

GLOBAL
POLICY
ANTITRUST E
CONCORRENZA

GLOBAL POLICY ANTITRUST

CONCORRENZA

Campari Group compete sul merito e ha successo nel proprio business grazie alla qualità e alla distintività dei suoi prodotti, nonché alle sue capacità di marketing e vendita. I Camparisti non cercano alcun vantaggio commerciale dalla violazione delle norme a tutela della concorrenza.

La presente policy intende essere uno strumento pratico volto a riassumere le regole e i comportamenti che i Camparisti devono seguire nello svolgimento delle loro attività al fine di evitare di incorrere in violazioni delle norme a tutela della concorrenza.

1. Perché una policy in materia di concorrenza?

I rapporti con i clienti e i fornitori, così come i contatti occasionali con i concorrenti, richiedono una specifica osservanza delle norme a tutela della concorrenza ovunque operiamo. Una violazione delle normative sulla concorrenza può comportare sanzioni significative sia per Campari Group sia per il Camparista coinvolto; tali sanzioni variano a seconda delle giurisdizioni interessate e per i singoli individui possono includere sanzioni pecuniarie, penali (inclusa la reclusione) e azioni disciplinari (fino al licenziamento). Per Campari Group, le sanzioni possono includere multe (spesso fino al 10% del fatturato del gruppo), richieste di risarcimento del danno, inapplicabilità degli accordi commerciali, nonché danni reputazionali e spese legali.

2. Che cos'è il diritto della concorrenza?

Per diritto della concorrenza si intende l'insieme di norme volte a proteggere e promuovere la concorrenza leale e il corretto funzionamento del mercato, nell'interesse dei concorrenti, dei clienti e dei consumatori.

Una delle finalità principali del diritto della concorrenza è quella di creare condizioni di parità tra le aziende, in modo tale che possano competere in modo efficace e corretto.

Il diritto della concorrenza si occupa di tre principali fattispecie: accordi anticoncorrenziali (c.d. intese), abuso di posizione dominante e fusioni e acquisizioni.

Di seguito saranno trattate le seguenti due categorie di condotte o comportamenti:

- A.** accordi (o intese);
- B.** condotte unilaterali e/o abuso di posizione dominante.

Intro

A. Accordi

B. Condotte unilaterali e/o Abuso di Posizione Dominante

C. Applicazione della presente Policy

A. ACCORDI

1. Quali sono gli accordi rilevanti?

Il diritto della concorrenza distingue tra accordi o pratiche anticoncorrenziali "orizzontali" e "verticali". Qualsiasi accordo, indipendentemente dal fatto che sia scritto o meno, così come qualsiasi comportamento coordinato che abbia lo scopo o l'effetto di impedire, restringere o falsare la libera concorrenza, rileva per il diritto antitrust.

Per accordi "**orizzontali**" si intendono quelli tra concorrenti.

Per accordi "**verticali**" si intendono gli accordi conclusi tra imprese che operano a diversi livelli della catena di produzione e distribuzione.

2. Accordi orizzontali: contatti con i concorrenti (incluso lo scambio di informazioni sensibili)

Qualsiasi contatto o comunicazione diretta o indiretta con i concorrenti deve essere gestita con la massima attenzione alle norme in materia di tutela della concorrenza. I cartelli e la collusione tra concorrenti rappresentano la violazione più grave per le autorità di concorrenza di tutto il mondo. Contattate sempre il vostro Dipartimento Legal and Compliance in caso di dubbi.

Intro

A. Accordi

B. Condotte
unilaterali e/o
Abuso di Posizione
DominanteC. Applicazione della
presente Policy

Principali avvertenze

- Non è possibile stipulare accordi formali/informali - direttamente o indirettamente - con alcun concorrente in nessuna occasione, a meno che non sia stata concessa un'autorizzazione esplicita dal Dipartimento Legal and Compliance.
- Nessun accordo può contenere previsioni che abbiano per oggetto o per effetto quello di:
 - (i) prevenire, restringere o limitare la produzione, la capacità produttiva o la fornitura di beni o servizi;
 - (ii) ripartire clienti, territori o prodotti;
 - (iii) manipolare le gare (c.d. "bid rigging", fattispecie che si verifica quando vi è un accordo formale o informale tra concorrenti volto a ridurre la concorrenza in una procedura di gara tale da determinare in modo illecito il vincitore della gara);
 - (iv) restringere o limitare i dipendenti che possono essere assunti o meno; e/o
 - (v) fissare i prezzi.
- Non è mai consentito stipulare accordi che abbiano per effetto la fissazione dei prezzi; essi costituiscono la più grave violazione del diritto antitrust.
- Non è mai consentito discutere o scambiare informazioni sensibili dal punto di vista commerciale (si veda il significato descritto in seguito), direttamente o indirettamente, formalmente o informalmente, con i concorrenti per telefono, di persona, in chat, via e-mail, ecc.

