

VOLKSWAGEN

GROUP ITALIA S.P.A.

Linee Guida Antitrust

SULLE REGOLE DI COMPORTAMENTO
PER IL RISPETTO DELLA NORMATIVA E TUTELA DELLA CONCORRENZA

PREFAZIONE

Come tutti voi ben sapete, uno dei principi fondamentali per il nostro Gruppo è il rispetto delle norme a tutela della concorrenza.

Le presenti Linee Guida Antitrust, parte integrante della nuova versione del Codice Etico, elaborano in particolare la sezione relativa alla Tutela della concorrenza e del libero mercato (Normativa Antitrust) con specifico riguardo alla disciplina nazionale ed europea in materia di tutela della concorrenza.

I valori etici della nostra Società in tale area, già peraltro radicati nella cultura aziendale, vengono cristallizzati e puntualizzati anche esemplificativamente nelle Linee Guida Antitrust, che debbono essere il riferimento costante del nostro agire quotidiano dentro e fuori l'azienda, in coerenza con i più avanzati standard internazionali.

Le Linee Guida Antitrust, nuovamente approvate all'unanimità dal Consiglio di Amministrazione di VGI in data 04.12.2023, contengono un'indicazione di massima delle condotte vietate e di quelle, invece, rispettose della disciplina antitrust.

Come è noto, tale disciplina ha lo scopo di assicurare una corretta dinamica competitiva dei mercati e di promuovere l'efficienza e la qualità, quali chiavi di successo dei loro partecipanti.

Lo svolgimento dell'attività aziendale nel pieno rispetto di una sana concorrenza è parte integrante della cultura e della strategia di VGI nella conquista di nuovi segmenti di mercato e nello sviluppo in quelli su cui la Società già opera.

Tutti gli amministratori, il management ed i collaboratori del Gruppo sono tenuti ad osservare e ad implementare i principi e le indicazioni contenute nelle Linee Guida Antitrust nella conduzione della loro attività e nella gestione delle relazioni con gli altri operatori di mercato, promuovendone la divulgazione e dando esempio di concreta applicazione di tali fondamentali principi.

Nel ribadire che un comportamento coerente e rispettoso della disciplina a tutela della concorrenza è essenziale per la realizzazione della missione di VGI, invito tutti noi a leggere attentamente le Linee Guida Antitrust ed a rispettare rigorosamente ed in ogni circostanza i principi e le indicazioni in esso contenute.

Dott. Marcus Osegowitsch
Amministratore Delegato VGI

*Nell'ambito della propria missione
VGI rispetta rigorosamente i principi di un'economia
di mercato aperta e in libera concorrenza
al fine di aumentare la competitività dell'industria
italiana ed europea.*

*La salvaguardia ed il rispetto
dei principi di tutela della concorrenza
sono parte integrante della strategia di VGI
al fine di accrescere la propria presenza sul mercato
offrendo professionalità e servizi più competitivi.*

*Ciò, nell'interesse dei nostri clienti,
partner commerciali e dipendenti in quanto
la libera concorrenza si traduce nell'offerta
di prodotti e servizi migliori a condizioni migliori.
Pertanto, il successo nel nostro business
può e deve essere raggiunto
nel pieno rispetto delle disposizioni normative
a tutela della concorrenza.*

Al fine di fornire tutta l'assistenza necessaria ed opportuna nell'applicazione delle Linee Guida Antitrust, o anche solo per chiarire eventuali dubbi, viene istituito presso il Presidio Antitrust Compliance che può essere contattato per qualsiasi esigenza inviando una e-mail all'indirizzo di posta elettronica antitrust@volkswagengroup.it.

Se un amministratore, un dipendente o chiunque abbia titolo a rappresentare VGI presso terzi venisse a conoscenza di una situazione che possa configurare una violazione anche solo potenziale delle Linee Guida Antitrust, dovrà darne immediata notizia al Presidio Antitrust Compliance.

Per qualsiasi richiesta di informazioni, chiarimenti, supporto o assistenza è sufficiente utilizzare l'indirizzo di posta elettronica antitrust@volkswagengroup.it limitandosi ad indicare esclusivamente il proprio nome e cognome e il proprio interno con la richiesta di essere contattato.

Il Presidio Antitrust Compliance provvederà tempestivamente a ricontattare l'interessato.

Nel caso preferiate che la vostra segnalazione rimanga in forma anonima, è altresì possibile rivolgersi ai due professionisti esterni che fanno parte dell'Organismo di Vigilanza al seguente indirizzo : odv-anonymous@volkswagengroup.it così come indicato nel Codice Etico.

Le Linee Guida Antitrust assicurano che i valori fondamentali del Gruppo in materia di rispetto delle regole poste a tutela della concorrenza siano chiaramente definiti per poter costituire un elemento base della cultura aziendale ed uno standard di comportamento per tutto il personale del Gruppo nello svolgimento della propria attività.

Le Linee Guida Antitrust contengono i principi e le norme di condotta del gruppo Volkswagen in materia di tutela della concorrenza. Esse si propongono di illustrare, in modo semplice ed accessibile, i contenuti della normativa posta a tutela della concorrenza e di fornire una serie di indicazioni pratiche su come affrontare situazioni concrete che possono essere causa di potenziali violazioni della normativa antitrust.

Le Linee Guida Antitrust sono state definite tenendo conto delle aree di attività in cui è più alto il rischio che si manifestino possibili violazioni della disciplina posta a tutela della concorrenza al fine di prevenirle e di consentire, se del caso, il pronto intervento della funzione aziendale preposta a garantirne l'osservanza, ossia il Presidio Antitrust Compliance.

Le Linee Guida Antitrust forniscono esclusivamente uno standard minimo in materia di libera e leale concorrenza, riflettendo le migliori pratiche esistenti. Tuttavia, esse non coprono tutte le fattispecie potenzialmente rilevanti ovvero tutte le disposizioni applicabili in materia antitrust. In caso di domande, dubbi o per qualsiasi necessità di chiarimento, dovrà sempre essere consultato il Presidio Antitrust Compliance all'indirizzo antitrust@volkswagengroup.it.

INDICE

1. AMBITO E PRINCIPI GENERALI DI APPLICAZIONE	7
2. RESPONSABILITÀ E CONSEGUENZE DELLE VIOLAZIONI IN MATERIA <i>ANTITRUST</i>	8
3. POTERI DELLE AUTORITÀ COMPETENTI.....	10
4. INTESE ANTICONCORRENZIALI	11
5. ABUSO DI POSIZIONE DOMINANTE.....	29
6. CREAZIONE E ARCHIVIAZIONE DI DOCUMENTI.....	30
7. ISPEZIONI DA PARTE DI AUTORITÀ <i>ANTITRUST</i>	33
8. <i>AUDIT</i> INTERNI E INDAGINI.....	35

1. AMBITO E PRINCIPI GENERALI DI APPLICAZIONE

Le presenti Linee Guida sono dirette a tutti gli amministratori, dipendenti di VGI e coloro che, in virtù di specifici mandati o procure, rappresentano VGI verso i terzi. Le stesse si riferiscono a qualunque rapporto commerciale relativo a qualsiasi prodotto o servizio offerto da VGI. Le Linee Guida sono quindi **vincolanti per i comportamenti degli amministratori, del personale e dei collaboratori**. Per tale ragione VGI ha deciso di assumere i seguenti impegni in merito alla diffusione, applicazione e aggiornamento delle Linee Guida *Antitrust*:

- assicurare la tempestiva **divulgazione** delle Linee Guida *Antitrust*, rendendole facilmente accessibili a tutti i destinatari e attuando adeguati programmi di formazione;
- assicurare la periodica **revisione** e l'aggiornamento delle Linee Guida *Antitrust* al fine di adeguarle all'evoluzione dei mercati, della sensibilità sociale, delle condizioni ambientali e delle normative applicabili;
- predisporre appropriati strumenti di **supporto** per fornire chiarimenti in merito all'interpretazione ed all'attuazione delle sue disposizioni;
- prevedere l'elaborazione di un sistema di **sanzioni** appropriato per colpirne eventuali violazioni e di incentivi alla collaborazione per il loro pieno rispetto;
- adottare adeguate **procedure** per la segnalazione, l'investigazione ed il trattamento di eventuali violazioni;
- assicurare la **riservatezza** dell'identità e la **tutela** professionale di chi segnala eventuali violazioni, fatti salvi gli obblighi di legge;
- **verificare** periodicamente il rispetto e l'osservanza delle Linee Guida *Antitrust*.

