



LA COMPLIANCE ANTITRUST

Policy di Gruppo

LONATO, 30 NOVEMBRE 2021

“IL GRUPPO FERALPI REPUTA LA CONCORRENZA SUL MERCATO IL MOTORE FONDAMENTALE PER STIMOLARE LA SUA CRESCITA VIRTUOSA E ACCRESCERNE LA COMPETITIVITÀ; PER QUESTO MOTIVO FERALPI FA DEL RISPETTO DELLA NORMATIVA ANTITRUST UNA PRIORITÀ, CONSIDERAN-DOLA PARTE INTEGRANTE DELLA SUA CULTURA AZIENDALE”.

GIUSEPPE PASINI – PRESIDENTE



Introduzione

Il diritto antitrust tutela i meccanismi concorrenziali del mercato, incentivando le imprese ad eccellere nella qualità ed economicità dei loro prodotti a tutto vantaggio del progresso tecnico e dei clienti/consumatori. Consapevole di ciò, il Gruppo Feralpi pretende dai suoi dipendenti il rispetto delle regole antitrust, condizione, altresì, necessaria per non esporre il gruppo a gravi rischi sanzionatori e reputazionali in caso di violazione.

Per assicurare l'impermeabilità al rischio antitrust, è necessario che ogni dipendente del Gruppo, nello svolgimento della propria attività, sappia identificare le attività e i comportamenti che possono generare criticità per rivolgersi immediatamente all'Antitrust Compliance Officer (aco@it.feralpigroup.com) e ottenere chiare indicazioni.

Tuttavia, le regole antitrust non devono essere intese unicamente come limitazioni all'attività aziendale, potendo rappresentare opportunità concorrenziali e facilitare la crescita del Gruppo su nuovi mercati.

Inoltre, Feralpi può essa stessa essere vittima di pratiche anticoncorrenziali da parte dei suoi fornitori, clienti e concorrenti; è, quindi, importante saper individuare queste situazioni affinché l'impresa possa fare valere tempestivamente i propri diritti.

È fermo convincimento di FERALPI che il disegno dei processi e delle procedure necessari per un'efficace prevenzione degli illeciti debba essere proporzionato, calibrato e adeguato alla sua specifica organizzazione aziendale e all'articolazione dei suoi livelli di management.



Avendo fatto della conformità antitrust una priorità, Feralpi organizza regolari audit con il suo top management, corsi e seminari formativi per tutti i dipendenti maggiormente esposti al rischio antitrust affinché tutti nel gruppo si familiarizzano con le regole fondamentali del diritto della concorrenza, con la triplice finalità di (a) evitare d'incorrere in violazioni, (b) meglio tutelarsi contro politiche commerciali aggressive e (c) cogliere opportunità di crescita.

Con queste premesse è stato concepito il Programma di Compliance 2022 che aggiorna e consolida i precedenti programmi del 2017 e 2019, dando continuità nel tempo all'iniziativa.

La figura e il ruolo dell'ACO

Come per il passato, il Programma trova nella figura dell'ACO il suo punto imprescindibile e maggiormente qualificante.

L'ACO, infatti, nominato dal CdA del Gruppo con un budget dedicato e intangibile, assicura:

- la tempestiva divulgazione ai dipendenti del Gruppo del Manuale antitrust e del suo Vademecum,
- la tempestiva consulenza richiesta dai dipendenti in caso di dubbio, se necessario avvalendosi di un legale esterno specializzato,
- l'analisi preventiva delle operazioni di business,
- la formazione continua del personale, organizzando corsi formativi con partecipazione obbligatoria,
- un sistema sanzionatorio per i dipendenti in caso di inottemperanza al Vademecum;
- un sistema premiale e di whistle-blowing;
- audit a intervalli regolari per i dipendenti maggiormente esposti al rischio antitrust, inferiori comunque al biennio.



Il diritto antitrust

Il diritto antitrust si prefigge di tutelare la sana concorrenza nel mercato, impedendo che le imprese colludano o abusino della propria posizione dominante, o comunque falsino la concorrenza a danno dei concorrenti, dei fornitori, dei clienti e dei consumatori.

La Normativa Antitrust è, inoltre, volta a evitare che, per effetto di acquisizioni o fusioni, si possa pregiudicare la concorrenza sul mercato e, a tal fine, prevede un controllo preventivo di tali operazioni per evitare la creazione di posizioni dominanti.

Collusione tra imprese concorrenti

È questo il caso più grave di violazione del diritto antitrust; quando l'accordo collusivo ha per oggetto prezzi, quantità, ripartizione della clientela si definisce cartello. In questi casi la sanzione raggiunge spesso il massimo edittale, ossia il 10% del fatturato annuo del Gruppo.

Le imprese non possono mai scambiarsi né condividere attraverso terzi le informazioni sensibili sui due temi che precedono.

La violazione si concretizza non solamente in un accordo, fosse pure verbale o informale (email), ma anche in pratiche concertate sul mercato che non trovano spiegazioni diverse se non quella d'essere state preventivamente concordate tra imprese concorrenti. L'onere della prova per fornire la spiegazione alternativa incombe alle imprese.