- E' vietato partecipare a qualsiasi riunione (di un'associazione di categoria o di altro tipo) durante la quale vengano discussi argomenti vietati e se già presenti alla riunione è necessario abbandonare immediatamente la seduta; in ogni caso è necessario insistere affinché la mancata partecipazione o il vostro allontanamento siano riportati nel verbale della riunione. In ogni eventualità informate immediatamente il vostro Dipartimento Legal and Compliance.

2.1 Cosa si intende per informazioni sensibili dal punto di vista commerciale?

Per informazioni commercialmente sensibili si intendono tutte le informazioni strategiche non disponibili al pubblico che, se divulgate, potrebbero influenzare il comportamento commerciale di Campari Group o dei suoi concorrenti, tra cui, ad esempio:

- prezzi e altre condizioni di vendita (ad esempio, sconti);
- margini;
- volumi di produzione e strategie di marketing/vendita;
- prodotti in pipeline, investimenti futuri, programmi di ricerca, programmi di marketing, se non ancora resi pubblici;
- costi, piani di produzione, tasso di utilizzo/capacità degli impianti;
- budget e piani aziendali;
- clienti, fornitori e concorrenti.

Intro

A. Accordi

B. Condotte
unilaterali e/o
Abuso di Posizione
DominanteC. Applicazione della
presente Policy

Si noti che anche un solo contatto isolato con i concorrenti, direttamente o tramite terzi, relativo a uno solo degli argomenti sopra indicati può costituire un comportamento illecito. Ad esempio, anche un solo caso di discussione con i concorrenti sui prezzi futuri può costituire una violazione delle norme antitrust.

ESEMPIO: la condivisione di informazioni COMMERCIALI sensibili

Nell'ambito delle riunioni delle associazioni di categoria, alcuni membri si tengono in contatto via Facebook come parte di un gruppo privato. Si tratta prevalentemente di un forum di networking, ma a volte i membri pubblicano dettagli sui prossimi sconti e promozioni sulle loro gamme di aperitivi come una sorta di "FYI" di cortesia. Sebbene nessun membro sia tenuto a postare questo tipo di informazioni o a impegnarsi ad agire in base ad esse, quasi ogni volta che qualcuno lo fa, gli altri sembrano attuare promozioni simili nello stesso periodo.

È CONSENTITO?

No. Questo tipo di condivisione regolare di informazioni sensibili dal punto di vista commerciale tra concorrenti, in assenza di una legittima esigenza commerciale, integra una pratica concordata illecita, in quanto può portare a un coordinamento dei prezzi.

2.2 Partecipazione alle riunioni delle associazioni di categoria

La partecipazione di Campari Group alle associazioni di categoria è, in linea di principio, pienamente lecita. Tuttavia, occorre prestare particolare attenzione agli argomenti all'ordine del giorno e a tutte le occasioni in cui l'associazione di categoria chiede ai propri membri di fornire dati individuali (ad esempio, dati su prezzi, vendite e costi), anche da utilizzare a fini statistici.



In generale, la pubblicazione di statistiche su costi, vendite o prezzi è ammissibile dal punto di vista antitrust, a condizione che siano basate esclusivamente su dati storici (di almeno 12 mesi) e aggregati. A questo proposito, si ricorda che la divulgazione di prezzi e costi di Campari Group a un'associazione di categoria deve sempre essere attentamente valutata, in anticipo, con l'assistenza del Dipartimento Legal and Compliance al fine di evitare qualsiasi potenziale violazione antitrust.

Le associazioni di categoria non devono mai costituire una sede per lo scambio di informazioni sensibili dal punto di vista commerciale e/o per il coordinamento della condotta di mercato, anche qualora ciò avvenga in discussioni off-the-records, a meno che i dati non siano storici e aggregati e la relativa divulgazione sia approvata dal Dipartimento Legal and Compliance.