I rapporti tra VGI e le altre società del Gruppo Volkswagen in linea di principio non ricadono nell'ambito di applicazione delle disposizioni a tutela della concorrenza.

Le presenti Linee Guida non si applicano pertanto a tali accordi/relazioni. Tuttavia, è preferibile consultare sempre l'ufficio legale prima di concludere un accordo che potrebbe contenere una restrizione anticoncorrenziale con una società non interamente controllata da una società del Gruppo Volkswagen.

2. RESPONSABILITÀ E CONSEGUENZE DELLE VIOLAZIONI IN MATERIA *ANTITRUST*

Non saranno tollerate violazioni della normativa posta a tutela della concorrenza. La mancata conformità alle norme *antitrust* può esporre il Gruppo Volkswagen e i dipendenti a:

- gravi **rischi reputazionali**,
- ingenti **sanzioni** da parte delle autorità *antitrust*,
- richieste di **risarcimento** da parte di soggetti terzi, inclusi clienti e concorrenti, nonché
- significativi **esborsi e investimento di tempo** del *management* per la preparazione di idonee difese.

Le clausole contrattuali stipulate in violazione della normativa *antitrust* possono inoltre facilmente essere dichiarate **invalide e/o inapplicabili** e potenzialmente cagionare l'invalidità dell'intero contratto.

Peraltro, le condotte anticoncorrenziali per loro stessa natura generano inefficienze e limitano l'innovazione, ponendo un freno alla capacità di VGI di rispondere efficacemente agli sviluppi del mercato e a nuovi *competitor* sempre più aggressivi.

Inoltre, la violazione della normativa *antitrust* costituisce una **violazione degli obblighi contrattuali dei dipendenti**, i quali possono incorrere in sanzioni disciplinari o essere chiamati a rispondere dei danni in sede civile. La violazione della normativa *antitrust* costituisce peraltro una **grave violazione del nuovo Codice Etico di VGI**.

A tal riguardo, tutti gli amministratori, i dipendenti e collaboratori sono tenuti ad acquisire piena conoscenza e comprensione delle indicazioni contenute nelle presenti Linee Guida, in modo da essere in grado di riconoscere le circostanze che potrebbero implicare criticità *antitrust* e chiedere assistenza al Presidio *Antitrust Compliance* ai contatti sopra indicati.

La giustificazione
“non credevo fosse un illecito”
non sarà accolta come scusante né da VGI,
né tantomeno da un’Autorità Antitrust.

È necessario essere prudenti
e chiedere chiarimenti
piuttosto che presumere
che una determinata condotta sia lecita.

3. POTERI DELLE AUTORITÀ COMPETENTI

Le imprese operanti in Italia sono soggette a due livelli di normativa a tutela della concorrenza:

- le norme del Trattato sul Funzionamento dell'Unione Europea (**TFUE**) applicabili sia dalla Commissione Europea (**CE**), sia dall'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato (**AGCM**). Si tratta principalmente delle disposizioni che vietano gli accordi e le pratiche anticoncorrenziali e l'abuso di posizione dominante;
- le norme contenute nella legge *antitrust* italiana, di contenuto quasi identico a quelle europee.

Sia la CE sia l'AGCM sono incaricate di investigare e punire le violazioni di tali norme. I funzionari di entrambe le autorità hanno il potere di:

- **presentarsi senza preavviso** presso le sedi della Società (in alcuni casi anche presso domicili privati);
- **prendere visione e copiare** documenti o *file* elettronici
- **richiedere informazioni** anche in colloqui individuali con singoli dipendenti.

Se le autorità *antitrust* stabiliscono con propria decisione che una determinata condotta tenuta da una società viola le norme a tutela della concorrenza, possono irrogare una **sanzione per un valore che può arrivare fino al 10% del fatturato consolidato di Gruppo** dell'impresa interessata. La CE ha anche il potere di richiedere alle società destinatarie del provvedimento l'adozione di **cambiamenti strutturali o comportamentali** ritenuti necessari per eliminare gli ostacoli alla libera concorrenza.

In alcuni paesi come gli Stati Uniti d'America la condotta anticoncorrenziale, anche se posta in essere all'estero, è un **reato punito con il carcere**. Un simile rischio ricorre anche in Italia in caso di accordi anticoncorrenziali nella partecipazione a gare pubbliche.

Una società responsabile di avere violato le norme a tutela della concorrenza può essere anche soggetta ad **azioni di risarcimento danni** da parte di concorrenti o di consumatori.

Inoltre, tutti i contratti o gli accordi contrari alle leggi a tutela della concorrenza sono **nulli**.

Le intese anticoncorrenziali

Nell'ambito della disciplina a tutela della concorrenza sono vietate tutte le condotte che determinano o possano determinare una riduzione del grado di autonomia decisionale di un'impresa (anche tramite l'accesso a informazioni riservate), impedendo, restringendo o falsando il gioco della concorrenza. Al fine di non violare la disciplina a tutela della concorrenza, le società del gruppo VGI devono in ogni momento definire e perseguire la propria politica commerciale in totale autonomia dai concorrenti presenti sul mercato, operando esclusivamente in base alle proprie scelte strategiche e commerciali.

4. INTESE ANTICONCORRENZIALI

La normativa a tutela della concorrenza vieta gli accordi o pratiche concordate tra imprese non appartenenti allo stesso Gruppo aventi l'effetto o anche solo l'obiettivo o l'astratta idoneità ad ostacolare o limitare la libera concorrenza.

- Gli **accordi anticoncorrenziali** possono avere forma scritta od orale, carattere esplicito o tacito, natura formale o informale. Tali accordi possono essere illeciti **anche se, di fatto, non sono mai stati attuati**. Pertanto, è giuridicamente irrilevante, ai fini dell'accertamento dell'infrazione, il fatto che le imprese interessate abbiano o meno tratto vantaggio dall'accordo in questione.
- Anche le **pratiche concordate**, ossia condotte parallele derivanti da un consapevole per quanto tacito coordinamento tra le parti, sono vietate.

In particolare, le limitazioni della concorrenza possono essere classificate in due categorie: "*restrizioni orizzontali*" e "*restrizioni verticali*".

- Le **restrizioni orizzontali** sono costituite da accordi o pratiche concordate restrittive della concorrenza tra società che operano sul medesimo livello della catena di produzione/vendita (ad es. produttori di autoveicoli);
- Le **restrizioni verticali** sono accordi o pratiche concordate poste in essere da società attive a diversi livelli della catena di produzione/vendita (ad es. produttori di autoveicoli e concessionari indipendenti).

