

## Policy Antitrust

<i>Data di creazione:</i>	<i>Maggio 2024</i>
<i>Redatto da:</i>	<i>Compliance Manager</i> 
<i>Verificato da:</i>	<i>Head of Legal &amp; Compliance</i> 
<i>Approvato da:</i>	<i>Amministratore Delegato</i> 

## Cronologia delle Revisioni

Rev	Data	OGGETTO	Motivazione	Distribuzione
00	30/05/24	Prima emissione	Prima emissione	Owncloud

## POLICY ANTITRUST

### 1. PRINCIPI GENERALI

- 1.1. Il diritto antitrust è costituito dal complesso di norme europee e nazionali volte a garantire la tutela della concorrenza tra le imprese ("**Diritto Antitrust**"). Il fine ultimo del Diritto Antitrust è di sostenere un'economia di mercato libera, impedendo che le imprese già presenti stabilmente su un determinato segmento economico si accordino tra di loro o abusino individualmente della propria posizione di potere in termini commerciali o produttivi, con l'effetto di falsare il "gioco" della libera concorrenza a svantaggio dei concorrenti e dei consumatori.
- 1.2. I principali rischi che possono correre le imprese in violazione delle norme antitrust includono: (i) sanzioni amministrative pecuniarie che possono arrivare fino al 10% del fatturato; (ii) nullità degli accordi posti in essere in violazione del Diritto Antitrust; (iii) risarcimento dei danni causati ai clienti o ai concorrenti che possano aver subito un danno diretto e/o indiretto in seguito a una condotta *antitrust*; e (vi) danno all'immagine dell'impresa.

### 2. FATTISPECIE TIPICHE DEL DIRITTO ANTITRUST

- 2.1. Il Diritto Antitrust vieta tutte le condotte, poste in essere da un'impresa, che determinano o possono determinare il comportamento di una impresa concorrente, limitando in qualche modo l'autonomia decisionale o la libertà commerciale di quest'ultima.
- 2.2. Le norme di riferimento del Diritto Antitrust sono gli articoli 101 e 102 del Trattato sul funzionamento dell'Unione europea ("**TFUE**"), i quali sanciscono rispettivamente il divieto di intese restrittive della concorrenza e il divieto di abuso di posizione dominante, e le corrispondenti norme del diritto nazionale, ossia gli articoli 2 e 3 della legge n. 287/1990 ("**Legge**").
- 2.3. L'art. 101 del TFUE e l'art. 2 della Legge vietano le condotte poste in essere tra imprese che abbiano per oggetto o per effetto la restrizione o l'eliminazione della concorrenza nel mercato. In altre parole, tali disposizioni prevedono che un'intesa tra imprese è illecita ai fini del Diritto Antitrust se determina una forma di coordinamento e di cooperazione restrittiva della concorrenza derivante da una concertazione tra le imprese.
- 2.4. Le condotte che tipicamente possono dare luogo ad una intesa restrittiva della concorrenza illecita ai sensi del Diritto Antitrust sono le seguenti:
  - (i) la fissazione dei prezzi d'acquisto o vendita o la fissazione di altre simili condizioni commerciali;
  - (ii) la ripartizione dei mercati o della clientela;
  - (iii) la manipolazione delle offerte (o delle gare d'appalto);
  - (iv) lo scambio di informazioni sensibili sotto il profilo concorrenziale.
- 2.5. L'art. 102 del TFUE e l'art. 3 della Legge vietano, invece, l'abuso di posizione dominante, ossia nel caso in cui un'impresa, ricoprendo una posizione di dominanza sul mercato, abusi di tale situazione, ponendo in essere alcuni comportamenti ritenuti espressione di abuso.
- 2.6. La detenzione di una posizione dominante in genere è presunta qualora l'impresa detenga una quota di

mercato pari o superiore al 50%. Per quote inferiori, l'accertamento della dominanza dipende dall'analisi del contesto di mercato e di altri fattori quali, per esempio, la dimensione e numero dei concorrenti, presenza di barriere all'ingresso, economie di scala, potere negoziale degli acquirenti, e altri fattori simili o correlati.

2.7. Le condotte che tipicamente danno luogo ad abuso di posizione dominante si distinguono in due macro-categorie: (i) l'abuso da sfruttamento, che normalmente si sostanzia in condotte lesive nei confronti degli utenti finali della catena commerciale, come acquirenti e consumatori; (ii) l'abuso da impedimento, che in genere ha luogo in danno delle imprese concorrenti.