Principali avvertenze

Quando si partecipa a riunioni di associazioni di categoria, prestare sempre attenzione a quanto segue:

- assicurarsi che venga preparato un ordine del giorno scritto prima di ogni riunione e, in caso di dubbi, condividerlo in anticipo con il Dipartimento Legal and Compliance;
- in caso di dubbi sulla conformità di uno o più punti all'ordine del giorno con la presente policy, astenersi dal partecipare alla riunione;
- annotare con precisione quanto discusso durante le riunioni;
- assicurarsi che tutte le discussioni siano debitamente registrate per iscritto;
- non discutere argomenti non previsti dall'ordine del giorno;
- non partecipare a incontri bilaterali/multilaterali in cui i concorrenti discutono di argomenti sensibili dal punto di vista commerciale;
- se durante una riunione di un'associazione di categoria vengono discussi argomenti sensibili dal punto di vista commerciale, dichiararsi contrari alla condivisione e opporsi esplicitamente alla discussione e informare immediatamente il Dipartimento Legal and Compliance;
- se la conversazione non cessa, abbandonare la riunione se vengono discussi argomenti proibiti e insistere affinché la vostra mancata partecipazione o il vostro allontanamento siano esplicitamente registrati nel verbale della riunione e informate immediatamente il Dipartimento Legal and Compliance.

Intro

A. Accordi

B. Condotte
unilaterali e/o
Abuso di Posizione
Dominante

C. Applicazione della
presente Policy



ESEMPIO: SCAMBIO DI INFORMAZIONI ATTRAVERSO LE ASSOCIAZIONI DI CATEGORIA

Per conto di Campari Group, un dipendente partecipa a un evento sociale organizzato da un'associazione di categoria. Durante l'evento, un concorrente si lamenta di un particolare rivenditore, che in più occasioni non è riuscito a pagare i suoi conti in tempo. I rappresentanti di altri concorrenti condividono esperienze simili, altri esprimono solidarietà. Dopo l'evento, uno dei rappresentanti fa circolare i dettagli del rivenditore suggerendo di aggiungerlo a una "lista nera". In seguito, alcuni rivenditori non rinnovano i loro accordi di fornitura con quel rivenditore.

È CONSENTITO?

No. Questo tipo di comportamento può integrare un accordo tra concorrenti per non rifornire (o, in altre parole, per "boicottare" congiuntamente) un rivenditore e, in quanto tale, può integrare un accordo anticompetitivo o una pratica concordata illeciti. Non partecipate a discussioni in cui vengono condivise informazioni confidenziali. Se decidete di non rifornire più un determinato rivenditore, assicuratevi di avere motivi commerciali legittimi per farlo e verificate ogni caso con il Dipartimento Legal and Compliance. Assicuratevi di documentare tali ragioni e di garantire che la vostra decisione sia presa in modo indipendente.

Intro

A. Accordi

B. Condotte unilaterali e/o Abuso di Posizione Dominante

C. Applicazione della presente Policy

2.3. Organizzazioni di ricerca di mercato e statistiche

Le organizzazioni di ricerca di mercato spesso raccolgono i dati dei loro membri per compilare statistiche, effettuare ricerche di mercato e facilitare il benchmarking. Questo può integrare uno scambio illecito di informazioni in via indiretta attraverso l'organizzazione di ricerca stessa.

Non trasmettete informazioni riservate (come dati aziendali grezzi) ad associazioni o organizzazioni di ricerca di mercato senza il previo consenso del Dipartimento Legal and Compliance. Tali informazioni possono essere trasmesse o pubblicate solo in forma anonima e aggregata. A questo proposito, devono essere osservati stretti limiti in conformità al diritto della concorrenza, rendendo necessaria una valutazione caso per caso.

3. Accordi verticali: rapporti con clienti, distributori e fornitori

Alcuni tipi di accordi con clienti, distributori o fornitori possono violare le norme a tutela della concorrenza. Contattate il Dipartimento Legal and Compliance in caso di dubbi.

Principali avvertenze

Nei rapporti con i vostri clienti e fornitori NON:

