

Gruppo Illiria S.p.A.

MANUALE ANTITRUST

ELENCO VERSIONI		
Versione	Descrizione	Provvedimento di adozione
Marzo 2020	Prima versione	Delib. CdA 07/05/2020
Luglio 2022	1 ^a aggiornamento	Delib. CdA 12/07/2022
Febbraio 2024	2 ^a aggiornamento	Delib. CdA 06/02/2024
Luglio 2025	3 ^a aggiornamento	Delib. CdA 28/07/2025

Sommario

1. NOZIONI DI BASE SULLA CONCORRENZA.....	3
1.1. LE INTESE RESTRITTIVE DELLA CONCORRENZA.....	3
1.2. LE INTESE ORIZZONTALI.....	3
1.3. LE INTESE VERTICALI.....	4
1.4. L’ABUSO DI POSIZIONE DOMINANTE.....	5
1.5. VENDITE ON LINE.....	6
2. REGOLE DI COMPORTAMENTO.....	7
2.1. RAPPORTI CON CONCORRENTI E ASSOCIAZIONI DI CATEGORIA.....	7
2.1.a. Divieto di scambiare con i concorrenti informazioni sensibili.....	7
2.1.b. In che cosa consiste lo “scambio” di informazioni.....	8
2.1.c. Che cosa fare nel caso si ricevano informazioni sensibili dai concorrenti.....	8
2.1.d. Progetti con i concorrenti.....	8
2.2. ACQUISIZIONE DI INFORMAZIONI.....	9
2.3. PARTECIPAZIONE A STUDI DI MERCATO.....	9
2.4. RAPPORTI CON ASSOCIAZIONI DI CATEGORIA.....	9
2.4.a. Regole di ammissione e di funzionamento dell’associazione.....	9
2.4.b. Partecipazione alle riunioni.....	9
2.4.c. Corrispondenza con le associazioni di categoria.....	10
2.5. REGISTRAZIONI.....	10
2.6. INDICAZIONI OPERATIVE PER LA PARTECIPAZIONE A GARE.....	10
2.7. PARTECIPAZIONE IN RAGGRUPPAMENTO TEMPORANEO DI IMPRESE (RTI).....	11
2.8. RAPPORTI CON FORNITORI E CLIENTI.....	11
2.8.a. Divieto di fissazione dei prezzi di rivendita.....	12
2.8.b. Prezzi raccomandati.....	12
2.8.c. Divieto di imposizione indiretta del prezzo di rivendita.....	12
2.8.d. Prezzo massimo.....	12
2.8.e. Prezzi al pubblico nei contratti di distribuzione commerciale.....	12
2.8.f. Prezzi al pubblico e rapporti tra il fornitore e Gruppo Illiria.....	13
2.8.g. Operazioni promozionali.....	13
2.8.h. Accordi di esclusiva.....	13
3. I POTERI DELL’AUTORITÀ GARANTE PER LA CONCORRENZA E IL MERCATO (AGCM).....	14
3.1. ISPEZIONI PRESSO GRUPPO ILLIRIA.....	14
3.1.a. Arrivo dei funzionari.....	14
3.1.b. Comportamento da tenere nel corso dell’ispezione.....	14
4. LE SANZIONI A CARICO DELL’AZIENDA.....	14
5. LE SANZIONI DISCIPLINARI.....	15
5.1. LA TIPOLOGIA DI SANZIONI.....	15
5.2. FATTORI ATTENUANTI.....	15
5.3. FATTORI AGGRAVANTI.....	16
6. IL SISTEMA INCENTIVANTE.....	16
7. LE PROCEDURE DI SEGNALAZIONE.....	16
8. CONTROLLI INTERNI.....	17
9. LA PROCEDURA DI INDAGINE.....	17

1. NOZIONI DI BASE SULLA CONCORRENZA

L'art. 3, comma 3, del Trattato di Lisbona individua tra gli obiettivi principale dell'Unione Europea lo sviluppo di una economia sociale di mercato fortemente competitiva, sviluppo che deve essere garantito attraverso una sana e leale concorrenza tra le imprese, e quindi attraverso il contrasto ogni condotta tale da pregiudicare gli interessi di altre imprese o dei consumatori, nel rispetto delle prescrizioni contenute soprattutto negli articoli 101 e 102 del Trattato sul funzionamento dell'Unione Europea.

Questo Manuale costituisce uno strumento di autoregolamentazione, attraverso il quale Gruppo Illiria persegue la propria politica imprenditoriale di leale concorrenza nel rispetto delle regole comunitarie, anche in attuazione dei principi sanciti dal Codice Etico aziendale.

1.1. Le intese restrittive della concorrenza.

La normativa antitrust vieta le intese che possano determinare una restrizione della concorrenza, o per l'oggetto (vale a dire, ad esempio, quelle riguardanti la fissazione di prezzi di vendita o la ripartizione di quote o di aree di mercato) o per l'effetto (vale a dire quelle che, indipendentemente dall'oggetto, di fatto impediscono, restringono o falsano in modo sensibile il normale gioco della concorrenza).

Le intese vietate possono essere di tipo **orizzontale** o **verticale**.

Sono **intese orizzontali** quelle tra imprese che operano nel medesimo settore di attività (ad esempio, imprese del settore vending).

Sono **intese verticali**, invece, quelle che intercorrono tra imprese che operano a livelli diversi della catena produttiva o distributiva (ad esempio, tra un'impresa del settore vending e un'impresa produttrice di bevande).

In linea di massima, le intese verticali sono considerate meno dannose rispetto a quelle orizzontali e sono sanzionate con minore severità.

Le intese vietate, sia orizzontali sia verticali, possono essere costituite non soltanto da veri e propri contratti scritti, ma anche da qualsiasi diversa forma di accordo, anche soltanto verbale, attestato da scambi di e-mail o da comunicazioni giuridicamente non vincolanti, o perfino dalla semplice adozione di forme coordinate di consapevole collaborazione tra imprese con effetti dannosi per la concorrenza.

Spesso non è semplice apprezzare concretamente se una determinata condotta costituisca un'intesa o se questa debba o meno essere considerata vietata in quanto restrittiva della concorrenza.

In ogni caso, per qualsiasi dubbio, è possibile contattare il Responsabile Esterno della Compliance Antitrust (di seguito RECA) all'indirizzo compliance.antitrust@gruppoilliria.it.

Nel caso in cui, invece, si ritenga di presentare una segnalazione in forma anonima, dovrà essere utilizzata la piattaforma di segnalazione digitale anonima (whistleblowing), disponibile all'indirizzo web <https://www.gruppoilliria.it/pagina/whistleblowing>, con le modalità indicate al paragrafo 7.

1.2. Le intese orizzontali.

Queste forme di intesa sono considerate le più nocive e per questo motivo sono sanzionate con grande severità.

L'esempio più classico di intesa orizzontale è il c.d. "cartello di prezzo", con il quale i partecipanti concordano il prezzo di rivendita dei propri prodotti o servizi, o rialzandoli o anche abbassandoli, se ciò ha lo scopo di acquisire quote di mercato attraverso pratiche di dumping.

A parte il concordamento dei prezzi, le intese orizzontali vietate possono riguardare:

- **la compartimentazione dei mercati**, attraverso -ad esempio- la ripartizione di:
 - prodotti o servizi tra i diversi concorrenti;
 - clienti (o classi di clienti) tra i diversi concorrenti;
 - zone di esclusiva, con conseguente cessazione delle vendite di prodotti/offerta di servizi a certi clienti o classi di clienti;
- **il concordamento delle condizioni contrattuali**, per esempio uniformando modalità di pagamento o servizi aggiuntivi offerti a clienti, fornitori o distributori;
- **la limitazione della produzione**, finalizzata a fissare, aumentare, diminuire, mantenere, rendere stabile o limitare l'output delle imprese parti dell'intesa;
- **il concordamento di decisioni strategiche**, come ad esempio la fissazione dell'ammontare degli investimenti (in attività promozionali, di ricerca, ecc.), la tempistica per il lancio di nuovi prodotti, il rifiuto di fornire determinati tipi di clienti;

- **la discriminazione orizzontale** attraverso l'applicazione di prezzi, condizioni di vendita o di pagamento diverse a clienti in situazioni analoghe o di condizioni uguali a clienti che versano in situazioni diverse;
- **il boicottaggio di concorrenti;**
- **le procedure di affidamento di contratti pubblici e privati**, ad esempio concordando di: a) partecipare (o non partecipare) a una gara; b) partecipare a condizioni predeterminate; c) fare un'offerta invalida o puramente formale; d) partecipare alla gara mediante associazione temporanea di imprese (RTI), pur avendo le imprese associate i requisiti per partecipare individualmente.