È bene ricordare che l'inefficacia del cartello è irrilevante per la sua sanzione.

In Italia, i cartelli negli appalti sono i soli a poter essere sanzionati anche penalmente.

Spesso, oggi, all'accertamento del cartello in sede amministrativa segue la causa civile, spesso milionaria, intentata dalle imprese vittime delle imprese cartellizzate per il rimborso dei danni patiti.

Collusione tra imprese non concorrenti

Per assicurare la concorrenza intrabrand, in primis la concorrenza sul prezzo tra i rivenditori del medesimo bene, sono pure rilevanti gli accordi e le concertazioni tra imprese che operano a livelli diversi della catena, ossia tra un produttore e i suoi distributori (commercianti, grossisti, rivenditori).

È il caso dell'imposizione da parte del produttore al suo distributore di un prezzo di rivendita dei beni fabbricati dal primo e rivenduti dal secondo che costituisce sempre un illecito



Abuso di posizione dominante

Sull'impresa in posizione dominante, con una quota di mercato >50%, riposa la speciale responsabilità di non abusare della sua situazione pregiudicando il corretto e concorrenziale funzionamento del mercato.

Perciò, gli sconti target annuali o fedeltà, così come la c.d. clausola inglese, le sono normalmente vietati. Questi divieti permettono alle imprese concorrenti della dominante di operare sul mercato con maggior facilità e possibilità di successo.

Altre pratiche vietate sono quelle relative ai prezzi eccessivi e a quelli predatori, ai rifiuti di fornitura, alle politiche di tying e alle clausole di esclusiva imposte a fornitori o clienti.

Talvolta, in mercati oligopolistici con 3-4 imprese attive, sebbene nessuna di queste sia dominante, tutte possono detenere ed essere sanzionate in caso di abuso per una «posizione dominante collettiva».

Controllo delle fusioni/acquisizioni

Le acquisizioni da parte di Feralpi di altre imprese può comportare il preventivo obbligo di notifica e autorizzazione alle Autorità di concorrenza.

In linea di massima, fusioni che portano a quote di mercato aggregate post merger superiori a 40% possono comportare criticità ed essere vietate dalle Autorità antitrust, creandosi una posizione dominante che potrebbe ostacolare un'effettiva concorrenza sul mercato.

Per questo motivo, il gruppo Feralpi obbliga i suoi dipendenti a riferire prontamente all'ACO ogni iniziativa di tal genere affinché possano essere valutati preventivamente i pro e i contro.



7

Il linguaggio da evitare

Le verifiche e le successive contestazioni delle Autorità Antitrust si basano, soprattutto, sui documenti rinvenuti in azienda, in particolare le e-mail in entrata e in uscita. Recentemente, anche i messaggi WhatsApp sono stati fatti oggetto di attenzione e, una volta trascritti, inseriti nei fascicoli d'ufficio e usati come prove contro le imprese.

Tutte le e-mail e i messaggi di testo su smartphone devono essere, quindi, considerati come documenti acquisibili dagli ispettori, ricordando che, anche se cancellati, essi sono facilmente rintracciabile e producibile per via informatica durante un'investigazione.

Quale regola aurea, Feralpi esorta i dipendenti a pensare sempre che quanto scrivono potrebbe essere letto dai funzionari dell'Autorità in futuro. Da qui discende la necessità di usare una terminologia appropriata per evitare di creare la falsa impressione che siano in corso delle condotte illecite. Si esorta, pertanto, a:

- Limitare, innanzitutto, i documenti inviati ai o ricevuti dai concorrenti, che devono costituire per i dipendenti dell'azienda un'eccezione.
- In questi documenti, indicare sempre l'oggetto in modo chiaro.

- Le e-mail da e per l'esterno che abbiamo a oggetto "prezzi, sconti, accordo, pagamenti, chiusure, investimenti, clienti, ordini, giacenze, quote e quantità" non sono permesse.
- Nelle e-mail interne al gruppo, quando si riferiscono ai concorrenti, evitare un linguaggio ambiguo (si è "discusso", "concordato", "deciso", "abbiamo saputo"....). Se il dato oggetto della e-mail è sensibile, indicarne sempre la fonte.
- Usare la massima attenzione nelle comunicazioni con le associazioni/consorzi cui l'azienda è membro, respingendo sempre e immediatamente ogni informazione che abbia natura disaggregata.
- In caso di dubbi sulla liceità del contenuto del documento, contattare immediatamente l'ACO.

Una volta iniziata l'ispezione dell'Autorità Antitrust è fatto divieto ai dipendenti dell'azienda di cancellare/distruggere e-mail, documenti cartacei, o files informatici. Queste condotte non sono in linea con la politica dell'azienda, le arrecheranno grave nocumento, e saranno da quest'ultima censurate con severità.