- imporre direttamente o indirettamente prezzi di rivendita fissi o minimi ai distributori. Al contrario, è consentito suggerire/raccomandare i prezzi di rivendita (purché si tratti di suggerimenti/raccomandazioni "genuini"). In alcuni Paesi può essere accettabile imporre prezzi massimi di rivendita; in tutti tali casi deve sempre essere consultato il Dipartimento Legal and Compliance;
- imporre margini fissi o il livello massimo di sconti sui prezzi di rivendita dei distributori;
- discutere con i distributori le attività di prezzo o di marketing di altri distributori (anche quando il distributore si lamenta delle politiche di rivendita di altri distributori);
- impedire ai distributori di accettare ordini al di fuori del loro territorio/gruppo di clienti senza consultarsi con il Dipartimento Legal and Compliance;
- richiedere ai clienti di acquistare quantità minime o gamme complete di prodotti;
- condizionare l'acquisto di un prodotto all'acquisto di un altro prodotto;
- tentare di limitare la libertà del distributore di acquistare o vendere prodotti della concorrenza;
- interrompere o rifiutare di vendere a un distributore esistente senza consultare il Dipartimento Legal and Compliance;
- richiedere/concedere l'esclusiva a un distributore o a un fornitore senza consultare il Dipartimento Legal and Compliance.

Intro

A. Accordi

B. Condotte
unilaterali e/o
Abuso di Posizione
Dominante

C. Applicazione della
presente Policy



ESEMPIO: Prezzi dei fornitori

Campari Group fornisce ai propri clienti un elenco di prezzi di rivendita raccomandati. Un rappresentante di Campari Group si preoccupa di un particolare grossista che ha praticato forti sconti sui suoi prodotti. Tale rappresentante chiede al grossista di mantenere i prezzi allo "stesso prezzo applicato ai prodotti dei concorrenti di Campari".

È CONSENTITO?

No. Questa condotta costituisce un'imposizione dei prezzi di rivendita, che è vietata. Campari Group può legittimamente fornire ai propri clienti elenchi dei prezzi di rivendita suggeriti, ma tali elenchi devono essere raccomandazioni "genuine". Qualsiasi tentativo di controllare il prezzo di rivendita può essere considerato una violazione delle norme antitrust.

B. CONDOTTE UNILATERALI/ABUSO DI POSIZIONE DOMINANTE

1. Che cosa si intende per posizione dominante?

Una posizione dominante è una posizione di forza economica che consente a un'impresa di ostacolare o distorcere la concorrenza effettiva sul mercato rilevante, permettendo così all'azienda dominante di comportarsi, in misura apprezzabile, in modo indipendente dai suoi concorrenti, dai suoi clienti e, in ultima analisi, dai consumatori. In caso di posizione dominante in un determinato mercato, un'impresa deve prestare una maggiore cautela al modo in cui opera e interagisce con clienti e fornitori al fine di evitare comportamenti unilaterali che possano integrare un abuso di posizione dominante.

Principali avvertenze

Campari Group è un attore rilevante nell'industria degli alcolici, ma non gode di una posizione dominante in nessun mercato. In ogni caso Campari Group è contrario e non applica nessuna delle seguenti pratiche:

- applicare obblighi contrattuali estremamente onerosi, che non sono determinati o dipendenti dalla qualità dei prodotti interessati o dal loro valore di mercato;
- applicare prezzi inferiori a determinati parametri di costo (ad esempio, prezzi predatori), in quanto possono avere l'effetto di escludere i concorrenti;
- rifiutare di concludere accordi con un fornitore/cliente senza giustificazioni commerciali, soprattutto nel caso di un fornitore/cliente esistente;
- stipulare accordi di esclusiva senza consultare il Dipartimento Legal and Compliance;
- concedere qualsiasi tipo di sconto fedeltà o in ogni caso fidelizzante (compresi sconti/bonus condizionati, selettivi e legati a target). Al contrario, in linea di principio, gli sconti sul volume (lineari) non sollevano generalmente problemi antitrust;
- attuare condotte di "tying" o "bundling", ossia subordinare la vendita di un prodotto all'acquisto di prodotti separati e distinti, oppure offrire due o più prodotti a un prezzo inferiore a quello che sarebbe stato pagato se tali prodotti fossero stati acquistati separatamente;
- applicare un trattamento discriminatorio (trattando in modo diverso transazioni simili, ad esempio facendo pagare a un cliente un prezzo sensibilmente superiore a quello di un cliente di pari livello per la stessa quantità di prodotto), senza consultare il Dipartimento Legal and Compliance in merito alle giustificazioni oggettive e/o legali di tale trattamento differenziato.

Intro

A. Accordi

**B. Condotte
unilaterali e/o
Abuso di Posizione
Dominante**

C. Applicazione della
presente Policy

2. Documenti interni

I documenti interni (sia cartacei sia elettronici) sono spesso prove molto importanti in un'indagine volta ad accertare un illecito antitrust. Le autorità garanti della concorrenza hanno ampi poteri e possono accedere a tutti i documenti cartacei ed elettronici e alle conversazioni (anche tramite sistemi di messaggistica, interni o esterni). Pertanto, è estremamente importante che tutti i Camparisti prestino la dovuta attenzione nella redazione dei documenti e della corrispondenza in generale.