LE RESTRIZIONI ALLA CONCORRENZA DI TIPO ORIZZONTALE RIGUARDANO I RAPPORTI (DIRETTI O INDIRETTI) CON I CONCORRENTI

- × ***Determinazione delle condizioni/obiettivi di vendita.*** Le decisioni di VGI relative a prezzi, volumi, obiettivi o risultati di vendita non debbono per nessuna ragione essere concordate o anche solo comunicate o discusse con i concorrenti.
- × ***Partecipazione a gare.*** La partecipazione (o meno) a gare e le relative condizioni di offerta non debbono essere concordate o anche solo discusse con i concorrenti (salvo la partecipazione in ATI o RTI da discutere previamente con la funzione legale).
- × ***Scambio di informazioni.*** Non deve essere scambiata, direttamente o indirettamente anche tramite concessionari e/o società di consulenza alcuna informazione che non sia genuinamente pubblica e che sia tale da ridurre l'incertezza circa la condotta commerciale attuale o futura.

ATTENZIONE A:

- ***Contatti diretti o indiretti con concorrenti:*** vanno tutti riportati nell'apposito portale informatico "*Registro dei contatti con i concorrenti*" v. Allegato 1
- ***Attività delle associazioni di categoria***
 - ***Annunci e dichiarazioni pubbliche***

a) Restrizioni orizzontali

(i.) *Autonomia nella determinazione di prezzi e altre condizioni di vendita*

Ogni impresa è libera di stabilire e modificare i propri prezzi e altri termini e condizioni di vendita, nonché di reagire alla condotta degli altri operatori attivi nel mercato.

È altrettanto lecito utilizzare le informazioni pubblicamente disponibili relativamente ai concorrenti (ad es. pubblicate dai concorrenti stessi nei loro bilanci o nel materiale pubblicitario accessibile a chiunque, ovvero da soggetti terzi, ad es. dal Ministero dei Trasporti).

Tuttavia, è assolutamente **vietato concordare con i concorrenti:**

- i **prezzi** di vendita (inclusi elementi del prezzo finale e/o scontistica),
- **volumi** di vendita,
- **quote** di ripartizione del mercato,
- comunque coordinare le proprie **condizioni** di vendita,

ovvero **scambiare direttamente o indirettamente informazioni** commercialmente sensibili (in proposito, si veda il punto (iv) *infra*).

COSA FARE:

- Y Adottare autonomamente le decisioni in merito ai prezzi da applicare e gli obiettivi commerciali.
- Y Creare e conservare copia di documentazione interna idonea a dimostrare l'autonomia delle decisioni commerciali assunte, indicando i fattori tenuti in considerazione e documentando la tempistica del processo decisionale.
- Y Consultare l'ufficio legale prima di procedere alla conclusione di un qualsivoglia accordo con un concorrente (che in alcuni casi potrebbe essere legittimo).

COSA NON FARE:

- Y Discutere (e tantomeno concordare) con uno o più concorrenti le politiche di prezzo, compresi alcuni componenti del prezzo finale (inclusi sconti, margini dei concessionari, metodi per il calcolo del prezzo).

Che cosa significa in pratica?

Un concorrente suggerisce di aumentare i prezzi dei cerchi in lega di una determinata percentuale minima. La società è sotto pressione per raggiungere gli obiettivi prefissati, e l'accordo non è giuridicamente vincolante. Puoi cogliere l'opportunità?

No. Questo è un "cartello" ossia la tipologia più grave di accordo di natura anticoncorrenziale (in qualsiasi forma, oral o scritta). Agire in contrasto con la normativa antitrust non è mai nell'interesse di VGI, anche se a prima vista l'opportunità di raggiungere l'obiettivo di maggiori margini sembra allettante.

(ii.) Ripartizione del mercato

È vietato qualsiasi accordo tra concorrenti volto alla:

- ripartizione del mercato (in senso geografico, ma anche ripartizione della clientela), nonché
- alla predeterminazione o stabilizzazione di quote di mercato.

COSA FARE:

- Y Adottare autonomamente le proprie decisioni in merito a come strutturare la propria offerta commerciale e i propri obiettivi nelle diverse zone geografiche e nei confronti delle diverse tipologie di clienti.

COSA NON FARE:

- Y Discutere (e tantomeno concordare) con uno o più concorrenti il raggiungimento ovvero mantenimento di determinate quote di mercato.

(iii.) Turbativa d'asta (bid-rigging)

La caratteristica fondamentale dello svolgimento delle gare è che i partecipanti debbono predisporre le rispettive offerte in modo del tutto autonomo ed indipendente.

Conseguentemente è vietata qualsiasi forma di coordinamento in proposito (c.d. turbativa d'asta o bid-rigging).

La cooperazione con i concorrenti potrebbe in alcuni casi essere legittima se oggettivamente giustificata (ad es., il ricorso ad ATI o RTI per soddisfare i requisiti tecnici richiesti dal capitolato di gara). Si tratta tuttavia di casi eccezionali che debbono essere oggetto di previa discussione con la funzione legale.

È fatto divieto di discutere con uno o più concorrenti, direttamente o attraverso un intermediario (ad es., un concessionario o una società di consulenza), la decisione di partecipare o meno a una gara d'appalto ovvero le condizioni di offerta. Non sono ammesse offerte di comodo, falsate o "simbolich".

COSA FARE:

- Y Adottare autonomamente le proprie decisioni in merito alla predisposizione dell'offerta di gara.
- Y Consultare preventivamente con la funzione legale per valutare i rischi di possibili offerte congiunte/partecipazione a consorzi/ATI/RTI con concorrenti.

COSA NON FARE:

- Y Discutere (e tantomeno concordare) con uno o più concorrenti l'intenzione di partecipare o no a una futura gara.

Che cosa significa in pratica?

Un concorrente ti propone un incontro per confrontarsi sulle caratteristiche del capitolato di gara. Puoi accettare la proposta di incontro?

NO. Partecipare a un incontro di tal genere potrebbe costituire una condotta estremamente grave.

(iv.) *Scambi di informazioni*

Come regola generale, **non deve essere scambiata né direttamente né indirettamente** (per il tramite di soggetti terzi quali fornitori di servizi/società di consulenza, associazioni di categoria, concessionari o altri *partner* commerciali) **alcuna informazione commercialmente sensibile**, ossia:

- informazioni che **non** siano liberamente disponibili a tutto il mercato ed ai consumatori (**genuinamente pubbliche**), e
- che possano **ridurre l'incertezza** in merito alla condotta commerciale di VGI e/o dei suoi concorrenti.

Anche la ricezione episodica di informazioni sensibili può costituire una violazione *antitrust*, indipendentemente dal fatto che l'obiettivo perseguito sia quello di competere in maniera più aggressiva, ad es. avendo accertato gli obiettivi di vendita di un concorrente. In caso siate vostro malgrado destinatari di una informazione commercialmente sensibile **l'unica protezione possibile è quella di respingere in maniera chiara ed inequivocabile tale informazione**, indicando che si è proceduto alla loro cancellazione e che non si intende riceverne altre in futuro. Deve poi essere informato tempestivamente il Presidio di *Compliance Antitrust*.

Lo scambio di informazioni può sollevare diverse criticità *antitrust* a seconda del contesto di riferimento.

(v.) *Contatti (diretti o indiretti) con i concorrenti*

I contatti diretti con i concorrenti non sono di per sé proibiti ed in molte circostanze possono risultare legittimi. Tuttavia, tali contatti diretti debbono essere approcciati con estrema cautela in quanto mostrano un alto rischio dal punto di vista *antitrust*.

Infatti, come sopra indicato, non possono essere scambiate con i concorrenti informazioni non genuinamente pubbliche che permettano di trarre conclusioni in merito alla condotta di mercato presente o futura, ad esempio:

- strategie di determinazione dei prezzi,
- numero di contratti,
- obiettivi di vendita,
- valutazione circa i probabili futuri *trend* di mercato,
- lancio di nuovi prodotti,
- predisposizione di campagne promozionali non ancora oggetto di comunicazione al pubblico.