### 3. POTERI ISPETTIVI E SANZIONATORI DELL'AGCM. OBBLIGHI DI CONSERVAZIONE ED AGGIORNAMENTO.

3.1. L'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato ("AGCM") vigila sulla corretta attuazione e sul rispetto di Diritto Antitrust da parte delle imprese italiane.

3.2. L'AGCM è dotata di poteri ispettivi e sanzionatori volti all'individuazione e condanna di pratiche restrittive della concorrenza, nonché della facoltà di avviare e svolgere indagini conoscitive di natura generale, relative a settori economici nei quali si presume l'esistenza di impedimenti alla concorrenza.

3.3. La politica di Itelyum nel quadro di un globale impegno al rispetto del Diritto Antitrust è basata sulla più ampia collaborazione con l'AGCM<sup>1</sup>. Itelyum si impegna infatti a concedere all'AGCM l'accesso a tutte le informazioni e documenti sui cui l'autorità intende avviare l'indagine.

3.4. Itelyum si impegna comunque a conservare propriamente tutta la documentazione rilevante e ad aggiornare la presente Policy Antitrust laddove rilevi un cambiamento a livello normativo ovvero la necessità di adottare nuove procedure di collaborazione.

Al fine di (i) diffondere ulteriormente tra i propri dipendenti la conoscenza dei principi in materia, (ii) individuare eventuali aree di rischio e (iii) adottare le opportune misure volte a mitigare il rischio di possibili violazioni, Itelyum ha commissionato a professionisti esterni qualificati un assessment dedicato al tema dell'antitrust.

Sono stati dunque esaminati documenti aziendali, tra cui contratti di vendita, contratti di approvvigionamento di materie prime e servizi, contratti di appalto, statuti e regolamenti, documentazione inerente la procedura del Gruppo per l'acquisizione di società. Sono state inoltre svolte interviste con figure apicali del Gruppo.

I risultati emersi dall'assessment hanno consentito di stilare il seguente *vademecum*, rivolto a tutte le risorse che operano nel Gruppo Itelyum. Il *vademecum* contiene l'indicazione delle aree "sensibili" in termini di antitrust e le raccomandazioni volte a minimizzare il rischio di contestazioni. Tali aree sono:

- a. contatti e scambi di informazioni tra Itelyum e i suoi concorrenti;
- b. la partecipazione a gare d'appalto in ATI;
- c. potenziale posizione dominante.

A seguire si riporta, dunque, il citato *vademecum*, cui **ogni destinatario è chiamato ad attenersi nell'ambito della propria attività lavorativa.**

Resta inteso l'obbligo di aggiornare la presente policy ad ogni revisione del *vademecum* dovuta a modifiche normative e/o organizzative.

Per ogni eventuale ulteriore approfondimento, l'argomento è trattato con più ampio dettaglio nel *Manuale di Compliance Antitrust Itelyum*, disponibile al link:

<sup>1</sup> Itelyum promuove e supporta il conseguimento del Rating di Legalità per tutte le imprese del Gruppo.

**"Procedure e Policies"**

## VADEMECUM ANTITRUST

### PROFILI ORIZZONTALI

#### SCENARIO


**TO DO**

**NOT TO DO**

Partecipate ad una riunione organizzata da un'associazione di categoria	<p><b>Esaminare preventivamente l'ordine del giorno</b> della riunione.</p> <p><b>Opporsi a eventuali scambi di informazioni sensibili e abbandonare</b> le riunioni ove tali scambi non cessino, facendo annotare il tutto a verbale.</p>	<p>Partecipare alle riunioni delle associazioni, <b>discutendo temi rilevanti sotto il profilo antitrust</b> (e.g. prezzi, sconti, costi, partecipazione a gare).</p> <p>Fornire o ricevere informazioni sensibili dei concorrenti, <b>senza chiedere che cessi lo scambio di informazioni e senza abbandonare la riunione.</b></p>
Partecipate ad una fiera di settore e un concorrente vi invita a scambiare informazioni commercialmente sensibili	<p>Opporsi <b>immediatamente ed espressamente</b> alla divulgazione e informare l'Ufficio Legale.</p>	<p><b>Scambiare con i concorrenti informazioni sensibili</b> idonee a ridurre l'incertezza sul comportamento attuale o futuro sul mercato (e.g. prezzi, sconti, strategie future).</p>
Negoziare e/o eseguite accordi commerciali con i concorrenti	<p>Fornire/ricevere i soli <b>dati che siano necessari</b> alla corretta esecuzione dell'accordo commerciale concluso con il concorrente.</p> <p>Implementare <b>chinese wall</b> interni volti a impedire che le informazioni ricevute da un cliente-concorrente vengano poi sfruttate al fine di avvantaggiarsi nella concorrenza con quest'ultimo.</p>	<p><b>Scambiare con i clienti-concorrenti informazioni commerciali sensibili</b> che non siano necessarie per l'esecuzione dell'accordo commerciale concluso con il concorrente e, in ogni caso, che siano idonee a ridurre l'incertezza sul rispettivo comportamento sul mercato.</p>
Partecipate a una gara d'appalto	<p>Lasciare sempre <b>traccia scritta</b> delle valutazioni economico/tecniche alla base: (i) della decisione di partecipare o non partecipare a una gara (o a un determinato lotto); (ii) del processo di definizione del</p>	<p>Parlare con i concorrenti delle proprie <b>decisioni in merito alla partecipazione alla gara.</b></p> <p>Presentare <b>offerte identiche</b> a quelle dei concorrenti,</p>