Costituiscono condotte illecite anche le cosiddette pratiche concordate, vale a dire ogni forma di coordinamento, che pur senza concretizzarsi in un vero e proprio accordo, pone in essere una consapevole collaborazione tra imprese a danno della concorrenza, che può essere dimostrata da: **(i)** contatti di qualsiasi tipo tra le imprese (ad esempio, conversazioni informali, scambi di informazioni, ecc.) e **(ii)** riscontri concreti sulla adozione in qualche modo coordinata di specifiche pratiche commerciali (ad esempio, sincronia nel rialzo dei prezzi, uniformazione delle condizioni commerciali, ecc.).

Tra le varie tipologie di intese orizzontali vietate quelle che riguardano le procedure di affidamento di contratti pubblici e privati sono particolarmente gravi.

Se alcune imprese concorrenti in una gara pubblica o privata si accordano per determinarne in anticipo l'esito finale, non soltanto violano la normativa antitrust, ma commettono un vero e proprio reato, sanzionato dall'art. 353 del codice penale con la reclusione da sei mesi a cinque anni e con la multa da 516 euro a 2.065 euro.

Benché possa essere attuata in una molteplicità di modi, la turbativa d'asta è il più delle volte caratterizzata da una strategia ricorrente, replicata in varie occasioni, che coinvolge un certo numero di imprese, che può riguardare la presentazione di offerte di comodo, la mancata presentazione di offerte (anche attraverso una rotazione), il boicottaggio di concorrente o la spartizione del mercato.

Nell'ambito delle procedure di evidenza pubblica sono consentite forme di collaborazione tra imprese, quali i subappalti e i raggruppamenti temporanei (RTI), attraverso le quale soprattutto le imprese più piccole possono entrare nel mercato degli appalti pubblici, superando i limiti dimensionali e di specializzazione fissati dalle stazioni appaltanti.

Queste forme di collaborazione si possono prestare anche ad un uso distorto, qualora favoriscano la spartizione del mercato o della singola commessa.

Un indizio dell'esistenza di uno scopo anticoncorrenziale può essere ravvisato, nel caso, pur possedendo i requisiti di partecipazione a una gara, un'impresa sceglie di astenersi in vista di un successivo subappalto, oppure vi partecipa costituendo un RTI non necessario (cosiddetto "sovrabbondante").

Vi è quindi la necessità di verificare che un RTI sovrabbondante non ha intenti collusivi, ma è finalizzato al perseguimento di efficienze gestionali e industriali.

È necessario precisare che non tutti gli accordi tra concorrenti sono vietati, in quanto vi sono anche forme di collaborazione che possono generare effetti positivi sul mercato in termini di riduzione dei prezzi, di aumento della varietà e qualità dei prodotti offerti, di riduzione dell'inquinamento, ecc.

I più frequenti accordi di cooperazione orizzontale lecita sono i seguenti:

- accordi di specializzazione/produzione;
- accordi in materia di ricerca e sviluppo;
- accordi di acquisto in comune;
- accordi di normazione tecnica.

La varietà e diversità degli accordi di cooperazione orizzontale, ed il fatto che si basano su rapporti diretti tra concorrenti (con il rischio quindi di dare vita, anche inavvertitamente, a forme di cartello) richiede di effettuare una valutazione caso per caso sulla base di vari parametri, tra i quali l'oggetto dell'accordo, il potere di mercato delle parti, la struttura del mercato, i benefici economici, l'indispensabilità delle restrizioni, e -più in generale- l'impatto sulla concorrenza.

Per questo motivo gli accordi di cooperazione orizzontale sono normalmente gestiti sin dall'inizio con il coinvolgimento del RECA.

1.3. Le intese verticali

Le **intese verticali** sono quelle che intercorrono tra imprese che operano a livelli diversi della catena produttiva o distributiva, salvo che abbiano un effetto distorsivo della concorrenza, come, ad esempio, nel caso in cui prevedano la restrizione della facoltà dell'acquirente di determinare il proprio prezzo di vendita. In linea di massima ai sensi del regolamento (UE) 2022/720, le intese verticali sono ammesse se:

(i) la quota di mercato detenuta dal fornitore non supera il 30 % del mercato rilevante sul quale vende i beni o servizi oggetto del contratto e la quota di mercato detenuta dall'acquirente non supera il 30 % del mercato rilevante sul quale acquista i beni o servizi oggetto del contratto;

e:

(ii) l'accordo non prevede restrizioni rilevanti, quali quelle relative alla facoltà dell'acquirente di determinare il proprio prezzo di vendita, o al territorio di vendita, o alla possibilità di vendere on line.

Si precisa che non rientrano nel campo di applicazione della normativa antitrust gli accordi verticali in cui una delle parti sia un consumatore finale, e neppure gli accordi tra imprese appartenenti al medesimo gruppo, che non possono considerate concorrenti.

Sono sempre vietate le clausole riguardanti:

- l'imposizione dei prezzi fissi o minimi di rivendita;
- la ripartizione del mercato per territorio per gruppi di clienti.

Di regola la presenza di clausole contenenti restrizioni fondamentali in un accordo, rende nullo l'accordo nella sua interezza.

Anche se privo di restrizioni fondamentali, un accordo verticale potrebbe prevedere **restrizioni non fondamentali**, che, pur incidendo in misura minore sulla concorrenza, non sono consentite.

Esempi di tali restrizioni non consentite sono:

- (a) **obblighi di non concorrenza**, diretti o indiretti, di durata indeterminata o superiore a cinque anni;
- (b) obblighi diretti o indiretti che impongano all'acquirente, una volta giunto a scadenza l'accordo, di non produrre, acquistare, vendere o rivendere determinati beni o servizi;
- (c) obblighi diretti o indiretti che impongano ai membri di un sistema di distribuzione selettiva di non vendere marchi di particolari fornitori concorrenti;
- (d) obblighi diretti o indiretti che impediscano agli acquirenti di servizi di intermediazione online di offrire, vendere o rivendere beni o servizi agli utenti finali a condizioni più favorevoli attraverso servizi di intermediazione online concorrenti.

1.4. L'abuso di posizione dominante.

Un'impresa si trova in una posizione dominante quando dispone di un potere economico tale da condizionare il mercato in cui essa opera.

Secondo il consolidato orientamento della Commissione europea e dell'AGCM, a causa della particolare situazione di forza commerciale in cui essa opera, un'impresa dominante è soggetta a una "speciale responsabilità", che la vincola a non abusare di tale potere a danno dei concorrenti, dei clienti e, in ultima istanza, dei consumatori.

Alle imprese che si trovano in posizione dominante è dunque richiesto di adottare particolari cautele, affinché tale situazione non si traduca in un abuso.

La posizione dominante è quindi lecita, mentre l'abuso di tale posizione non è consentito.

L'abuso di posizione dominante si verifica se ricorrono due circostanze:

- (i) l'impresa deve detenere una posizione qualificata come "dominante" sul mercato;

e:

- (ii) deve aver posto in essere un comportamento qualificabile come "sfruttamento abusivo" di tale posizione dominante.

Una posizione di mercato può essere qualificata come dominante sulla base di vari fattori, tra i quali:

- un'ingente quota di mercato (superiore al 40%);
- una differenza notevole tra la quota di mercato dell'impresa dominante e quelle dei suoi concorrenti;
- un forte potere economico e finanziario (ovvero una sostanziale indipendenza economica dai concorrenti);
- un notevole vantaggio tecnologico rispetto ai propri concorrenti;
- l'integrazione verticale e la presenza di barriere all'entrata (e.g. legali, giuridiche, amministrative,

etc.).

