

CODICE ANTITRUST



Aggiornamento Agosto 2013

1. PREAMBOLO

- 1.1 Il Gruppo Biesse (di seguito la "Società") ha deciso di dotarsi di un **Codice Antitrust**, al fine di assicurare il rispetto della normativa in materia di tutela della concorrenza e dei mercati nei vari paesi in cui la Società opera. Il documento fa seguito al **Codice di Condotta** e ne sviluppa, in particolare, la sezione relativa alle *Pratiche concorrenziali (§5.1.13)* con specifica attenzione alla disciplina Antitrust.
- 1.2 La Società crede fermamente nella concorrenza vivace nei vari settori imprenditoriali in cui opera. E' policy della stessa competere in modo legittimo, leale ed etico, in piena conformità con le norme a tutela della concorrenza.
- 1.3 Le regole enunciate nel presente documento sono designate a garantire una corretta dinamica competitiva dei mercati, in modo da rafforzare la concorrenza e l'efficienza economica di un mercato libero. Il presente codice ha lo scopo di fornire una guida pratica circa i comportamenti e le omissioni che sono conformi o in contrasto con la disciplina Antitrust.

2. CAMPO D'APPLICAZIONE

- 2.1 Il presente codice si applica a tutte le persone facenti parte del Gruppo. Ogni dipendente di Biesse è tenuto ad osservare, applicare e divulgare i principi e le indicazioni presenti nel presente documento.
- 2.2 Le leggi Antitrust si applicano a tutte le intese tra aziende, indipendentemente dal loro tipo, così come, in generale, alla gestione del business. Normalmente, invece, non si applicano alle intese tra aziende appartenenti a uno stesso gruppo, come per esempio, all'interno di Biesse.
- 2.3 Le presenti regole di condotta devono essere rispettate nei contesti formali di lavoro, in tutte le comunicazioni, mail comprese, ed anche nei contesti informali, di vita sociale, al di fuori dell'ufficio. *Il non rispetto delle presenti regole comporterà l'applicazione di sanzioni come previsto dal **Codice Disciplinare di Gruppo**.*



- 2.4 Data la complessità della normativa Antitrust non sarà possibile tracciare tutte le casistiche operative, pertanto dirigenti e dipendenti in caso di dubbi dovranno consultare tempestivamente l'ufficio legale e/o l'Internal Audit in merito ad ogni eventuale situazione in cui sia probabile la violazione delle regole in materia Antitrust. Se ritenuto necessario si provvederà anche ad un preventivo consulto legale prima di intraprendere un'azione potenzialmente rischiosa, ivi inclusa ogni situazione in cui il dipendente ritenga che le leggi nazionali della concorrenza impongano requisiti diversi o aggiuntivi.

3. ILLECITI ANTITRUST E NORME DI COMPORTAMENTO

- 3.1 Le norme a tutela della concorrenza in linea di principio proibiscono ogni coordinamento, ovvero accordo tra concorrenti che influiscano negativamente sulle condizioni di concorrenza esistenti sul mercato e che non apportino beneficio alcuno ai consumatori e al mercato in generale. In certe situazioni, anche una posizione dominante detenuta dall'impresa potrebbe costituire violazione della legge.
- 3.2 **Ai dipendenti è vietato stipulare qualsivoglia accordo, intesa o altro con i concorrenti, riguardo ai prezzi, alle politiche sui prezzi, ad altre condizioni contrattuali, ai mercati e alle aree geografiche, o alle linee di attività in cui la Società compete, ai clienti e ai fornitori con i quali la Società è in affari, o riguardo ad altri oggetti di rilevanza concorrenziale.**

4. INTESI E ACCORDI PROIBITI

- 4.1 **Sono proibite le intese orizzontali tra concorrenti.** Dirigenti e dipendenti di Biesse sono consapevoli che tali accordi sono valutati con maggiore severità, in quanto, più facilmente di quelli verticali, possono tradursi in restrizioni della concorrenza pregiudizievoli per i consumatori.
- 4.2 In particolare, **sono in ogni caso proibiti gli accordi aventi ad oggetto:**



- a) la fissazione diretta o indiretta dei prezzi;
- b) la fissazione di altri termini o condizioni;
- c) la condivisione di informazioni con special riguardo a quelle relative ai prezzi, o alle condizioni di mercato;
- d) la limitazione o il controllo della produzione;
- e) la spartizione dei mercati.

Tali accordi sono considerati illeciti a prescindere dagli effetti, positivi o negativi, prodotti sul mercato.

4.3 I seguenti accordi possono risultare illeciti in alcune circostanze:

- a) Fornire prodotti o servizi ad un concorrente, come nel caso in cui l'accordo preveda il divieto di rivendere prodotti forniti da un concorrente al di sotto di un certo prezzo, specialmente se l'obiettivo è la garanzia di un certo margine di profitto per se' o per il proprio concorrente;
- b) comprare prodotti o servizi da un concorrente;
- c) concedere in distribuzione, specialmente se in esclusiva, dei prodotti a un concorrente.