prezzo; e (iii) della eventuale scelta di partecipare in ATI.

Nel caso in cui si stia valutando di costituire un'ATI con operatori concorrenti, nonostante si abbiano tutti i requisiti per partecipare singolarmente alla gara, lasciare traccia scritta anche di tali valutazioni e della decisione finale.

Specificare, nella reportistica connessa alla gara, la fonte delle informazioni qualora: (i) siano disponibili dati sulle strategie di prezzo tenute in passato da concorrenti; e (ii) vengano realizzate simulazioni per prevedere i possibili esiti di una gara.

Presentare le proprie offerte **indipendentemente** da sollecitazioni/suggerimenti dei concorrenti.

Avvisare subito l'Ufficio Legale, se del caso utilizzando anche l'apposito sistema di segnalazione interna all'indirizzo <https://www.mygovernance.it/whistleblowing-itelyum/>

**inaccettabili** per la stazione appaltante o sensibilmente **più elevate rispetto ai propri prezzi di listino**.



Partecipare alle gare per ottenere una **proroga dei contratti in essere** a condizioni più gravose per la stazione appaltante.

Partecipare in ATI quando si hanno tutti i requisiti per partecipare singolarmente e in assenza di giustificazioni di natura tecnica o economica per la partecipazione congiunta, come ad esempio un aumento delle efficienze.

Distuggere la documentazione rilevante.

Venite a conoscenza di una **violazione della normativa antitrust**.

## PROFILI VERTICALI

SCENARIO	 TO DO	 NOT TO DO
Valutate se imporre un <b>prezzo di rivendita</b> ai distributori <sup>2</sup>	Consentire ai distributori di determinare autonomamente i prezzi di rivendita. Laddove la Società e il distributore detengano una quota di mercato non superiore al 30%: <ul style="list-style-type: none"> <li>• inviare ai distributori listini di <b>prezzi raccomandati</b>;</li> <li>• imporre un prezzo di rivendita <b>massimo</b>.</li> </ul> In caso di dubbio, consultare preventivamente l'Ufficio Legale.	Esercitare pressioni sui distributori affinché gli stessi applichino i prezzi di rivendita <b>raccomandati</b> . Imporre ai distributori un prezzo di rivendita <b>fisso</b> o un prezzo di rivendita <b>minimo</b> . <b>NB:</b> anche una limitazione degli sconti che il distributore può applicare costituisce un'ipotesi di imposizione di prezzo di rivendita.
Valutate se imporre un <b>obbligo di non concorrenza</b> ai distributori durante la vigenza del contratto	Imporre obblighi di non concorrenza di <b>durata massima di cinque anni</b> , non rinnovabili tacitamente, a condizione che la Società e/o il distributore detengano una quota di mercato non superiore al 30%. <b>NB:</b> è possibile imporre un obbligo tacitamente rinnovabile solo se, allo scadere del quinquennio, è prevista una possibilità effettiva di risoluzione o rinegoziazione dell'accordo. Negli altri casi consultare preventivamente l'Ufficio Legale.	Imporre obblighi di non concorrenza di durata <b>illimitata</b> o superiore ai cinque anni. Imporre obblighi di non concorrenza laddove la Società e/o il distributore detengano una <b>posizione dominante</b> .
Imponete un <b>obbligo di non concorrenza successivo alla scadenza</b> del contratto di distribuzione (e.g. proibendo al distributore di contattare fornitori concorrenti)	Imporre tale obbligo al fine di proteggere il <i>know-how</i> sostanziale della Società e: (i) limitare il perimetro merceologico ai beni o servizi in concorrenza con quelli oggetto di contratto; (ii) limitare il perimetro geografico ai locali e terreni da cui l'acquirente ha operato durante il	Imporre tale obbligo laddove anche solo una delle condizioni richieste non sia soddisfatta, senza aver consultato l'Ufficio Legale.