Si presume dominante un'impresa con una quota di mercato superiore al 50%.

Le **condotte abusive** sono principalmente distinte in:

- abuso di sfruttamento (vale a dire le situazioni in cui l'impresa dominante riesce a trarre un sovrapprofita monopolistico, sfruttando il proprio potere di mercato);

e

- abuso di esclusione (vale a dire le fattispecie in cui l'impresa dominante è in grado di impedire o ostacolare l'entrata nel mercato, la crescita o le iniziative concorrenziali aggressive di imprese concorrenti).

Tra gli abusi di sfruttamento rientrano:

- **l'imposizione di prezzi eccessivamente gravosi o non equi** (anche in mancanza di un chiaro criterio, è sospetto ogni aumento brusco del prezzo, o comunque l'imposizione di un prezzo eccessivo rispetto a quello ottenuto sulla base dei costi, degli ammortamenti e di un normale margine di guadagno);
- **condizioni contrattuali particolarmente gravose o non eque**, come quelle che producono un vantaggio economico all'impresa dominante privo di giustificazioni commerciali plausibili (ad esempio, clausole che condizionano il pagamento del prezzo dovuto al verificarsi di un evento futuro e incerto), oppure costringono l'impresa contraente ad accettare limitazioni della sua libertà di iniziativa economica (ad esempio divieti ingiustificati di rivendita);
- **pratiche leganti**, vale a dire quelle volte ad imporre ad un cliente di acquistare un prodotto a condizione che ne acquisti un altro o si serva di un certo servizio non funzionalmente collegato con il primo e da questo indipendente.

Sono considerati abusi di esclusione:

- **sconti abusivi**, tra cui gli sconti fedeltà, se vengono concessi soltanto nel caso in cui il cliente s'impegna a rifornirsi per la totalità (o per la maggior parte) del proprio fabbisogno (piccolo o grande che sia) dall'impresa dominante;
- **prezzi predatori** (vale a dire vendite sottocosto per accaparrarsi quote di mercato);
- **comportamenti discriminatori**, che consistono nell'applicazione, nei rapporti commerciali con altri contraenti, di condizioni dissimili per prestazioni equivalenti, in assenza di reali giustificazioni di carattere economico.

Si precisa che l'elencazione delle condotte abusive che precede non è esaustiva; e pertanto in caso di dubbio su situazioni che possono verificarsi in ambito aziendale, per qualsiasi dubbio è opportuno rivolgersi al RECA.

1.5. Vendite on line

Un'attenzione particolare va posta al commercio on line, che rappresenta uno strumento straordinario per raggiungere clienti più numerosi e diversificati rispetto a quanto avverrebbe utilizzando i tradizionali metodi di vendita.

In linea di principio, a qualsiasi imprenditore deve essere consentito di vendere prodotti on line, attraverso forme di vendita sia attiva, sia passiva.

Si intende come vendita "attiva", quella che segue a una iniziativa del venditore (per esempio, attraverso una e-mail o un banner pubblicitario); invece una vendita "passiva" è quella in cui è il cliente a cercare il venditore.

In generale, l'esistenza di un sito internet è considerata una forma di vendita passiva in quanto consente ai clienti di raggiungere il venditore, anche al di fuori dell'ambito territoriale del venditore o del suo gruppo di clienti.

Costituiscano restrizioni fondamentali delle vendite passive on line (e pertanto sono vietati) gli accordi che prevedano:

- impedimenti a clienti situati in un altro territorio (esclusivo) di visualizzare il sito internet del distributore o forme di re-instradamento automatico dei clienti verso il sito internet del produttore o di altri distributori (esclusivi);
- interruzioni delle transazioni dei consumatori via internet, se, dai dati della carta di credito utilizzata, risultano indirizzi che non si trovano nel territorio (esclusivo) del distributore;
- limitazioni delle vendite complessive fatte via internet rispetto al volume complessivo delle

- vendite;
- (iv) applicazione di prezzi più elevati per i prodotti rivenduti on line dal distributore rispetto agli altri.

La pubblicità on line specificamente indirizzata a determinati clienti è considerata una forma di vendita attiva. Anche i banner, che mostrino un collegamento territoriale su siti internet di terzi, rappresentano una forma di vendita attiva sul territorio, in cui i banner sono visibili.

In linea generale, tutte le iniziative finalizzate a essere reperiti specificamente in un determinato territorio o da un determinato gruppo di clienti costituiscono forme di vendita attiva (ad esempio, il pagamento di un compenso ad un motore di ricerca o ad un provider pubblicitario on line affinché vengano presentate inserzioni pubblicitarie specificamente agli utenti situati in un particolare territorio).

Il fornitore può legittimamente esigere il rispetto di determinati standard qualitativi in relazione all'uso di siti internet per la rivendita dei propri beni, così come può farlo in relazione ad un punto vendita o alla vendita via catalogo o all'attività pubblicitaria e promozionale in generale nell'ambito della cosiddetta "distribuzione selettiva".

Il fornitore può ad esempio richiedere ai suoi distributori di avere più punti vendita o saloni di esposizione «non virtuali» come condizione per divenire membri del suo sistema di distribuzione.

Si tratta, comunque, di situazioni da valutare caso per caso, con il supporto del RECA.

2. REGOLE DI COMPORTAMENTO

Nella parte che segue sono indicate alcune regole di comportamento da rispettare:

- nei rapporti con concorrenti e associazioni di categoria;
- nella acquisizione di informazioni sull'attività dei concorrenti;
- nella partecipazione a studi di mercato;
- nell'ambito di associazioni di categoria;
- nella creazione di documenti e di qualsiasi tipo di registrazione;
- nella partecipazione a gare per l'affidamento di contratti;
- nella partecipazione in Associazione Temporanea di Imprese – RTI;
- nei rapporti con fornitori e clienti;
- in caso di ispezioni da parte di AGCM.

Le regole sono finalizzate a prevenire violazioni della normativa antitrust, e soprattutto a evitare che Gruppo Illiria possa essere coinvolta in accordi di cartello con imprese concorrenti, in quanto ciò comporta il rischio di elevate sanzioni pecuniarie e di un grave danno d'immagine per l'azienda.

Si raccomanda pertanto un'attenta lettura di questa parte del manuale ed una scrupolosa osservanza delle regole di seguito indicate, fermo restando che in caso di dubbio sulla condotta propria o altrui è necessario confrontarsi con il RECA.

2.1. Rapporti con concorrenti e associazioni di categoria

La regola generale è evitare il più possibile i contatti diretti con i concorrenti.

Anche se non vi è alcun intento di porre in essere comportamenti collusivi, vi è sempre il rischio che un contatto improprio possa costituire, anche involontariamente, un indizio di condotte sanzionabili.

Questo è il motivo per cui tutte le iniziative di cooperazione con i concorrenti (ad esempio, gli accordi di ricerca e sviluppo) devono essere gestite sin dall'inizio con l'ausilio del RECA.

2.1.a. Divieto di scambiare con i concorrenti informazioni sensibili

Particolare attenzione deve essere prestata nell'evitare lo scambio di informazioni commerciali sensibili può costituire indizio sia di un accordo orizzontale vero e proprio sia di una intesa vietata. Questa fattispecie è molto ricorrente nella prassi e rappresenta una delle più complesse violazioni del diritto antitrust.

Vi sono alcune informazioni che non devono mai essere scambiate con i concorrenti. Si tratta delle informazioni sensibili per la concorrenza; il solo scambio di questa tipologia di informazioni potrebbe costituire di per sé una grave violazione della normativa antitrust ed esporre Gruppo Illiria al rischio di elevate sanzioni pecuniarie e di richieste di risarcimento del danno.

Si tratta delle informazioni riferite al recente passato (non anteriori ad un anno), al presente oppure al

futuro, aventi per oggetto:

- prezzi, sconti, condizioni e termini di pagamento ed in ogni caso le condizioni commerciali praticate alla clientela/ai fornitori;
- strategie di vendita, di distribuzione e di approvvigionamento;
- profitti, margini, quote di mercato;
- costi delle materie prime, costi di produzione, investimenti in ricerca e sviluppo;
- capacità di produzione, tasso di utilizzazione degli impianti;
- piani strategici relativi a campagne pubblicitarie, di marketing, di sviluppo nuovi prodotti, ecc.