Tale regola si applica a prescindere dal modo in cui sono state trasmesse le informazioni (telefonate, *email*, ecc.) e l'occasione che ha dato luogo a tale trasmissione (pranzi informali, incontri casuali in occasione di una conferenza ecc.).

Le autorità *antitrust* valutano gli scambi indiretti di informazioni (ossia per il tramite di concessionari, *partner* commerciali o società di consulenza) come assolutamente equivalenti a scambi di informazioni diretti. **L'utilizzo di un intermediario non vale a escludere l'eventuale responsabilità di VGI e coinvolge lo stesso intermediario nelle responsabilità dell'illecito.**

È possibile, a determinate condizioni, utilizzare **statistiche e/o studi di mercato** redatti da soggetti terzi. Il contenuto di tali informazioni deve tuttavia essere

(i) una presentazione di dati genuinamente **pubblici**, oppure

(ii) frutto di **mystery shopping**, oppure

(ii) **debitamente aggregato/anonimizzato** in maniera da rendere di fatto impossibile l'attribuzione di informazioni granulari a uno specifico concorrente.

L'utilizzo di simili fonti deve sempre essere oggetto di previa valutazione da parte della funzione legale.

In ogni caso, **tutti i contatti con la concorrenza devono essere documentati, inclusi quelli privati e/o casuali.** A tal fine, in caso di contatto diretto ovvero indiretto con un concorrente, deve sempre essere compilato in ogni sua parte lo specifico modulo - che deve contenere le ragioni, le tempistiche ed i contenuti del contatto con il concorrente - disponibile nell'apposito portale denominato "*Registro dei contatti con i concorrenti*". Una volta compilato, il *report* dovrà essere salvato ed inviato, tramite il portale stesso, al Presidio *Antitrust Compliance*. In alternativa, può essere contattato immediatamente il Presidio *Antitrust Compliance* affinché prenda tempestivamente nota del contatto con il concorrente in questione tramite il predetto portale.

Si prega di consultare l'**Allegato 1** per maggiori dettagli, modalità di funzionamento ed istruzioni d'uso del citato portale, nonché per ulteriori esempi dei contenuti da inserire nel *report* che deve sempre essere compilato in caso di contatto diretto o indiretto con un concorrente.

Esempio di informazioni da inserire nel report: chi, cosa, quando, dove e perché

Chi della concorrenza: Sig. XY (responsabile commerciale) e Sig. ZZ (sviluppo prodotti)

Chi in VGI: Sig. AB (responsabile commerciale *brand CC*)

Cosa: Colloquio sul regolamento 427/2016/UE riguardo alle nuove soglie per le emissioni dei veicoli Euro 6

Quando: 20 novembre 2017 dalle ore 9 alle ore 10

Dove: Concessionario BB che rappresenta entrambi i marchi

Perché: Discutiamo la rispettiva interpretazione dei dettagli tecnici del Regolamento in vista del prossimo incontro dell'associazione di categoria del 6 dicembre in cui si discuterà di tali norme.

COSA FARE:

- Y In caso di contatti i concorrenti assicurarsi che sia predisposta in anticipo un'agenda atta a dimostrare che il proposito dell'incontro non ha fini anticoncorrenziali. In caso di dubbio, consultare sempre il Presidio *ntitrust Compliance*.
- Y Nel corso dell'incontro attenersi scrupolosamente all'agenda.
- Y Qualora si riceve se una comunicazione inappropriata da parte di un concorrente o di un soggetto terzo, come ad esempio informazioni relative ai contratti conclusi nel mese in corso o anche solo un invito allo scambi di informazioni in proposito, respingere inequivocabilmente tali informazioni (confermando che sono state cancellate e non verranno prese in considerazione) e contattare immediatamente il Presidio *Antitrust Compliance*.
- Y In caso di incontri/contatti - anche privati o fortuiti - con i concorrenti, compilare in ogni sua parte l'apposito modulo disponibile sul portale "*Registro dei contatti con i concorrenti*".

COSA NON FARE:

- Y Scambiare informazioni di carattere commercialmente sensibile con i concorrenti (inclusi sconti, margini dei concessionari, metodi e il calcolo del prezzo finale, obiettivi di vendita).
- Y Sollecitare i concessionari o i terzi a recuperare qualsiasi tipologia di informazioni relative ai concorrenti (ad es. strategie di prezzo, circolari tecniche, obiettivi di vendita).

Che cosa significa in pratica?

Un dipendente di un concorrente (*ex collega*) ti chiama per discutere dei risultati raggiunti nell'ultimo mese. Puoi accettare e/o condividere le informazioni in tuo possesso?

NO. Devi rispondere che VGI non desidera ricevere tali informazioni.

Sai che un concessionario è multi-marca e quindi intrattiene rapporti commerciali anche con un concorrente. Puoi chiedere di inviarti informalmente copia delle circolari tecniche del concorrente?

NO. Una simile condotta equivale ad uno scambio diretto di informazioni commercialmente sensibili tra concorrenti.

(vi.) **Attività delle associazioni di categoria**

Le associazioni di categoria hanno ad oggetto il fine legittimo di tutelare gli interessi del settore e promuoverne lo sviluppo. Le stesse possono contribuire anche allo sviluppo di *standard* che possono migliorare l'efficienza generale del settore di riferimento, anche per il tramite della diffusione di analisi statistiche e dati di mercato. In linea di principio, la partecipazione a riunioni organizzate dalle associazioni di categoria ovvero l'adesione a sistemi di rilevazione statistica non costituisce, di per sé, una violazione delle norme sulla tutela della concorrenza.

Tuttavia, le associazioni di categoria creano per loro natura occasioni di incontro e di contatto tra soggetti che sono tra loro diretti concorrenti. Pertanto, **è necessario gestire tali incontri con estrema cautela.**

Nel corso delle riunioni associative (o a margine delle stesse) non dovranno per nessuna ragione essere scambiate (ovvero comunicate o anche solo meramente ricevute pur se non richieste) informazioni commercialmente sensibili. In particolare:

- **In mancanza di un chiaro ordine del giorno o in caso di dubbio** circa la compatibilità delle tematiche che verranno presentate/trattate con il divieto di scambio con concorrenti di informazioni commercialmente sensibili è necessario consultare il Presidio di *Antitrust Compliance* e astenersi dal partecipare;
- Laddove il partecipante alla riunione intenda effettuare una presentazione scritta ovvero comunicare dati e informazioni relative a VGI o al mercato, è opportuno che il soggetto interessato verifichi previamente con la funzione legale l'assenza di rischi *antitrust* e/o le modalità con cui tali rischi sono evitabili.

Inoltre, con specifico riferimento a eventuali sistemi di rilevazione statistica o diffusione di dati di mercato da parte dell'associazione di categoria, posto che lo scambio di informazioni commercialmente sensibili determina una violazione delle norme *antitrust*, occorre assicurarsi che la partecipazione a tali sistemi di rilevazione statistica o diffusione di dati sia stata oggetto di previa approvazione da parte della funzione legale.