<sup>2</sup> Nel presente documento, per "distributori" si intendano i rivenditori del prodotto finale sul mercato

	<p>periodo contrattuale; (iii) limitare il perimetro temporale ad un anno a decorrere dalla scadenza del contratto di distribuzione.</p>	
<p>Nominate un distributore esclusivo</p>	<p>Attribuire un diritto di esclusiva territoriale quando la quota di mercato della Società e del distributore non supera il 30%. In caso contrario, consultare sempre l'Ufficio Legale.</p> <p>È possibile nominare fino a cinque distributori esclusivi per territorio/gruppo di clienti (c.d. <i>shared exclusivity</i>).</p>	<p>Attribuire un'esclusiva territoriale per i prodotti per i quali la Società è dominante, in particolare se associata ad un impegno del distributore di non vendere prodotti concorrenti, se non accompagnata da vantaggi in termini di efficienza.</p>
<p>Nominate un agente</p>	<p>Nominare un agente che, in relazione alle attività/prodotti, non si assume alcun rischio finanziario e opera di fatto come una <i>longa manus</i> della società (c.d. agente genuino). Imporre restrizioni quali: (i) limitazioni riguardanti il territorio e i clienti ai quali l'agente può rivendere i prodotti, (ii) l'imposizione del prezzo di rivendita e (iii) limitazioni all'uso efficace di internet.</p>	<p>Imporre restrizioni della concorrenza ad un agente che opera alla stregua di un distributore indipendente senza aver previamente consultato l'Ufficio Legale.</p>
<p>Distribuite i prodotti sia direttamente, che mediante distributori indipendenti (c.d. <i>dual distribution</i>).</p>	<p>Consultare l'Ufficio Legale per verificare la liceità di tali rapporti e il perimetro degli scambi informativi derivanti dal rapporto distributivo.</p>	<p>Utilizzare la <i>dual distribution</i> per ottenere informazioni sensibili sui distributori concorrenti.</p>

## POSIZIONE DOMINANTE

SCENARIO	 TO DO	 NOT TO DO
Valutate se applicare a clienti <b>prezzi diversi per gli stessi prodotti</b>	Riconoscere <b>condizioni commerciali più favorevoli</b> ad alcuni clienti se giustificato da risparmi di costo o guadagni di efficienza, e se fondato su criteri oggettivi e trasparenti.	Applicare condizioni commerciali (prezzi o altri termini contrattuali) dissimili per prestazioni equivalenti quando non è obiettivamente giustificato.
<b>Abbinare</b> due o più prodotti della Società	<b>Vendere due o più prodotti in forma abbinata se richiesto</b> da un bando di gara o da un cliente oppure <b>se giustificato dalla natura dei prodotti.</b>	Vendere prodotti in <i>bundle</i> quando l'unica finalità è <b>far leva sul prodotto per il quale la Società vanta una posizione dominante</b> per rafforzarsi nel mercato del prodotto abbinato.
Valutate di concludere <b>accordi di acquisto in esclusiva</b> o di imporre <b>obblighi di acquisto di quantitativi minimi</b>	Nei mercati in cui la Società è potenzialmente dominante, prevedere un obbligo di <b>acquisto</b> del cliente/distributore non superiore al <b>50% del fabbisogno</b> per un durata massima di 5 anni.	Nei mercati in cui la Società è potenzialmente dominante, imporre al cliente/distributore un obbligo di acquisto esclusivo per una quota superiore al <b>80% del fabbisogno</b> e/o per una <b>durata superiore a 5 anni.</b>
Definite <b>gli sconti</b> da applicare	Nei mercati in cui la Società è potenzialmente dominante: <ul style="list-style-type: none"> <li>- concedere <b>sconti target incrementali</b> (applicati solo sui prodotti acquistati dopo il raggiungimento del <i>target</i>) prevedendo che il <i>target</i> debba essere raggiunto in un periodo inferiore a 6 mesi;</li> <li>- concedere <b>sconti multi-prodotto</b> per promuovere il lancio di un nuovo prodotto per un limitato periodo di tempo;</li> <li>- concedere <b>sconti quantità</b> giustificati da incrementi di efficienza, a tutti i clienti senza discriminazioni.</li> </ul>	Nei mercati in cui la Società è potenzialmente dominante: <ul style="list-style-type: none"> <li>- concedere <b>sconti esclusivi</b> subordinati all'impegno del cliente di non approvvigionarsi presso altri fornitori o tali da coprire interamente il suo fabbisogno;</li> <li>- concedere <b>sconti retroattivi</b> subordinati al raggiungimento del <i>target</i> concordato e concessi sull'intero valore degli acquisti effettuati in tale periodo;</li> <li>- concedere <b>sconti diversi</b> per i medesimi prodotti senza che ciò sia giustificato da diversità delle condizioni commerciali, allo</li> </ul>