Vademecum e audit interni

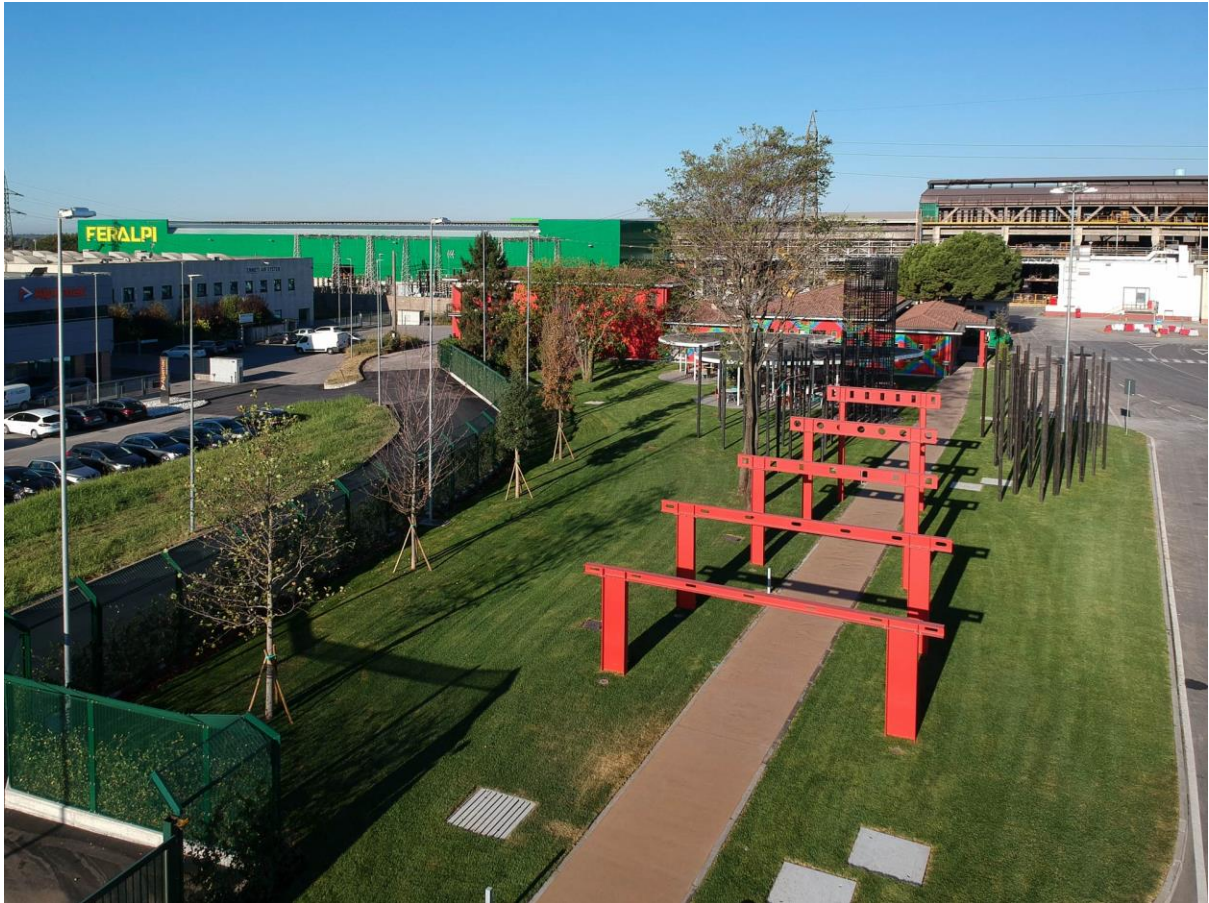
Oltre a un conciso Manuale delle principali regole antitrust elaborato da Feralpi e consegnato ai suo dipendenti in occasione degli incontri formativi, arricchito da molti esempi pratici calibrati sul settore d'attività del Gruppo, ogni dipendente esposto al rischio antitrust è fornito di un Vademecum vincolante con regole precise in forza delle quali egli dovrà:

- astenersi da ogni contatto con i concorrenti;
- assicurarsi che, in caso di incontro con i concorrenti, la riunione abbia un scopo lecito e che i temi trattati non esulino da tale scopo;
- evitare di scambiare informazioni sensibili e/o confidenziali con i concorrenti;
- monitorare la sua comunicazione interna ed esterna;
- consultare immediatamente l'ACO nel caso la liceità di una situazione appaia dubbia.

Per assicurare l'efficacia del Programma, tutti i dipendenti sono consapevoli del diritto del Gruppo d'organizzare audit interni e non preannunciati, nel rispetto delle sole regole della privacy.

Gli audits hanno lo scopo di consentire a Feralpi di verificare:

- il rispetto da parte dei dipendenti delle regole contenute nel Vademecum;
- l'eventuale presenza nei loro laptop, smartphome, fascicoli e agende di elementi che possano rilevare la violazione delle regole antitrust.



* * *

Questo documento è pubblicato sul sito del Gruppo affinché le imprese terze che hanno rapporti con le sue società (clienti, concorrenti, fornitori) siano, da un lato, consapevoli degli obblighi che incombono sui suoi dipendenti e, dall'altro lato, si sentano a loro volta tenute al rispetto delle regole antitrust.