COSA FARE:

- Y È importante che durante ciascuna riunione associativa sia rispettato l'ordine del giorno preparato e distribuito prima dell'inizio della stessa. Qualora alcune tematiche mostrino possibili criticità *antitrust*, consultare il Presidio di *Antitrust Compliance* e astenersi dal partecipare.
- Y Nel caso si ritenga che sia stata intrapresa una discussione su tematiche a rischio di violazione della normativa *antitrust* (o anche solo in caso di dubbio che ciò si verifichi), l'unica modalità che consente a VGI di non essere accusata di avere partecipato ad una intesa vietata fra concorrenti è quella di manifestare immediatamente il proprio dissenso chiedendone la verbalizzazione.
- Y Qualora ciò non sia sufficiente e la discussione dovesse proseguire, occorrerà abbandonare immediatamente la riunione (chiedendo nuovamente che ne sia dato atto a verbale), quindi informare e prontamente il Presidio di *Antitrust Compliance*.
- Y In tali frangenti, non bisogna assolutamente temere di essere troppo prudenti.
- Y Il partecipante alla riunione associativa dovrà richiedere il verbale della stessa laddove tale documento non venga successivamente inviato a tutti i partecipanti entro un periodo di tempo ragionevole.
- Y Il partecipante alla riunione dovrà leggere con attenzione il verbale e assicurarsi che sia fedele a quanto accaduto e non siano utilizzate espressioni suscettibili di essere interpretate in senso contrario alla normativa *antitrust* (è sempre consigliabile una verifica da parte del Presidio di *Antitrust Compliance* in caso di dubbio).
- Y Anche in caso di contatti occasionali e fortuiti con concorrenti, compilare in ogni sua parte l'apposito modulo disponibile sul portale "*Registro dei contatti con i concorrenti*" (v. Allegato 1 alle presenti Linee Guida).

COSA NON FARE:

- Y Scambiare informazioni commercialmente sensibili a margine delle riunioni associative, anche laddove ciò dovesse avvenire in maniera episodica e informale.

(vii.) *Annunci e dichiarazioni pubbliche*

In genere, gli annunci alla stampa ovvero le dichiarazioni pubblicate sul proprio sito *internet* in merito alle proprie strategie commerciali future (inclusi obiettivi di vendita o possibili aumenti di prezzo) dovrebbero essere evitati. Anche dichiarazioni generiche circa i futuri *trend* di mercato hanno portato all'apertura di istruttorie *antitrust*. **Prima di rilasciare dichiarazioni pubbliche è pertanto opportuno contattare preventivamente la funzione legale.**

VGI potrebbe anche essere coinvolta in un'indagine *antitrust* solo per aver reagito alla dichiarazione pubblica di un concorrente in ordine ai futuri *trend* di mercato, in tal modo dando la possibilità di sostenere che tale dichiarazione era un "segnale" di coordinamento. È pertanto importante **astenersi dal commentare** (anche internamente) **le dichiarazioni** dei concorrenti, tantomeno con concorrenti ovvero in ambito associativo.

COSA FARE:

- γ Verificare qualsiasi dichiarazione o annuncio al pubblico su tematiche di mercato con l'ufficio legale o di evitare possibili criticità *antitrust*.
- γ Mantenere traccia della tempistica e del motivo di implementazione delle proprie decisioni commerciali in modo da poter dimostrare che sono state prese indipendentemente da eventuali annunci pubblici (potenzialmente problematici in ottica *antitrust*) dei concorrenti.

COSA NON FARE:

- γ Effettuare dichiarazioni pubbliche in cui si formulino ipotesi o supposizioni sui futuri *trend* di mercato, in particolare possibili aumenti di prezzo non già decisi irrevocabilmente.
- γ Commentare (anche internamente a VGI) eventuali dichiarazioni pubbliche di concorrenti.

Che cosa significa in pratica?

Leggendo il giornale ti imbatti in una dichiarazione pubblica dell'amministratore delegato di un concorrente che indica una probabile futura *market recovery*. Come reagisci?

Non commentare la dichiarazione. In particolare l'articolo NON deve essere inoltrato internamente o tantomeno a un concorrente speculando sulla possibilità di incrementare i margini.

LE RESTRIZIONI ALLA CONCORRENZA DI TIPO VERTICALE RIGUARDANO I RAPPORTI DI VGI CON FORNITORI, CONCESSIONARI E *PARTNER* COMMERCIALI

Le restrizioni alla concorrenza di tipo verticale riguardano la libertà di partner commerciali e fornitori di determinare le rispettive condizioni di acquisto o di vendita. Sono comunque vietati:

- × Fissazione dei prezzi di rivendita dei concessionari indipendenti (inclusi prezzi minimi, margini, percentuali massime di sconto);
- × In un sistema di distribuzione selettiva (ossia in cui i concessionari siano selezionati sulla base di parametri qualitativi che richiedono il soddisfacimento di standard minimi) relativo al commercio al dettaglio, sono vietate limitazioni alle vendite a clienti finali, sia dal punto di vista territoriale sia con riferimento a categorie di clienti;
- × Trattamento differenziato dei concessionari non giustificabile sulla base di parametri oggettivi (principio di non discriminazione).

b) Restrizioni verticali

Gli accordi con fornitori, concessionari o *partner* commerciali a monte o a valle della catena distributiva (ad es. i *service partner*) possono essere critici dal punto di vista *antitrust* qualora circoscrivano la libertà di determinare autonomamente le condizioni di acquisto o di vendita. La valutazione *antitrust* di tali accordi è spesso complessa e dipende dalle quote di mercato delle parti e, in generale, dalla struttura del mercato. **Prima di stipulare simili accordi è pertanto necessario coinvolgere la funzione legale.**

È comunque importante tenere presente che le seguenti condotte sono generalmente vietate:

- **fissazione del prezzo di rivendita** (o dei prezzi minimi, margini, percentuali massime di sconto) applicabile dai concessionari indipendenti. Anche raccomandazioni non vincolanti, se accompagnate da monitoraggio costante e da *follow-up* con i concessionari che non vi si attengano possono essere valutate criticamente dalle autorità *antitrust*;
- **nei sistemi di distribuzione selettiva relativi al commercio al dettaglio, imporre limitazioni alle vendite ai clienti finali** (dal punto di vista territoriale o con riferimento a determinate categorie di clienti). Resta salva la possibilità di proibire ai concessionari che fanno parte di un sistema di distribuzione selettiva di (i) svolgere la propria attività in un luogo di stabilimento non autorizzato, e (ii) rivendere ad altri distributori che non facciano parte del *network* autorizzato. Al di fuori dei sistemi di distribuzione selettiva, il distributore deve rimanere libero di accettare richieste di acquisto non attivamente sollecitate anche se provengono da zone (o categorie di clienti) diversi da quelli assegnatigli (**possibilità di cd. vendite passive**);
- **trattamento differenziato dei concessionari** non giustificabile sulla base di (documentati) parametri oggettivi. Ad esempio, iniziative volte ad offrire particolari condizioni a determinati concessionari potrebbero essere interpretate come un'alterazione della capacità dei concessionari di competere con gli altri concessionari dello stesso *brand*. Tali iniziative, se non giustificate sulla base di predefiniti **criteri oggettivi e verificabili** (ad es. volumi, solidità finanziaria del concessionario), possono costituire una restrizione alla concorrenza vietata. Consultare sempre preventivamente la funzione legale.

COSA FARE:

- Y Consentire la funzione legale prima di procedere alla conclusione di un accordo verticale restrittivo della libertà di acquisto o di rivendita, specie qualora contenga una clausola di esclusiva o indicazioni circa le modalità di determinazione dei prezzi di rivendita.
- Y Accompagnare ogni indicazione ai concessionari in materia di prezzi di rivendita con la menzione inequivoca del fatto che si tratta di prezzi consigliati, restando la piena discrezionalità del concessionario nella determinazione dei prezzi di rivendita.
- Y È possibile condurre in modo indipendente un monitoraggio dei prezzi effettivamente praticati dai concessionari, ma senza interferire in alcun modo nella loro libera determinazione in proposito.
- Y È generalmente possibile fissare i prezzi massimi di rivendita.
- Y Limitare il dettaglio di informazioni che ciascun concessionario può ottenere sulle *performance* degli altri concessionari (suoi concorrenti).
- Y Assicurarsi che in ogni caso sia tenuta traccia dei criteri oggettivi utilizzati per l'identificazione dei concessionari beneficiari di offerte particolarmente favorevoli (ad es. criteri basati su parametri di solidità economico/finanziaria).