Questo elenco non è esaustivo. In generale, non deve essere scambiata nessuna informazione che può avere un impatto, anche solo potenziale, sulla strategia/politica commerciale di Gruppo Illiria e delle imprese sue concorrenti.

2.1.b. In che cosa consiste lo “scambio” di informazioni

È vietato scambiare informazioni sensibili con i concorrenti sia oralmente (e quindi telefonicamente, nel corso di incontri formali o anche informali, di riunioni presso associazioni d'impresa, ecc.), ovvero per iscritto (e quindi, ad esempio, anche via e-mail).

Costituisce scambio di informazioni commerciali sensibili sia la comunicazione reciproca di informazioni tra concorrenti, sia le comunicazioni unilaterali (per esempio, la trasmissione di un dato sensibile a un concorrente, annunci pubblici di modifica dei prezzi, inviti pubblici a tenere certi comportamenti, anche in occasione di conferenze, interviste o riunioni, eventi sociali, tavoli tecnici, comitati di lavoro, etc.).

Alcune tipologie di informazioni (ad esempio, quelle che consentono alle imprese di produrre efficienze e offrire servizi migliori a clienti e consumatori) possono essere diffuse se hanno effetti pro- concorrenziali (ad esempio, le informazioni relative a dati statistici aggregati e storici, purché da esse non possano ricavarsi indicazioni sulle posizioni individuali delle singole imprese). La diffusione di informazioni pubbliche (ad esempio, quelle che risultano dal Registro delle Imprese) è sempre consentita.

In caso di dubbio sui comportamenti da tenere è opportuno rivolgersi al RECA.

2.1.c. Che cosa fare nel caso si ricevano informazioni sensibili dai concorrenti

Nel caso in cui si ricevano da un'impresa concorrente comunicazioni contenente dati ed informazioni sensibili per la concorrenza, è di particolare importanza:

- (i) provvedere all'immediata cancellazione dei dati e delle informazioni, dandone avviso al mittente;

e:

- (ii) richieda al mittente di astenersi in futuro dall'invio di comunicazioni contenenti informazioni analoghe.

Il testo della risposta deve essere predisposto con l'ausilio del RECA.

2.1.d. Progetti con i concorrenti

Nell'ambito della sua attività imprenditoriale, Gruppo Illiria può avere interesse a instaurare rapporti di collaborazione con i concorrenti (ad esempio, per l'acquisto in comune di materie prime o di macchinari, per attività di ricerca e sviluppo, ecc.).

I progetti di collaborazione con i concorrenti non sono vietati dalla normativa antitrust, in quanto di per sé non generano effetti negativi sul mercato; ma possono essere vietati se riguardano allineamento dei prezzi, contingentamento della produzione, o comunque limitazioni alla innovazione o alla tipologia di prodotti offerti.

D'altra parte, proprio perché si tratta di collaborazione tra concorrenti, è necessaria una valutazione caso per caso che escluda la possibilità che il progetto possa costituire un cartello vietato dalla normativa antitrust. Per questo motivo, nelle diverse fasi della ideazione, strutturazione ed implementazione di questi progetti è necessario coinvolgere il RECA.

In ogni caso, si richiamano due regole fondamentali che devono essere scrupolosamente osservate:

- (i) limitare al minimo necessario per la realizzazione del progetto lo scambio delle informazioni sensibili sopra specificate;

e:

- (ii) vincolare le funzioni aziendali dei concorrenti a cui vengono trasmesse le informazioni attraverso accordi di riservatezza.

2.2. Acquisizione di informazioni

In linea di principio, l'acquisizione di informazioni sui concorrenti è lecita, purché ricorrano determinate condizioni.

La prima è che in nessun caso le informazioni devono essere ottenute dai concorrenti medesimi. Come detto sopra, anche il solo scambio di informazioni sensibili con i concorrenti può comportare la violazione della normativa antitrust.

È lecito acquisire informazioni sui concorrenti dai clienti (ad esempio, nel corso di un negoziato in cui il cliente confronta le offerte di Gruppo Illiria con quelle dei concorrenti), oppure attraverso un'attività di monitoraggio e raccolta delle informazioni pubblicamente disponibili (ad esempio, i prezzi al pubblico dei prodotti concorrenti rilevati presso i clienti).

Le modalità con le quali l'attività di intelligence viene svolta riveste particolare importanza. Se, ad esempio, l'attività di intelligence si traduce in un sistematico scambio tra concorrenti (anche attraverso terzi soggetti: clienti/società terze indipendenti) di informazioni sensibili, ciò costituisce una violazione della normativa antitrust. La interposizione di un soggetto tra Gruppo Illiria e le imprese concorrenti per lo scambio di informazioni non fa venir meno la natura illecita dello scambio.

Naturalmente, l'acquisizione di informazioni deve essere svolta nel rispetto anche delle altre norme dell'ordinamento (ci si riferisce, in particolare, alle norme che proteggono la riservatezza delle informazioni aziendali, sia di Gruppo Illiria sia dei concorrenti).

2.3. Partecipazione a studi di mercato

Il grado di sensibilità delle informazioni dipende dal livello di aggregazione e dal periodo storico a cui sono riferite.

Nel caso in cui si collabori con un'associazione d'impresa, ovvero con altri soggetti che svolgano attività di realizzazione di studi di mercato, occorre avere cura che i dati trasmessi:

- (i) siano diffusi soltanto dopo un'adeguata aggregazione, e quindi non consentano l'individuazione delle condotte sul mercato di ciascuna impresa;
- (ii) siano diffusi soltanto dopo che sia trascorso un sufficiente periodo di tempo: in linea di massima, i dati relativi a strategie commerciali dei concorrenti che risalgono ad almeno un anno prima non rivestono un rilievo anticoncorrenziale, al contrario di quelli che hanno ad oggetto una condotta in corso o futura;
- (iii) siano coperti da riservatezza.

2.4. Rapporti con associazioni di categoria

La partecipazione alle associazioni di categoria comporta la collaborazione con imprese concorrenti e riunioni periodiche con i loro rappresentanti. Ciò comporta il rischio che vengano tenuti comportamenti che, anche inconsapevolmente, possono costituire una violazione della disciplina antitrust.

È quindi tassativamente necessario adottare le seguenti regole di comportamento.

2.4.a. Regole di ammissione e di funzionamento dell'associazione

Occorre assicurarsi che l'ammissione all'associazione sia basata su criteri oggettivi, e che sia prevista una adeguata procedura di ricorso contro i provvedimenti di rifiuto alla richiesta di ammissione/esclusione. Dev'essere inoltre verificato che le regole di funzionamento dell'associazione non siano in contrasto con la normativa antitrust.

Prima dell'adesione di Gruppo Illiria, occorre trasmettere al RECA copia dello statuto e degli altri documenti contenenti le regole di funzionamento dell'associazione e di eventuali gruppi di lavoro interni.

2.4.b. Partecipazione alle riunioni

La partecipazione alle riunioni dell'associazione (o di gruppi di lavoro interni all'associazione), deve avvenire nel rispetto delle seguenti regole:

- ciascuna riunione deve essere preceduta dalla comunicazione di un **ordine del giorno** che indichi gli argomenti che verranno trattati: evitare di partecipare a riunioni che non abbiano un ordine del giorno;
- nel caso in cui l'ordine del giorno preveda la discussione di argomenti che possono comportare un rischio di violazione della disciplina antitrust (ad esempio, prezzi delle materie prime, prezzi di rivendita, azioni di boicottaggio verso un concorrente/un distributore sgradito, la spartizione di clienti/territori), richiedere per iscritto che tali questioni vengano eliminate dall'ordine del giorno,

con la precisazione che, se la richiesta non viene accolta, è necessario astenersi dal partecipare alla riunione, comunicando per iscritto la causa dell'assenza;

- nel corso della riunione attenersi agli argomenti contenuti nell'ordine del giorno e richiedere una verbalizzazione analitica di quanto viene discusso;
- non discutere di qualsiasi argomento che possa comportare un rischio di violazione della normativa antitrust (ad esempio, se qualcuno dei presenti inizia a trattare un argomento sensibile sotto il profilo antitrust, è necessario opporsi alla trattazione dell'argomento e, se necessario, abbandonare la riunione, assicurandosi che ciò venga verbalizzato e segnalando prima possibile l'accaduto al RECA;
- prima e dopo le riunioni non discutere con i rappresentanti dei concorrenti di argomenti concorrenziali rilevanti.