Valutate se applicare una **clausola inglese**.

Verificare con l'Ufficio Legale che tali sconti non si traducano in vendite sottocosto.

scopo di sottrarre clientela ad un concorrente.

Nei mercati in cui la Società è potenzialmente dominante, non concordare (formalmente o informalmente) una clausola inglese, che consenta di "pareggiare" l'offerta più vantaggiosa fatta da un concorrente ad un vostro cliente

Nei mercati in cui la Società è potenzialmente dominante, concordare una clausola inglese che obblighi i vostri clienti a riferirvi eventuali offerte maggiormente vantaggiose ricevute da altri fornitori al fine di poter pareggiare tali offerte.

## CONCENTRAZIONI

### SCENARIO



**Valutate se acquisire un'impresa** (o un ramo della stessa) oppure costituire un'impresa comune.

Sottoscrivere un *Non-Disclosure Agreement* e, ove necessario, un *Clean Team Agreement*.

Evitare che le informazioni sensibili della *target* vengano condivise con dipendenti che svolgano funzioni commerciali nello stesso mercato in cui opera la *target*.

Procedere alla *due diligence* senza sottoscrivere un NDA/CTA.

Condividere le informazioni sensibili della *target* con dipendenti di Itelyum che svolgono funzioni commerciali.

**Decidete di acquisire un'impresa** (o un ramo della stessa) oppure di costituire un'impresa comune.

Consultare preventivamente l'Ufficio Legale per valutare se l'operazione costituisca o meno una **concentrazione** e, in caso affermativo, se possa dar luogo ad **obblighi di notifica**.

Procedere con l'operazione senza preventivamente consultare l'Ufficio Legale.

## REGOLE DI CONDOTTA IN CASO DI ISPEZIONI

Nell'eventualità di un'ispezione dell'AGCM è opportuno:

- ❖ chiedere di attendere e avvisare immediatamente i vostri dirigenti ed avvocati (interni ed esterni);
- ❖ chiedere il provvedimento di avvio ed il provvedimento ispettivo;
- ❖ verificare l'oggetto e lo scopo esatto dell'ispezione (essa deve riguardare un comportamento specifico e quindi solo i documenti e le informazioni ad esso connessi possono essere esaminati e sequestrati);
- ❖ accompagnare sempre gli ispettori nel corso dell'ispezione;
- ❖ vigilare affinché, in ogni stadio dell'accertamento, ci sia piena rispondenza tra l'oggetto e lo scopo dell'accertamento ed i singoli atti di accertamento (ad esempio, non sarebbe consentito all'Autorità, nel caso di un accertamento su eventuali pratiche restrittive relative al prodotto Z, esaminare la documentazione relativa al prodotto K);
- ❖ consentire ai funzionari incaricati di avere accesso a tutta la documentazione legittimamente richiesta, nonché di estrarre copie cartacee e/o digitali, ad esclusione dei documenti coperti da *legal privilege* (corrispondenza ed altri documenti dei consulenti legali esterni scambiati con l'impresa);
- ❖ verificare che i funzionari incaricati redigano un verbale di accertamento, che enumeri ed identifichi, con precisione, tutti i documenti di cui essi abbiano effettuato copia;
- ❖ informare tempestivamente dell'ispezione l'Organismo di Vigilanza ex D.Lgs 231/2001 e l'Ethic Officer ([ethic.officer@itelyum.com](mailto:ethic.officer@itelyum.com)).