COSA NON FARE:

- Y Fissare prezzi minimi di rivendita o i margini o gli sconti massimi applicabili dai concessionari.
- Y Esplicitamente o implicitamente "richiamare all'ordine" un concessionario perché ha rifiutato o di aderire alle raccomandazioni effettuate circa i prezzi di rivendita. Anche la mera comunicazione dei risultati di un monitoraggio effettuato da VGI in proposito può essere valutato negativamente dalle autorità *antitrust* in presenza di altre evidenze.
- Y Utilizzare nelle comunicazioni (anche interne) qualsiasi espressione che possa essere male interpretata dalle autorità *antitrust* come limitazione alla libertà del concessionario di determinare i prezzi di rivendita, quali ad es. il riferimento a "margini fissi" o "prezzi minimi".
- Y Utilizzare incentivi/disincentivi per indurre un concessionario ad applicare i prezzi di rivendita consigliati.
- Y Limitare (anche di fatto, ed es. tramite un "richiamo all'ordine") la possibilità per un concessionario di rispondere positivamente a ordini provenienti da clienti basati al di fuori della sua area geografica di riferimento.
- Y Trattare in maniera differenziata i concessionari, laddove ciò non sia giustificabile sulla base di documentabili parametri oggettivi (ad es. volumi/modelli acquistati, solidità economico/finanziaria).

Che cosa significa in pratica?

Durante le consuete visite presso i concessionari, ti accorgi che un determinato modello viene venduto ad un prezzo inferiore rispetto a quello consigliato. Puoi ricordare al concessionario che i prezzi applicati sono inferiori a quelli consigliati, e che la loro iniziativa svalorizza il prodotto?

NO. I concessionari devono rimanere completamente liberi di determinare i prezzi da applicare ai propri clienti.

Un concessionario ti riferisce che un altro concessionario VGI ha iniziato a vendere veicoli al di fuori della sua abituale zona geografica di riferimento, chiedendoti di intervenire per bloccarlo. Puoi intervenire?

NO. I concessionari devono rimanere completamente liberi di vendere a clienti localizzati fuori dalle zone geografiche su cui concentrano abitualmente i propri sforzi commerciali. Deve essere anche evitato qualsiasi termine che potrebbe essere male interpretato da autorità *antitrust* come ad es. riferimenti all'“invasione” da parte di un concessionario in una certa zona geografica.

Per raggiungere gli obiettivi di volume intendete lanciare una “*push action*”, che preveda particolari incentivi all'acquisto - con una validità temporale limitata - esclusivamente per quei concessionari che abbiano mostrato una particolare solidità finanziaria. Puoi proporre una simile iniziativa?

SI. Tuttavia la “*push action*” deve essere proposta a tutti i concessionari che versino in condizioni economico/finanziarie analoghe, previamente individuate per scritto secondo parametri oggettivi e verificabili.

Vietato abusare della posizione dominante

I mercati sono definiti dalle autorità antitrust con riferimento a tutti quei beni o servizi che il consumatore considera, in una determinata area geografica omogenea, sostituibili in caso di una variazione di prezzo.

In genere, con specifico riferimento al settore automotive, le autorità antitrust segmentano il mercato in base alle prestazioni, alle dimensioni e al prezzo, distinguendo ad esempio tra: mini car; auto di piccole dimensioni; auto medie; auto di grandi dimensioni; auto di prestigio e rappresentanza; auto di lusso; auto sportive; auto multiuso; suv e fuoristrada.

Ove in un mercato rilevante VGI detenesse una quota di mercato significativa tale da poterle consentire di adottare politiche commerciali solo relativamente condizionate dalle strategie dei concorrenti e dalle scelte dei consumatori (c.d. potere di mercato) la stessa sarebbe soggetta ad una “speciale responsabilità” che le vieterebbe di adottare determinati comportamenti (pregiudizievoli per lo sviluppo della concorrenza o per il consumatore) che invece le altre imprese sono libere di attuare.

5. ABUSO DI POSIZIONE DOMINANTE

Le società che detengono una posizione dominante in un determinato mercato hanno una speciale responsabilità che ne limita l'autonomia commerciale. Ciò comporta che condotte normalmente perfettamente legittime possono costituire una violazione della normativa *antitrust* se poste in essere da un soggetto dominante (tipicamente, una posizione dominante è improbabile al di sotto di una quota di mercato pari al 40%).

In linea di principio, alle imprese in posizione dominante è vietato, a titolo esemplificativo e non esaustivo:

- obbligare un cliente ad acquistare prodotti e servizi ulteriori a quelli che avrebbe originariamente inteso acquistare (c.d. *tying* o *bundling*);
- rifiutare la fornitura di un determinato prodotto o servizio se non sulla base di ragioni oggettive;
- praticare prezzi artificialmente alti o bassi onde ostacolare l'ingresso o l'espansione di imprese concorrenti;
- applicare sconti fidelizzanti o escludenti, comunque non giustificabili sulla base di parametri oggettivi (ad es., in ragione dei volumi acquistati).

La possibilità che VGI detenga una posizione dominante in un mercato specifico richiede un'analisi caso per caso. Maggiore è la quota di mercato e la sua concentrazione maggiore deve essere l'attenzione prestata. In caso di dubbi contattare la funzione legale.

Redazione Di Documenti

Quando redigete un documento o scrivete o rispondete ad una email immaginate che un funzionario antitrust stia dietro di voi a leggere cosa e come comunicate!

6. CREAZIONE E ARCHIVIAZIONE DI DOCUMENTI

Una scarsa attenzione alle espressioni utilizzate nelle comunicazioni commerciali e/ nella corrispondenza e documentazione interna potrebbe danneggiare molto seriamente VGI creando la **falsa percezione che siano state poste in essere condotte illecite**.

Le autorità *antitrust* hanno vasti poteri di ispezione (v. punto 7 *infra*) e possono acquisire copie di documenti molti anni dopo la loro creazione.

Anche se l'uso di un'appropriata terminologia non servirà a proteggere le società del Gruppo nel caso in cui l'attività descritta sia effettivamente illecita, l'adozione di un linguaggio impreciso potrebbe far sembrare illecite anche condotte che in realtà non lo sono. È estremamente difficile convincere a posteriori le autorità che un'espressione infelice non riflette l'effettiva condotta di VGI. Occorre pertanto **prestare molta attenzione nella redazione di documenti, avendo sempre presente che potrebbero essere successivamente utilizzate dalle autorità *antitrust* nel corso delle loro indagini.**

È comunque sempre consigliabile non distruggere documenti o *files* elettronici soltanto perchè si ritiene che possano contenere delle informazioni dannose o pericolose.

Tale distruzione può aggravare ulteriormente la posizione di VGI nei suoi rapporti con le autorità *antitrust*.

COSA FARE:

- Y In qualsiasi documento o presentazione – anche in bozza e per uso interno – indicare sempre la fonte (lecita) delle informazioni/dati ivi utilizzati.
- Y Redigere ogni documento (anche bozze non definitive) come se dovesse essere fornita successivamente copia alle autorità *antitrust*.
- Y Prestare particolare attenzione alle *e-mail* e relativi allegati. Anche se sono state cancellate, gli esperti IT delle autorità *antitrust* possono essere in grado di recuperarle. Inoltre il destinatario potrebbe averle conservate e/o successivamente inoltrate.