2.4.c. Corrispondenza con le associazioni di categoria

Nel caso in cui si ricevano comunicazioni da parte di un'associazione di categoria relative a qualsivoglia tipo di iniziativa avente anche solo un oggetto anticoncorrenziale, comunicare per iscritto il dissenso di Gruppo Illiria

La mancata manifestazione di volontà espressa da parte di Gruppo Illiria a non partecipare a simili iniziative è sufficiente per il suo coinvolgimento nelle eventuali violazioni e può quindi esporla al rischio di sanzioni e delle altre conseguenze di seguito meglio illustrate.

2.5. RegISTRAZIONI

Con il termine "Registrazione" si intendono documenti, e-mail, appunti personali, registrazioni visive o sonore (come, ad esempio, le segreterie telefoniche) e qualsiasi altra forma di documentazione idonea a costituire il supporto di una comunicazione indipendentemente dal livello di responsabilità e rappresentatività dell'autore della Registrazione.

Le RegISTRAZIONI (si pensi, ad esempio, ad un'e-mail) sono spesso inaccurate ed imprecise. Ciò comporta che esse possono essere soggette ad interpretazioni che non rispecchiano il loro autentico significato. Ogni volta che una Registrazione viene creata, si deve tenere in conto che essa potrà entrare in possesso di una autorità antitrust che interpreterà il linguaggio ivi contenuto attribuendogli il significato più sfavorevole possibile (e più favorevole per la contestazione dell'illecito).

Le seguenti regole limitano i rischi connessi alle RegISTRAZIONI:

- (i) evitare di creare inutili RegISTRAZIONI, perché ogni Registrazione creata oggi un giorno potrà essere resa pubblica dal destinatario, oppure essere oggetto di valutazione da parte dell'autorità;
- (ii) utilizzare un linguaggio semplice, chiaro e accurato;
- (iii) evitare qualsiasi espressione tale da essere interpretata nel senso che, su un determinato argomento concorrenzialmente rilevante (i prezzi di rivendita, i costi delle materie prime, ecc.), le imprese del settore abbiano una visione comune, o, peggio, abbiano deciso di adottare i medesimi comportamenti;
- (iv) evitare qualsiasi espressione da cui sia possibile desumere che le strategie di marketing e commerciali siano basate su elementi diversi da decisioni autonome ed indipendenti di Gruppo Illiria;
- (v) avere cura di indicare la fonte di qualsiasi informazione relativa a prezzi, quote di mercato, ovvero di altra informazione sensibile relativa ai concorrenti (così da evitare di creare il sospetto che tale informazione provenga direttamente dai concorrenti);
- (vi) non utilizzare diciture che possono creare dei sospetti (ad esempio "Distruggere dopo aver letto");
- (vii) non speculare circa la legalità di un determinato comportamento;
- (viii) evitare di utilizzare espressioni negative riferite ai concorrenti che manifestino l'intenzione, ad esempio, di eliminare un concorrente, oppure annullare la concorrenza da un determinato mercato.

2.6. Indicazioni operative per la partecipazione a gare

Pattuizioni con concorrenti circa l'offerta da presentare

È vietato qualunque accordo con i concorrenti volto a concordare l'offerta da presentare, in quanto ciò

altera di per sé l'esito della gara.

Il divieto riguarda anche l'accordo per la formulazione di un'offerta eccessivamente elevata o comunque tale da non poter essere accettata, o accordi per l'individuazione di una forbice di prezzo entro cui formulare l'offerta.

Accordi per non partecipare alla gara

Sono vietati anche gli accordi per astenersi dal presentare un'offerta, in quanto anche la mancata partecipazione concordata comporta una alterazione della leale concorrenza tra imprese e induce a ritenere l'esistenza di intese vietate finalizzate a condizionare l'affidamento di contratti pubblici. A maggior ragione l'intesa è vietata, se la mancata partecipazione è collegata all'impegno a un successivo subappalto di parte dei servizi affidati.

Consultazioni tra concorrenti prima di presentare le offerte di gara

È vietata qualsiasi forma di contatto antecedente la gara, al fine di prendere accordi circa l'esito della stessa o comunque a scambiare qualunque genere di informazioni relative alla gara, indipendentemente dall'esito della gara.

Valutazioni con i concorrenti circa la convenienza di un determinato bando di gara

In generale, e per escludere qualsivoglia rischio della violazione della normativa antitrust, occorre evitare qualsiasi discussione con imprese concorrenti che abbia ad oggetto informazioni di natura commerciale.

2.7. Partecipazione in Raggruppamento Temporaneo di Imprese (RTI)

In linea di massima, la partecipazione in RTI è consentita, nel caso in cui le imprese, tra di loro concorrenti, non siano in grado di soddisfare autonomamente i requisiti previsti dal bando (si pensi, ad esempio, alla copertura dell'intero territorio nazionale, alla certificazione ISO, alla certificazione TQS o alla telemetria). Se le imprese sono in grado di soddisfare autonomamente i requisiti imposti dal bando, la partecipazione in RTI deve essere oggetto di attenta valutazione.

Per quanto riguarda gli RTI sovrabbondanti (vale a dire quelli non strettamente necessari per la partecipazione a una gara, in quanto Gruppo Illiria dispone da sola dei requisiti necessari), il ricorso a essi è consentito, soltanto se si possa dimostrare, al momento della presentazione della domanda o su richiesta della stazione appaltante, che l'offerta congiunta è giustificata in termini di efficienza gestionale e industriale, alla luce del valore, della dimensione o della tipologia del servizio richiesto, e pertanto non è dovuta al perseguimento di una volontà collusiva con gli altri concorrenti.

La partecipazione ad un RTI sovrabbondante deve essere sempre comunicata, valutata con il RECA e poi autorizzata da quest'ultimo.

Particolare attenzione va riservata alla partecipazione in RTI (anche non sovrabbondante) con imprese leader nel settore, che potrebbe essere considerata dall'autorità antitrust come una strategia escludente, tesa ad impedire a imprese minori di raggiungere il necessario punteggio qualitativo.

Una partecipazione in RTI anche se non sovrabbondante, ma con una o più delle maggiori imprese del settore, deve essere sempre comunicata, valutata con il RECA e poi autorizzata da quest'ultimo.

2.8. Rapporti con fornitori e clienti

La normativa antitrust vieta al produttore di imporre al distributore un prezzo di rivendita fisso oppure minimo.

La ragione per la quale la fissazione del prezzo di rivendita è vietata consiste nel fatto che questa pratica tende ad eliminare la concorrenza tra prodotti della stessa marca (c.d. concorrenza *intra-brand*).

Nell'eventualità di un accordo tra il fornitore e il distributore nel quale venga fissato il prezzo di rivendita o venga indicato un prezzo minimo di rivendita, la responsabilità per l'illecito antitrust ricade sia sul fornitore, sia sul distributore.

Pertanto, qualora il fornitore imponga il prezzo di rivendita o indichi un prezzo minimo di rivendita (nelle svariate forme che verranno descritte *infra*), Gruppo Illiria è tenuta a non sottoscrivere il contratto o, anche in assenza di un accordo scritto, a non attuare simili politiche sui prezzi imposte dal fornitore. Qualora intervenga nella contrattazione la proposta dell'inserimento di tali clausole, è necessario l'intervento del RECA.

In linea di principio, sono invece considerati leciti i prezzi raccomandati ed i prezzi massimi.

Di seguito vengono fornite alcune indicazioni pratiche relative a prezzi al pubblico. Per ogni altra questione dubbia, è necessario fare riferimento al RECA.