E' fatto divieto a Biesse di concludere tali accordi. In caso di incertezza, il personale di Biesse si dovrà rivolgere in via preventiva all'Ufficio Legale.

4.4 **Sono vietati non solo gli accordi formali o espressi, ma anche, qualsiasi tipo di accordo informale o "gentlemen's agreement" od altra intesa tacita o implicita** riguardo ai prezzi o altre questioni di rilevanza concorrenziale.

4.5 I dipendenti Biesse sono consapevoli che l'esistenza di accordi illeciti può essere dedotta anche da prove indiziarie. Pertanto, affinché si costituisca un illecito non è necessario che concorrenti stipolino formalmente in prima persona un accordo, un'intesa o un atto illegale.

4.6 **E' prassi consolidata della Società non invitare mai i concorrenti a partecipare ad attività di collusione. Inoltre sono chiaramente rifiutati incondizionatamente inviti di tale genere ricevuti da terzi.** I dipendenti che ricevono da concorrenti un invito o un suggerimento a partecipare a un accordo illecito dovranno espressamente rifiutarsi e comunicare che il codice di Condotta della



- 7.2 Pertanto, **informazioni delicate dal punto di vista concorrenziale non devono essere confidate a terzi affinché vengano trasferite ai concorrenti.** Analogamente, è vietato ottenere informazioni da terzi sfruttandoli come tramite per condividere informazioni commercialmente e/o strategicamente sensibili tra concorrenti.
- 7.3 Informazioni sensibili sui prezzi di un concorrente e su altre questioni di portata concorrenziale devono essere ottenute "solo" da fonti pubbliche, e non da conversazioni o altre comunicazioni che si hanno con i concorrenti.
- 7.4 **E' lecito ricevere informazioni da un cliente sull'offerta di un concorrente a condizione che sia mantenuta traccia della fonte.** In mancanza della fonte chiaramente tracciata, è vietato detenere dette informazioni, anche se solo per verificare un'offerta o un prezzo che un cliente dichiara che gli sia stato proposto.
- 7.5 La Società svolge il proprio operato prendendo decisioni ordinarie- in materia di prezzi, condizioni di vendita dei prodotti e servizi della Società, mercati o linee di attività in cui la Società compete e, clienti e fornitori con i quali la Società è in affari - in maniera indipendente e basandosi su tutti i fattori rilevanti, quali obiettivi dei costi e dei profitti fissati dalla Società, competitività dei prezzi ed altri fattori ed informazioni rilevanti.
- 7.6 Nel formulare le decisioni sui prezzi o altre questioni riferite al business (es. Market assessment, piani gamma etc), il Gruppo Biesse può prendere in esame informazioni sensibili relative alla concorrenza sempre a condizione che siano state ottenute da fonti di dominio pubblico (pubblicazioni di settore, siti web della società, ricerche di mercato). In caso le fonti delle informazioni siano società di ricerche o associazioni di categoria, tali informazioni devono essere raccolte e collezionate esclusivamente in forma aggregata, ovvero in modo che non sia possibile risalire né ricostruire il dato per singola società.
- 7.7 **E' obbligatorio documentare sempre la legittimità della fonte** dell'informazione riguardo al concorrente al fine di evitare l'eventuale futura insorgenza di malintesi in merito. Tale documentazione può richiedere forme diverse a seconda della tipologia e dello strumento utilizzato. Su documenti cartacei è ritenuto sufficiente annotare la fonte e la circostanza; in caso di email si richiede di archivarle in modo tracciabile; in relazione a siti internet, si consiglia di mantenere traccia dell'indirizzo web da cui l'informazione è raccolta. In presenza di informazioni sensibili, di cui non sia



tracciabile l'origine, la responsabilità ricade sulla Società che si rifarà sul dipendente che ha omesso di adottare le cautele di cui sopra.

- 7.8 **In determinate circostanze, anche uno scambio a senso unico di informazioni può essere interpretato come illecito** in base alle normative sulla concorrenza. Le comunicazioni provenienti da concorrenti su argomenti sensibili possono essere considerate parte di un accordo, intesa o disposizione illegale. Si fa espresso divieto di inviare informazioni sensibili con concorrenti in qualsiasi circostanza e forma. E' altresì obbligatorio inviare un espresso rifiuto ad essere destinatario di una comunicazione illecita, e conservare tale risposta come prova dell'esplicito rifiuto.
- 7.9 **I dipendenti possono comunicare a terzi informazioni "sensibili" (es. Offerte a clienti, listini prezzi a dealer e/o agenti etc.) nella misura in cui sia strettamente necessario per la gestione del business ed autorizzato dalla Direzione.** Le informazioni inviate a terzi devono contenere l'informazione "Strettamente riservato" ed indicare il nome del destinatario utilizzando la tecnica della "filigrana".
- 7.10 **I dipendenti hanno l'obbligo di astenersi dal discutere e scambiare in qualsiasi modo informazioni "sensibili" con dipendenti, rappresentanti o agenti di un concorrente,** relativamente a prezzi passati, presenti o futuri, politiche sui prezzi, maggiorazioni o altri costi aggiuntivi, altre condizioni di vendita o altre questioni di portata concorrenziale della Società o del concorrente. **In generale, i dipendenti non possono fornire tali informazioni né richiedere tali informazioni ai concorrenti.** Qualsiasi comportamento non rispondente a tali direttive potrà essere soggetto a valutazione interna da parte della Direzione.
- 7.11 Prima di acquisire informazioni da società di intelligence market si dovrà verificare con la stessa la modalità con cui questa ha ottenuto i dati.
- 7.12 E' fatto divieto di fornire informazioni sensibili a società di ricerca e di mercato senza aver prima verificato le modalità con cui le stesse verranno poi gestite e/o inoltrate a soggetti terzi. In caso di dubbio rivolgersi all'Ufficio Legale e/o all'Internal Audit.