COSA NON FARE:

- Y Utilizzare espressioni non chiare o ambigue che potrebbero dare la falsa impressione che le informazioni sono state ottenute da, o con il consenso di, un concorrente (ad es. “*ho saputo da fonte sicura che...*”).
- Y Speculare circa la liceità o meno di una determinata condotta. In caso di dubbi, rivolgersi al *Presidio Compliance Antitrust*.

Che cosa significa in pratica?

Un concessionario ti trasmette un preventivo di un concorrente dopo averti anticipato per telefono che lo scopo dell'inoltro è ottenere condizioni di vendita più favorevoli da parte VGI in modo da essere in grado di formulare un'offerta competitiva al cliente finale. Come documentare la natura lecita di tale scambio di informazioni?

È fondamentale prendere nota al momento stesso della ricezione di come e da chi il preventivo è stato ottenuto, dando atto della lecita dinamica pro-concorrenziale.

Hai approfittato delle giornate "a porte aperte" di un concessionario concorrente per raccogliere le informazioni disponibili sui loro prezzi/offerte commerciali correntemente applicati. Predisponi poi una presentazione ad uso interno per mostrare i risultati della tua attività. Come predisponi il documento?

È fondamentale indicare sempre la fonte delle proprie informazioni e chiarire quando si tratta di stime e/o proiezioni costruite sulla base di informazioni pubblicamente accessibili.

La principale limitazione alla possibilità delle autorità *antitrust* di acquisire copia della documentazione creata o ricevuta da VGI (v. *infra*, punto 7) riguarda la **corrispondenza con i consulenti legali esterni**. Onde proteggere il segreto professionale, si raccomanda pertanto di:

- apporre su tutti i documenti inerenti la corrispondenza con gli avvocati esterni la dicitura: "***Informazione coperta da segreto professionale – Corrispondenza tra avvocato esterno e cliente***";
- archiviare tale documentazione in cartelle dedicate in modo che la stessa possa essere facilmente individuata in caso di ispezioni delle autorità *antitrust*.

7. ISPEZIONI DA PARTE DI AUTORITÀ *ANTITRUST*

Le autorità *antitrust* si avvalgono di penetranti poteri onde assicurare il pieno rispetto della normativa a tutela della concorrenza.

In particolare, possono:

- **formulare richieste scritte** di informazioni, cui deve essere fornita risposta completa e veritiera;
- **ispezionare** i locali e le auto aziendali senza preavviso (la CE può anche ispezionare domicilia privati, se autorizzata da un giudice).

Le **sanzioni** per avere ostacolato un'ispezione possono essere molto significative (nel caso di ispezioni della CE nell'ordine dei milioni di euro) e c'è anche il rischio responsabilità penale. Avere ostacolato l'ispezione può anche comportare una responsabilità aggravata/sanzioni pecuniarie maggiori nel procedimento *antitrust*.

In caso di ispezione, i funzionari delle autorità *antitrust* si presentano senza preavviso, in genere all'inizio della mattinata. Tipicamente sono accompagnati da agenti in borghese di un nucleo specializzato della Guardia di Finanza.

Al loro arrivo, i funzionari, di regola, richiedono di poter parlare con il rappresentante legale dell'impresa o, in mancanza, altro responsabile, al fine di notificare copia della decisione dell'autorità competente con la quale viene autorizzata l'ispezione e i provvedimenti di autorizzazione all'ispezione unitamente agli incarichi nominativi ai funzionari (e militari della Guardia di Finanza) che stanno eseguendo l'ispezione.

I funzionari possono chiedere alla Guardia di Finanza, di utilizzare i poteri loro conferiti dalla normativa fiscale in caso di difficoltà nell'accesso alla sede della società oggetto di ispezione.

La società oggetto di ispezione ha il diritto di contattare i propri legali esterni, i quali potranno essere presenti durante le indagini.

Durante gli accertamenti, i funzionari possono:

- ispezionare i libri sociali e ogni documento pertinente all'oggetto dell'ispezione (e **non coperto da segreto professionale in quanto oggetto di corrispondenza con consulenti legali esterni**) presente presso i locali aziendali, su qualsiasi tipo di supporto (cartaceo, informatico, ecc.);
- **estrarre copia** dei suddetti documenti (senza tuttavia trattenere gli originali);
- in caso di ispezione che si protragga oltre un giorno, **apporre sigilli** a locali/armadi;
- formulare **domande** o richieste di chiarimenti ai dipendenti in forma orale.

Attenersi sempre alle regole di condotta di seguito specificate.

COSA FARE:

- Y All'arrivo dei funzionari, informare i mediamente il Presidio Antitrust Compliance e chiedere ai funzionari di attendere l'arrivo dei legali esterni (non sono obbligati a farlo).
- Y Chiedere di vedere l'autorizzazione all'ispezione (occorre estrarre copia al più prest in modo da garantire un tem estivo esame da parte dei legali) e controllare l'identità dei no i dei funzi nari prese ti con quelli incaricati.
- Y Mantenere un a teggiamento non ostruzionistico ed educato (ma fermo e decis e necessario).
- Y Fornire assistenza ai funzionari nel fotocopiare i documenti e fare sempre tre copie: (i) per i funzionari, (ii) per la VGI, (iii) per i consulenti leg li esterni.
- Y Chiedere che le ricerche su supporto informatico siano svolte da voi stessi o da un esperto IT aziendale (prendendo nota delle parole chiave utilizzate, anche se gli ispettori non gradiscono).
- Y Chiedere che ogni comportamento che ritenete leda i vostri diritti e/o i diritti della Società sia messo a verbale.
- Y In caso di domande da parte dei funzionari:
 - o chiedere empre che sia presente un avvocato,
 - o rispondere solo su fatti e documenti, senza espri ere giudizi/congetture,
 - o rispondere in maniera veritiera e concisa, e solo se siete sicuri della risposta.

COSA NON FARE:

- Y Lasciare soli i funzionari durante l'accer amento.
- Y Ostacolare l'ispezione o alterare i sigilli eventualmente apposti dai funzionari.
- Y Formulare speculazioni o congetture nel rispondere a eventuali domande da parte dei funzionari. Attenetevi scrupolosamente a fatti di cui siete sicuri.
- Y Fornire accesso a informazioni coperte da segreto professionale in q anto relati e a consul nza fornita da un legale esterno (in caso di dubbio, chiamate un legale).
- Y Rimuovere o distruggere documenti cartacei o elettronici.
- Y Firmare docume ti senza aver previam nte consultato i legali esterni.
- Y Contattare qualsiasi soggetto terzo per informarli che si stanno svolgendo delle ispezioni o comunque commentare in alcu modo le ispezioni (nche internamente).

8. *AUDIT* INTERNI E INDAGINI

Fermo l'impegno a prevenire qualsiasi condotta anticoncorrenziale, rimane la possibilità che simili condotte possano essere oggetto di indagine in futuro. VGI deve essere messa nelle migliori condizioni per poter affrontare un'indagine e/o ridurre il rischio di imposizione di una sanzione.

COSA FARE:

- Y Riferire in buona fede qualsiasi sospetta violazione e della normativa a tutela della concorrenza direttamente al Presidio *Antitrust Compliance* antitrust@volkswagengroup.it limitandosi a scrivere: "*il Sig. ... tel. interno... , chied di essere contattato*" ovvero, anche in forma anonima, all'indirizzo odv-anonymous@volkswagengroup.it.