2.8.a. Divieto di fissazione dei prezzi di rivendita

Il divieto di fissazione dei prezzi di vendita comporta che sui listini e nella relativa corrispondenza di accompagnamento (e-mail, fax, lettera) il fornitore debba evidenziare che i prezzi indicati sono suggeriti, e che Gruppo Illiria rimane libera di praticare i prezzi al pubblico che ritiene opportuni.

Ai qualsiasi fornitore è vietato intraprendere qualsivoglia iniziativa che possa anche solo potenzialmente limitare la libertà dei distributori di fissare i prezzi al pubblico. L'unica eccezione a questa regola è costituita dalla possibilità di imporre al distributore un prezzo massimo (sul punto, v. *infra* al par. 2.8.d).

A questo proposito, Gruppo Illiria deve anche astenersi dal segnalare a un fornitore se altri distributori facciano applicazione di prezzi diversi di quelli suggeriti, in quanto da una simile attività di monitoraggio si potrebbe desumere l'esistenza di un'attività del fornitore finalizzata a influire sul livello dei prezzi al pubblico, con il concorso di Gruppo Illiria.

2.8.b. Prezzi raccomandati

Come detto, in linea di principio la normativa antitrust permette al fornitore di raccomandare un determinato prezzo, a patto che si tratti di una vera e propria raccomandazione e non di una imposizione indiretta (*infra*, il par. 2.8.c).

In linea generale è ammessa l'indicazione di prezzi consigliati al pubblico, purché ogni comunicazione dei prezzi (ad esempio attraverso listini) sia accompagnata dalla precisazione che il distributore è libero di praticare prezzi differenti.

2.8.c. Divieto di imposizione indiretta del prezzo di rivendita

La fissazione del prezzo di rivendita, o del prezzo minimo, non è consentita neppure qualora l'imposizione venga attuata in modo indiretto, attraverso appositi meccanismi contrattuali od altre misure volte a ridurre gli incentivi per Gruppo Illiria a ridurre i prezzi al pubblico.

Esempi di clausole contrattuali che costituiscono imposizioni indirette del prezzo di rivendita al pubblico, e che pertanto **non** devono essere inserite nei contratti di distribuzione commerciale sono le seguenti:

- clausole che prevedano un livello massimo degli sconti che Gruppo Illiria può praticare a partire da un livello di prezzo prescritto (per esempio, costituisce una fissazione indiretta del prezzo di rivendita vietata una clausola che preveda: "*Gruppo Illiria non potrà concedere uno sconto superiore al 5% rispetto ai prezzi indicati nei listini del fornitore*");
- clausole che prevedano un margine garantito calcolato sulla base di un determinato livello di prezzi (per esempio, è vietata la seguente clausola: "*Il prezzo all'ingrosso sarà pari al prezzo di vendita al pubblico praticato da Gruppo Illiria diminuito del 30%. Nel caso in cui il prezzo al pubblico praticato da Gruppo Illiria sia inferiore ai prezzi consigliati indicati nei listini del fornitore, il prezzo all'ingrosso sarà pari al prezzo indicato nei listini del fornitore diminuito del 30%*", in quanto, di fatto, condiziona la concessione del margine garantito al rispetto dei prezzi consigliati dal fornitore);
- clausole che subordinino la concessione di uno sconto o di altri vantaggi di qualsiasi natura (note di credito, rimborso di costi promozionali, ecc.) al rispetto da parte di Gruppo Illiria dei listini del fornitore contenenti i prezzi al pubblico, in quanto limitativa della libertà del distributore di praticare i prezzi al pubblico che ritiene più opportuni;
- clausole che prevedano la possibilità di interrompere le relazioni commerciali in caso di mancata uniformazione dei prezzi al pubblico a quelli indicati dal fornitore.

2.8.d. Prezzo massimo

La normativa antitrust permette al produttore di imporre un prezzo massimo. L'imposizione di un prezzo massimo non può però tradursi in pratica nell'imposizione del prezzo di rivendita. Ciò può avvenire quando il prezzo massimo viene fissato ad un livello talmente basso da coincidere con il prezzo di rivendita (salvo che il distributore non decida di vendere rinunciando al proprio margine e quindi in perdita).

2.8.e. Prezzi al pubblico nei contratti di distribuzione commerciale

Sulla base di quanto sopra, i contratti di distribuzione commerciale **non devono contenere**, in particolare:

- (i) obblighi per Gruppo Illiria di vendere i prodotti del fornitore ad un determinato prezzo;
- (ii) prezzi di rivendita minimi al pubblico;
- (iii) prezzi massimi che di fatto equivalgono a prezzi imposti;
- (iv) incentivi per Gruppo Illiria (ad esempio, sconti, contributi promozionali, ecc.), nel caso in cui i prezzi di rivendita al pubblico in concreto applicati coincidano con i prezzi raccomandati;

- (v) conseguenze negative (ad esempio, diritto del fornitore di recedere/risolvere il contratto), nel caso in cui Gruppo Illiria non rispetti determinati livelli di prezzo al pubblico;
- (vi) criteri di determinazione dei prezzi all'ingrosso che disincentivino Gruppo Illiria a praticare prezzi al pubblico inferiori ad un determinato livello.

È importante considerare che anche uno scambio di e-mail può costituire una intesa vietata dalla normativa antitrust. Se, ad esempio, tramite e-mail un fornitore invia raccomanda a Gruppo Illiria di applicare i prezzi consigliati, e Gruppo Illiria risponde in modo affermativo comunicando il suo impegno a rispettare il listino di prezzi al pubblico, questo basta a realizzare un'intesa restrittiva della concorrenza. Si tratterebbe pertanto di un'intesa che espone sia il fornitore sia Gruppo Illiria al rischio di sanzioni, e per di più di un accordo di cui non si può pretendere il rispetto in quanto nullo.

2.8.f. Prezzi al pubblico e rapporti tra il fornitore e Gruppo Illiria

Il divieto della fissazione dei prezzi al pubblico può essere violato non soltanto attraverso disposizioni contrattuali, ma anche con altri comportamenti idonei al conseguimento del medesimo risultato.

In particolare:

- (i) il fornitore deve evitare qualsiasi azione diretta a condizionare Gruppo Illiria nella fissazione dei prezzi al pubblico dei prodotti del fornitore (ad esempio, minacciando l'interruzione delle forniture, un aumento del prezzo all'ingrosso, la cancellazione di sconti e/o di contributi promozionali, ecc.);
- (ii) il fornitore non deve intraprendere azioni di monitoraggio dirette ad individuare i distributori che applicano prezzi scontati (e Gruppo Illiria non deve supportare tali azioni);
- (iii) il fornitore non deve richiedere a Gruppo Illiria di segnalare eventuali riduzioni di prezzi al pubblico concesse da altri fornitori (e Gruppo Illiria non deve fornire tali informazioni al fornitore);
- (iv) ciascun listino di prezzi al pubblico deve **tassativamente** contenere l'indicazione che i prezzi indicati sono raccomandati e che Gruppo Illiria mantiene completa autonomia circa la fissazione di prezzi al pubblico.

2.8.g. Operazioni promozionali

Alcune operazioni promozionali possono comportare rischi di violazioni della normativa antitrust.

Per esempio, nei rapporti sia con fornitori sia con clienti, non è consentita la fornitura di gadget promozionali con indicazione del prezzo al pubblico dei prodotti oggetto della promozione, in quanto ciò costituisce una imposizione del prezzo al pubblico da parte del fornitore.

L'indicazione del prezzo su gadget promozionali è consentita a condizione che:

- (a) sia oggetto di una specifica richiesta da parte del cliente con l'indicazione del prezzo al pubblico, che egli intende praticare;

e:

- (b) i gadget promozionali siano accompagnati da una comunicazione scritta nella quale sia precisato che il prezzo di vendita è indicato su richiesta del cliente, e che questo rimane libero di modificarlo in qualsiasi momento.

Nel materiale pubblicitario è consentito indicare una determinata percentuale di sconto rispetto al prezzo fissato comunque dal cliente.