8. PARTECIPAZIONE AD ASSOCIAZIONI DI CATEGORIA E INDUSTRIALI

- 8.1 **Le associazioni di categoria e gli altri gruppi industriali possono avere fini legittimi.** Tuttavia, l'adesione e la partecipazione della Società ad associazioni di categoria (od ad altri gruppi industriali), possono destare particolare preoccupazione, in quanto comportano riunioni ed altre attività che si svolgono tra concorrenti.
- 8.2 **I dipendenti che partecipano all'attività di associazioni di categoria sono invitati a tenere un comportamento cautelativo valutando ogni specifico tema affrontato ed evitando assolutamente di partecipare a qualsivoglia attività o conversazione che possa costituire un'illecita azione concertata tra concorrenti.**
- 8.3 **Prima di aderire ad associazioni di settore, deve essere ottenuta l'autorizzazione** da parte della Direzione ed è richiesta la conoscenza dei regolamenti della Società.
- 8.4 Ogni dipendente membro o semplicemente partecipante alle attività di dette associazioni, gruppi od enti, ha l'obbligo di comunicazione immediata all'Ufficio Legale.
- 8.5 **I dipendenti non possono partecipare alle attività** delle associazioni di categoria (o di altri gruppi industriali) **che potrebbero comportare un illecito Antitrust** senza prima consultarsi internamente con l'Ufficio legale.
- 8.6 Mai dare per scontato che le attività delle associazioni di settore (o degli altri gruppi industriali) rispettino le normative Antitrust semplicemente per il fatto che un avvocato è presente agli incontri.
- 8.7 **Nelle associazioni** di settore o altre associazioni industriali **non possono essere discussi** prezzi, maggiorazioni o altri addebiti accessori, condizioni di vendita o altre questioni che abbiano rilevanza concorrenziale. **Tale divieto si applica tanto agli eventi ufficiali** delle associazioni di settore o altre associazioni industriali, quanto alle eventuali riunioni informali (che devono essere generalmente evitate) e alle conversazioni casuali. Il Gruppo Biesse prende decisioni unilaterali in merito a questioni come l'ammontare delle maggiorazioni, se passare tale ammontare al



veramente interessato. In generale, **i clienti sono liberi** di acquistare solo i prodotti o servizi che vogliono dalla Società **e non può essere loro imposto di acquistare prodotti o servizi cui non sono interessati**, come condizione per poter acquisire quelli cui sono interessati.

- 10.3 *Il divieto generale di porre in essere pratiche leganti non comprende i legittimi sforzi di vendere molteplici prodotti o servizi in un unico pacchetto, a condizione tuttavia, che il venditore sia disposto a vendere ciascun prodotto o servizio separatamente a prezzi realistici (qualora offrire separatamente prodotti o servizi sia fattibile).*
- 10.4 Gli **accordi di reciprocità** ricorrono quando il volume del business della Società con fornitori attuali o potenziali si basa sul volume degli acquisti del fornitore. **E' policy della Società adottare tutte le decisioni in merito agli acquisti esclusivamente sulla base del prezzo, della qualità, del livello di assistenza, del servizio e di altri fattori rilevanti e non sulla base del volume di affari del fornitore con la Società.**
- 10.5 **I dipendenti devono evitare ogni comunicazione che possa essere interpretata come indicazione che le acquisizioni della Società da un fornitore attuale o potenziale potrebbero essere ridotte se tale fornitore non acquisti i prodotti o servizi della Società.**

11 ABUSO DI POSIZIONE DOMINANTE

- 11.1 *La normativa a tutela della concorrenza vieta le azioni poste in essere da una singola società che costituiscano abuso di posizione dominante.*
- 11.2 Avere una posizione dominante o potere sostanziale in un mercato non è di per sé illegale, in base alle leggi Antitrust. Una società può ottenere una quota di mercato dominante per meriti legittimi o per competitività oppure a seguito di un incidente storico.