COSA NON FARE:

- Y Confrontarsi con i colleghi circa sospette violazioni. In caso di dubbio, rivolgersi direttamente al Presidio *Antitrust Compliance*.
- Y Discutere con qualsiasi soggetto terzo sospette violazioni *antitrust*.

Che cosa significa in pratica?

Hai il sospetto che sia stata posta in essere una violazione *antitrust*. Come ti comporti? **Rileggi le presenti Linee Guida *Antitrust* e se il dubbio permane contatta gli indirizzi sopra indicati anche in forma anonima senza timore di alcuna ripercussione negativa.**

ALLEGATO 1 ALLE LINEE GUIDA *ANTITRUST*

Raccomandazioni relative alla documentazione di un contatto con la concorrenza. Il Registro dei contatti con i concorrenti

Per garantire la trasparenza di eventuali contatti diretti ovvero indiretti con la concorrenza anche a distanza di anni, è necessario che ogni informazione venga registrata internamente, nel *database* predisposto *ad hoc* denominato “Registro dei contatti con i concorrenti”. Tale sistema ha la finalità di documentare e tracciare qualsivoglia riunione, incontro anche occasionale o fortuito o contatto avuto con imprese concorrenti. Anche nel caso di incontri/contatti con i concessionari o società di consulenza esterne in cui si trattino informazioni commercialmente sensibili proprie e/o dei concorrenti, la registrazione dell'incontro/contatto appare necessaria. E ciò nell'ottica della creazione di un ambiente in cui la *compliance* costituisca una parte fondamentale nella gestione quotidiana dell'attività.

In particolare, ogni dipendente potrà accedere al portale dedicato. Una volta effettuato l'accesso, occorrerà compilare in ogni sua parte l'interfaccia visualizzabile accedendo all'Area “Segnalazioni”, con specifica indicazione del soggetto con cui ci si è relazionati ovvero della fonte dell'informazione ricevuta/appresa, la data e la tematica di cui si è discusso durante l'incontro, nonché del contesto in cui è stata ricevuta ed una breve sintesi di quanto appreso/detto.

Si forniscono di seguito alcuni esempi di come possono essere inserite sul portale denominato “Registro dei contatti con i concorrenti” le informazioni ricevute. A tal riguardo, si precisa che non esiste un modello di testo *standard* in grado di coprire le molteplici fattispecie ipotizzabili. È sufficiente che i contenuti manualmente inseriti all'interno del portale riescano a descrivere in modo sintetico ma completo le coordinate/dinamiche essenziali di quanto occorso.

ESEMPIO 1

NOME:	Mario Rossi
FUNZIONE IN VGI:	Responsabile flotte
OGGETTO DELL'INCONTRO:	Promozioni della concorrenza
PERSONA CON CUI SI È VENUTI IN CONTATTO:	ZZ S.p.A. (dealer nell'area di Roma)
DATA DI INIZIO DELL'INCONTRO:	21.11.11 ore 11 circa
DATA DI CONCLUSIONE DELL'INCONTRO:	21.11.11 ore 11.15 circa
TIPO DI ATTIVITÀ:	Chiamata telefonica

MOTIVO DELL'ATTIVITÀ:	Monitoraggio attività di mercato
STATO ATTUALE DELL'ATTIVITÀ:	Terminato
ALTRI:	Nessuno
SINTESI DI QUANTO APPRESO/DISCUSSO:	Durante la telefonata ricevuta dal dealer ZZ è emerso che le azioni da parte della concorrenza sono piuttosto aggressive sotto il profilo del prezzo. Mi fa capire che i concorrenti FF e GG si stanno muovendo con promozioni molto allettanti che puntano sulla leva del finanziamento che include prodotti assicurativi.
NOTE:	Ho precisato a ZZ che, anche se le nostre strategie commerciali non seguiranno l'azione dei concorrenti, avremo piacere di venire incontro alle sue esigenze qualora compatibili con i nostri obiettivi.

ESEMPIO 2

NOME:	Maria Verdi
FUNZIONE IN VGI:	Responsabile <i>Information business unit</i>
OGGETTO DELL'INCONTRO:	Rilevazioni statistiche
PERSONA CON CUI SI È VENUTI IN CONTATTO:	FT (responsabile della società di consulenza BB), FF (Responsabile <i>Information business unit</i> del concorrente VV), DD (Responsabile <i>Information business unit</i> del concorrente MM), HH (Responsabile <i>Information business unit</i> del concorrente AA), JJ (Responsabile <i>Information business unit</i> del concorrente QQ), KK (Responsabile <i>Information business unit</i> del concorrente SS)
DATA DI INIZIO DELL'INCONTRO:	2.12.15 - h. 10.00
DATA DI CONCLUSIONE DELL'INCONTRO:	2.12.15 - h 15.00
TIPO DI ATTIVITÀ:	Tavolo di lavoro organizzato dalla società BB
MOTIVO DELL'ATTIVITÀ:	Studio per realizzare una nuova tipologia di report afferente la rete di distribuzione
STATO ATTUALE DELL'ATTIVITÀ:	Ancora in corso
ALTRI:	ZZ, FT, FF, DD, HH, JJ, KK
SINTESI DI QUANTO APPRESO/DISCUSSO:	Abbiamo avuto una lunga discussione sulle modalità con cui FT intende sviluppare e trasmettere agli aderenti un nuovo report in cui, grazie alle informazioni trasmesse a BB direttamente dalle case automobilistiche, essi saranno in grado di riprodurre uno spaccato dettagliato delle politiche di retribuzione dei <i>dealer</i> dei singoli operatori attivi nei diversi comuni. Durante l'incontro, a differenza dei precedenti in cui la discussione era rimasta su un piano prettamente tecnico, sono stati mostrati degli esempi dei risultati

	ottenuti per il concorrente SS aggiornati alla fine del mese scorso.
NOTE:	Ho precisato che VGI non intende ricevere tali informazioni, a meno che non siano anonimizzate e non sia possibile risalire alle informazioni dei concorrenti. Ho chiesto immediatamente alla funzione legale circa l'opportunità di partecipare al prossimo incontro (l'ultimo) che si terrà a gennaio.

ESEMPIO 3:

NOME:	Stefano Bianchi
FUNZIONE IN VGI:	Direttore commerciale – divisione VW
OGGETTO DELL'INCONTRO:	Vacanze
PERSONA CON CUI SI È VENUTI IN CONTATTO:	FT (Direttore commerciale del concorrente GG)
DATA DI INIZIO DELL'INCONTRO:	14.5.16 ore 16.30 circa
DATA DI CONCLUSIONE DELL'INCONTRO:	14.5.16 ore 17.15 circa
TIPO DI ATTIVITÀ:	Incontro casuale
MOTIVO DELL'ATTIVITÀ:	Incontro casuale
STATO ATTUALE DELL'ATTIVITÀ:	Terminato
ALTRI:	ZZ
SINTESI DI QUANTO APPRESO/DISCUSSO:	Comunicazione non aziendale. Breve conversazione su argomenti privati, in particolare su dove abbiamo intenzione di trascorrere le prossime vacanze estive.
NOTE:	Abbiamo preso un taxi insieme in direzione dell'aeroporto dai locali dell'associazione UNRAE.

Una volta compilato in ogni sua parte il modulo disponibile sull'interfaccia del portale, premere il pulsante *“Salva e invia”*. Il *report* così creato verrà automaticamente inviato al Presidio *Compliance Antitrust*.

Il Presidio *Compliance Antitrust* rivedrà il *report* e lo archiverà all'interno dell'apposito Registro dei contatti della concorrenza, nell'Area *“Archivio”*, accessibile esclusivamente all' Ufficio Legale e al Presidio *Compliance Antitrust*.