Al fornitore è consentito supportare economicamente Gruppo Illiria nelle offerte promozionali del tipo "paghi uno prendi due" con sconti in fattura o con note di credito, riconoscendo una compensazione per il minor guadagno realizzato, e fermo restando che Gruppo Illiria deve comunque rimanere libero di fissare i prezzi al pubblico.

2.8.h. Accordi di esclusiva

Gli accordi di esclusiva sono consentiti a condizione che le quote di mercato detenute rispettivamente dal fornitore e dal distributore (o dal cliente) sul mercato rilevante ai fini dell'accordo non siano superiore al 30%.

In considerazione di ciò eventuali accordi che prevedano obblighi di fornitura esclusiva devono essere autorizzati dal RECA.

3. I POTERI DELL'AUTORITÀ GARANTE PER LA CONCORRENZA E IL MERCATO (AGCM)

In Italia i poteri di vigilanza sul rispetto della normativa in materia di concorrenza sono attribuiti a una autorità amministrativa indipendente, denominata Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato (AGCM), che ha un ampio potere di indagine, che si manifesta anche attraverso ispezioni piuttosto incisive presso le imprese sospettate di violazioni.

In particolare, i funzionari dell'AGCM incaricati di ispezioni per l'accertamento di infrazioni della normativa antitrust hanno il potere di accedere a tutti i locali, terreni e mezzi di trasporto dell'impresa, e in caso di infrazioni gravi anche presso locali, terreni e mezzi di trasporto di terzi, quali gli amministratori, i dirigenti ed altro personale dell'impresa.

Nel corso delle ispezioni i funzionari hanno il potere di accedere a tutti i documenti, sia cartacei, sia digitali, compresi quelli contenuti su supporti informatici utilizzati dal personale.

Inoltre i funzionari possono richiedere informazioni e spiegazioni orali.

3.1. Ispezioni presso Gruppo Illiria

Di seguito vengono riportate le istruzioni da osservare in caso di ispezioni. Una loro puntuale osservanza è fondamentale per consentire a Gruppo Illiria di tutelare i propri diritti e ridurre il rischio di sanzioni..

3.1.a. Arrivo dei funzionari

Le ispezioni avvengono nella maggior parte dei casi "a sorpresa". Solitamente l'arrivo dei funzionari avviene all'inizio della giornata lavorativa.

Gli addetti alla *reception* dovranno immediatamente avvertire il RECA ed accompagnare i funzionari in una sala d'aspetto.

3.1.b. Comportamento da tenere nel corso dell'ispezione

Nel corso dell'ispezione è richiesto di:

- (i) attenersi scrupolosamente alle indicazioni che verranno fornite dal RECA;
- (ii) nel caso di approccio da parte dei funzionari, richiedere l'assistenza del RECA o dalle persone da questi designate;
- (iii) non distruggere nessun tipo di documento, non soltanto se rilevante per l'ispezione, ma anche se non rilevante (ad esempio, fotografie personali), in quanto si tratta di una condotta che può indurre sospetti sull'esistenza di indizi compromettenti e mettere in dubbio la volontà di cooperare da parte di Gruppo Illiria;
- (iv) fornire ai funzionari tutte le informazioni/spiegazioni richieste, nella forma più chiara e concisa possibile, con la precisazione che tutte le dichiarazioni devono essere riportate su verbale e che è opportuno riservarsi di fornire risposte in un momento successivo, se non si è a conoscenza dei fatti oggetto della domanda, ovvero se la domanda richiede una risposta complessa oppure implica la conoscenza di dati la cui esattezza e la accuratezza non sia certa;
- (v) fornire o esibire ai funzionari tutti i documenti richiesti, con la precisazione che il rifiuto di fornire le informazioni o esibire documenti, ovvero la comunicazione di informazioni/documenti non veritieri può comportare l'irrogazione di sanzioni amministrative pecuniarie e può venire qualificato come illecito avente rilevanza penale;
- (vi) non riferire a terzi (anche se dipendenti di Gruppo Illiria) alcuna notizia dell'ispezione, mantenendo su di essa una assoluta riservatezza, in quanto la diffusione di informazioni sulle indagini a terzi potrebbe essere usata come prova dell'esistenza di un'intesa vietata, e inoltre allo scopo consentire a Gruppo Illiria a gestire al meglio la comunicazione all'esterno e di contenere il rischio di potenziali danni di immagine.

4. LE SANZIONI A CARICO DELL'AZIENDA

La violazione della normativa antitrust può comportare a carico di Gruppo Illiria:

- (i) l'emanazione di provvedimenti (sia da parte dell'autorità antitrust, sia da parte del giudice ordinario, entrambi anche in via cautelare ed urgente) che inibiscono la prosecuzione dei comportamenti illeciti;
- (ii) l'irrogazione di sanzioni amministrative pecuniarie fino al 10% del fatturato totale annuo di gruppo;
- (iii) la responsabilità nei confronti dei soggetti danneggiati, con il rischio di essere assoggettata ad

- azioni risarcitorie davanti al giudice ordinario;
- (iv) un danno reputazionale all'immagine a causa del particolare risalto che viene dato sui mezzi di comunicazione alle sanzioni applicate dall'autorità.

In merito alle sanzioni amministrative pecuniarie irrogabili, le linee guida sulle modalità di applicazione dei criteri di quantificazione delle sanzioni, emanate dall'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato nel febbraio 2025, hanno incluso tra le possibili circostanze attenuanti *“l'adozione e il rispetto di uno specifico programma di compliance, adeguato e in linea con le best practice europee e nazionali”*; tuttavia, le linee guida indicano chiaramente che *“la mera esistenza di un programma di compliance non sarà considerata di per sé una circostanza attenuante, in assenza della dimostrazione di un effettivo e concreto impegno al rispetto di quanto previsto nello stesso programma (attraverso, ad esempio, un pieno coinvolgimento del management, l'identificazione del personale responsabile del programma, l'identificazione e valutazione dei rischi sulla base del settore di attività e del contesto operativo, l'organizzazione di attività di training adeguate alle dimensioni economiche dell'impresa, la previsione di incentivi per il rispetto del programma nonché di disincentivi per il mancato rispetto dello stesso, l'implementazione di sistemi di monitoraggio e auditing)”*.

In ogni caso, le intese restrittive della concorrenza e le clausole contrattuali pattuite in violazione del divieto di abuso di posizione dominante sono nulle, e pertanto non se ne può pretendere l'applicazione.

Negli ultimi anni la lotta ai cartelli ha rappresentato l'obiettivo principale delle autorità antitrust. In Italia, così come a livello comunitario, sono stati adottati i c.d. **“programmi di clemenza”**, che accordano benefici (immunità o significativa riduzione delle sanzioni) per le imprese che forniscono informazioni utili a consentire di individuare e sanzionare i cartelli prima dell'inizio dell'indagine.

Di fatto i programmi di clemenza hanno rappresentato uno strumento particolarmente efficace per la lotta ai cartelli ed hanno molto incrementato il rischio derivante da comportamenti collusivi tra imprese concorrenti, in quanto, per messo di essi, l'AGCM può riconoscere una piena immunità dalle sanzioni unicamente all'impresa che abbia per prima fornito informazioni sufficienti ad accertare una violazione che non poteva essere dimostrata sulla base di informazioni già acquisite.

Al fine di poter beneficiare dei programmi di clemenza, l'impresa interessata deve:

- (i) cessare immediatamente la propria partecipazione all'intesa denunciata;
- (ii) cooperare attivamente con le autorità antitrust durante tutto il procedimento istruttorio;
- (iii) non distruggere, alterare o celare informazioni o documenti rilevanti; e
- (iv) astenersi dall'informare chiunque sia della propria attività di collaborazione con le autorità antitrust.

A livello europeo si è, inoltre, previsto che l'impresa possa chiedere alla Commissione di raggiungere una transazione, con una riduzione della sanzione fino al 10%, qualora la stessa sia in grado di fornire ulteriori informazioni di rilievo su un cartello a cui partecipa.

