ALLEGATO C - NORMATIVA ITALIANA

LEGGE N. 287/1990

Articolo 1

Ambito di applicazione e rapporti con l'ordinamento comunitario

- 1.** Le disposizioni della presente legge in attuazione dell'articolo 41 della Costituzione a tutela e garanzia del diritto di iniziativa economica, si applicano alle intese, agli abusi di posizione dominante e alle concentrazioni di imprese che non ricadono nell'ambito di applicazione degli articoli 65 e/o 66 del Trattato istitutivo della Comunità europea del carbone e dell'acciaio, degli articoli 85 e/o 86 del Trattato istitutivo della Comunità economica europea (CEE), dei regolamenti della CEE o di atti comunitari con efficacia normativa equiparata.
- 2.** L'Autorità garante della concorrenza e del mercato di cui all'articolo 10, di seguito denominata Autorità, qualora ritenga che una fattispecie al suo esame non rientri nell'ambito di applicazione della presente legge ai sensi del comma 1, ne informa la Commissione delle Comunità europee, cui trasmette tutte le informazioni in suo possesso.
- 3.** Per le fattispecie in relazione alle quali risulta già iniziata una procedura presso la Commissione delle Comunità europee in base alle norme richiamate nel comma 1, l'Autorità sospende l'istruttoria, salvo che per gli eventuali aspetti di esclusiva rilevanza nazionale.
- 4.** L'interpretazione delle norme contenute nel presente titolo è effettuata in base ai principi dell'ordinamento delle Comunità europee in materia di disciplina della concorrenza.

* * * *

Articolo 2

Intese restrittive della libertà di concorrenza

- 1.** Sono considerati intese gli accordi e/o le pratiche concordate tra imprese nonché le deliberazioni, anche se adottate ai sensi di disposizioni statutarie o regolamentari, di consorzi, associazioni di imprese ed altri organismi simili.
- 2.** Sono vietate le intese tra imprese che abbiano per oggetto o per effetto di impedire, restringere o falsare in maniera consistente il gioco della concorrenza all'interno del mercato nazionale o in una sua parte rilevante, anche attraverso attività consistenti nel:
 - a. fissare direttamente o indirettamente i prezzi d'acquisto o di vendita ovvero altre condizioni contrattuali;
 - b. impedire o limitare la produzione, gli sbocchi o gli accessi al mercato, gli investimenti, lo sviluppo tecnico o il progresso tecnologico;
 - c. ripartire i mercati o le fonti di approvvigionamento;
 - d. applicare, nei rapporti commerciali con altri contraenti, condizioni oggettivamente diverse per prestazioni equivalenti, così da determinare per essi ingiustificati svantaggi nella concorrenza;
 - e. subordinare la conclusione di contratti all'accettazione da parte degli altri contraenti di prestazioni supplementari che, per loro natura o secondo gli usi commerciali, non abbiano alcun rapporto con l'oggetto dei contratti stessi.
- 3.** Le intese vietate sono nulle ad ogni effetto.

* * * *

Articolo 3

Abuso di posizione dominante



È vietato l'abuso da parte di una o più imprese di una posizione dominante all'interno del mercato nazionale o in una sua parte rilevante, ed inoltre è vietato:

- a. imporre direttamente o indirettamente prezzi di acquisto, di vendita o altre condizioni contrattuali ingiustificatamente gravose;
- b. impedire o limitare la produzione, gli sbocchi o gli accessi al mercato, lo sviluppo tecnico o il progresso tecnologico, a danno dei consumatori;
- c. applicare nei rapporti commerciali con altri contraenti condizioni oggettivamente diverse per prestazioni equivalenti, così da determinare per essi ingiustificati svantaggi nella concorrenza;
- d. subordinare la conclusione dei contratti all'accettazione da parte degli altri contraenti di prestazioni supplementari che, per loro natura e secondo gli usi commerciali, non abbiano alcuna connessione con l'oggetto dei contratti stessi.