5. LE SANZIONI DISCIPLINARI

Oltre a esporre Gruppo Illiria alle sanzioni e alle conseguenze negative sopra descritte, la violazione delle regole contenute in questo manuale da parte di qualsiasi soggetto facente parte dell'organizzazione (dirigenti, dipendenti, collaboratori, agenti, etc.) rappresenta un inadempimento degli obblighi derivanti dal contratto di lavoro e pertanto comporta l'applicazione di sanzioni disciplinari proporzionate alla condotta e alla sua gravità, a norma di legge e di contratto collettivo applicabili.

5.1. La tipologia di sanzioni

In particolare, le sanzioni comprendono:

- richiami;
- arretramento nell'inquadramento / mancata promozione;
- perdita di componenti retributive;
- licenziamento con o senza preavviso;
- risarcimento del danno / revoca di bonus / revoca di prestazioni pensionistiche.

5.2. Fattori attenuanti

Il sistema sanzionatorio prevede fattori attenuanti, quali:

- la piena cooperazione del dipendente all'indagine interna;
- la circostanza che il dipendente non ricopra un ruolo dirigenziale;

- la circostanza che il dipendente non fosse obbligato a partecipare a corsi di formazione sulla normativa antitrust;
- la buona fede del dipendente e il fatto che abbia agito in conformità a un parere legale;
- la circostanza che il comportamento sia stato sanzionato o incoraggiato dal diretto responsabile dell'impiegato.

5.3. Fattori aggravanti

Di contro, il sistema sanzionatorio prevede anche fattori aggravanti, quali:

- la mancata cooperazione o il silenzio su circostanze riconosciute come rilevanti ai fini dell'indagine;
- la copertura di un ruolo manageriale da parte dell'indagato;
- la partecipazione del dipendente a corsi di formazione antitrust e la sua conoscenza degli standard di condotta richiesti;
- la mancata partecipazione del dipendente ai corsi di formazione sulla normativa antitrust;
- la recidività del dipendente;
- l'aver incoraggiato i propri colleghi a prendere parte all'azione illecita;
- l'aver disatteso o l'aver evitato di chiedere un parere legale prima di porre in essere l'attività in violazione della legge antitrust.

L'irrogazione di tali sanzioni viene ancor più giustificata dal fatto che Gruppo Illiria ha predisposto tutte le dovute misure preventive affinché qualsiasi soggetto riconducibile all'organizzazione aziendale fosse a conoscenza delle tematiche antitrust nonché avesse un'approfondita consapevolezza dei rischi antitrust che potrebbero derivare dall'attività svolta.

In aggiunta, tramite l'incaricato RECA, Gruppo Illiria prevede che vengano svolte mirate attività di formazione adeguate alla dimensione e al contesto aziendale di modo che le regole di concorrenza costituiscano parte integrante della cultura e della politica aziendale. Motivo per cui l'attività di formazione viene ripetuta in maniera periodica di pari passo con il contesto ed il rischio antitrust, provvedendo alla preventiva individuazione delle aree aziendali considerate più sensibili (ad esempio: l'area commerciale).

6. IL SISTEMA INCENTIVANTE

Allo stesso modo e per le ragioni sopracitate Gruppo Illiria prevede anche un adeguato sistema di misure incentivanti funzionali al rispetto della normativa antitrust che vanno dalla lettera di encomio ad un riconoscimento di un premio in denaro fino ad Euro 200,00 (duecento) lordi.

Particolarmente rilevanti sono anche le misure incentivanti/premiali da adottare nei confronti del RECA affinché questo sia adeguatamente motivato ad assicurare la piena operatività ed efficacia del programma stesso. Tali misure vengono espressamente descritte e definite nel contratto stipulato con il consulente esterno nominato per lo svolgimento di tale attività.

7. LE PROCEDURE DI SEGNALAZIONE

Gruppo Illiria garantisce il diritto alla riservatezza di chiunque vorrà segnalare violazioni di questo manuale in corso o già avvenute.

Le segnalazioni andranno inviate tramite la piattaforma di segnalazione digitale anonima (*whistleblowing*), disponibile all'indirizzo web <https://www.gruppoilliria.it/pagina/whistleblowing>.

Le segnalazioni verranno vagliate dall'Organismo di Vigilanza istituito da Gruppo Illiria ai sensi del decreto legislativo n. 231/2001, il quale, per le violazioni in materia di normativa antitrust, avrà cura di coinvolgere immediatamente il RECA, il quale, ove la segnalazione non sia anonima, potrà prendere contatto diretto con il segnalante a mezzo e-mail, fax o posta ordinaria.

Gruppo Illiria e il RECA garantiscono la riservatezza della comunicazione e l'anonimato del segnalante, nonché la protezione di quest'ultimo da qualunque tipo di ritorsione, discriminazione o azione disciplinare in esito alla presentazione delle segnalazioni.

Ugualmente, non saranno presi provvedimenti contro chiunque sia il destinatario della denuncia di illecito prima che venga conclusa un'accurata indagine sui fatti segnalati e completate tutte le valutazioni del caso, fatte salve quelle eventuali misure strettamente necessarie per proteggere i diritti e gli interessi di Gruppo Illiria.

8. CONTROLLI INTERNI

Al fine di assicurare il rispetto della normativa a tutela della concorrenza, il RECA provvede a una serie di attività di controllo interno attraverso:

- il monitoraggio di e-mail estratte sulla base di parole chiave variabili nel tempo tra quelle inviate da alcuni indirizzi e-mail aziendali, scelti a rotazione nell'ambito di quelli utilizzati in settori di attività sensibili sotto il profilo della normativa antitrust;
- accessi presso l'azienda per interviste a personale adibito a compiti sensibili sotto il profilo della normativa antitrust;
- approfondimenti mirati sui temi trattati nell'ambito delle riunioni di associazioni di categoria.

Le specifiche modalità di controllo sono definite in appositi protocolli, portati a conoscenza di tutto il personale attraverso apposita attività di formazione periodica.

9. LA PROCEDURA DI INDAGINE

In caso di segnalazione di irregolarità, il RECA apre un'indagine, che è svolta nella massima riservatezza ad ogni livello, dal ricevimento della segnalazione fino alla conclusione di essa.

La riservatezza si applica ai fatti oggetto di indagine, alla/alle persona/e coinvolta/e, all'oggetto dell'indagine, al procedimento seguito, ai materiali e alle informazioni raccolte e ai risultati dell'indagine. Tutti coloro che sono coinvolti nell'indagine sono tenuti a non diffondere alcuna informazione alle persone che non siano direttamente coinvolte nell'indagine stessa.

L'indagine viene condotta secondo imparzialità e indipendenza.

Nessun soggetto in conflitto di interessi deve essere coinvolto nell'indagine o nel processo decisionale, così come chi ha una relazione personale con chi è sottoposto a indagine o che potrebbe esserlo, o chi potrebbe essere responsabile della mancata adozione di misure volte a prevenire o rilevare le presunte violazioni.

I conflitti di interesse, attuali o potenziali, devono essere prontamente segnalati. Se il conflitto attuale/potenziale non può essere gestito in modo appropriato, al fine di proteggere l'integrità dell'indagine, la persona in questione deve essere esclusa dall'indagine e, se necessario, adeguatamente sostituita.

I soggetti incaricati sono tenuti a condurre l'indagine secondo integrità, onestà, correttezza e diligenza.

Il ruolo di soggetto incaricato dell'indagine è affidato al RECA.

Nel caso in cui sia richiesta una competenza specialistica, il RECA dovrà predisporre le risorse necessarie, sia interne sia esterne, purché si tratti di soggetti opportunamente formati, dotati di adeguate competenze e capacità e che conoscano i principi che sovrintendono all'indagine.

Pur variando per complessità e durata, tutte le indagini dovranno essere condotte tempestivamente, senza protrarsi più a lungo di quanto non sia ragionevolmente necessario dato l'oggetto dell'indagine.

Gruppo Illiria protegge da qualsiasi ritorsione tutti coloro che in buona fede sporgono denuncia di violazione del presente manuale e coloro che partecipano o conducono le indagini.

I soggetti incaricati dell'indagine dovranno informare di tale obbligo tutti i dipendenti e tutti i soggetti intervistati nell'ambito delle indagini, relazionando su ogni possibile ritorsione derivante dalla partecipazione all'indagine.