Principali avvertenze

Ogni Camparista deve sempre utilizzare termini precisi e ben scelti, evitando espressioni fuorvianti.

DOs - *nello svolgimento delle proprie mansioni è sempre opportuno:*

- documentare accuratamente qualsiasi fonte da cui siano state ottenute informazioni sui concorrenti, ad esempio, se durante una presentazione mostrate i dati dei concorrenti, citare sempre la fonte pubblica/il rapporto annuale da cui sono stati estratti tali dati;
- scrivere tutti i documenti in modo chiaro e corretto ed evitare speculazioni su questioni antitrust, comprese le dichiarazioni che potrebbero suggerire l'esistenza di una condotta illecita;
- trattare ogni documento come se dovesse essere letto da un funzionario di un'autorità a tutela della concorrenza e partire dal presupposto che le versioni elettroniche dei documenti (comprese le e-mail) rimarranno nel sistema a tempo indeterminato e saranno disponibili per indagini future (poiché possono essere recuperate tramite un software specifico);
- chiedere al Dipartimento Legal and Compliance di esaminare i documenti che potrebbero avere rilevanza antitrust e inviare al Dipartimento Legal and Compliance tutta la corrispondenza ricevuta direttamente da un concorrente che dovesse contenere informazioni sensibili dal punto di vista della concorrenza.

DON'Ts - *è sempre vietato:*

- scrivere qualsiasi cosa che possa essere fraintesa e dare l'impressione di una condotta impropria nei confronti di concorrenti, partner commerciali e clienti, o utilizzare "parole red flags", quali ad esempio "potere di mercato", "posizione dominante" o "abbiamo consultato il mercato";
- esagerare la posizione o il potere di mercato di Campari, ad esempio "siamo dominanti in questo settore" o "i concorrenti hanno paura e seguiranno i nostri prezzi";
- utilizzare espressioni aggressive, come "cacciare i concorrenti dal mercato", "dare una lezione a [un concorrente]";
- utilizzare un linguaggio che possa far pensare a un coordinamento con i concorrenti, ad esempio "discusso con i concorrenti", "perso clienti", o qualificare i prezzi più bassi di un concorrente come "non efici", o riferirsi a un'associazione di categoria come a un "club";

Intro

A. Accordi

**B. Condotte
unilaterali e/o
Abuso di Posizione
Dominante**

C. Applicazione della
presente Policy

- utilizzare espressioni che suggeriscono colpevolezza, come “distruggere dopo aver letto” o “top secret”; tali termini sono generalmente inutili e attirano l'attenzione;
- distruggere qualsiasi documento o altra prova, poiché le sanzioni previste per tali comportamenti sono spesso maggiori della sanzione prevista per ciò che è contenuto in quel documento.

Intro

A. Accordi

**B. Condotte
unilaterali e/o
Abuso di Posizione
Dominante**

C. Applicazione della
presente Policy

C. APPLICAZIONE DELLA PRESENTE POLICY

1. Destinatari, disponibilità, formazione

La presente Policy si applica agli amministratori, ai revisori dei conti, ai dipendenti, ai fornitori, ai consulenti, ai collaboratori esterni e ai partner commerciali di Campari Group.

La Policy è disponibile sulla Intranet di Campari Group e sul sito web ufficiale di Campari Group.

Tutti i Camparisti e i nuovi assunti devono seguire la formazione generale in e-learning sulla presente Policy. Ad alcune funzioni o gruppi sarà richiesto di partecipare a corsi di formazione specifici.

2. Come ottenere pareri ed altre informazioni

Il Dipartimento Legal and Compliance è il primo punto di contatto in caso di domande o dubbi relativi al contenuto, all'interpretazione o all'applicazione della presente Policy.

3. Il nostro sistema di gestione della compliance

Il Dipartimento Legal and Compliance è il primo punto di contatto in caso di domande o dubbi relativi al contenuto, all'interpretazione o all'applicazione della presente Policy.

Organizzazione: il Dipartimento Legal and Compliance supervisiona la gestione, la consulenza e il supporto della compliance in Campari Group a livello global, regional e di singola Country. Tuttavia, la gestione della compliance è una responsabilità condivisa da tutti i Camparisti, per cui ogni singolo Camparista svolge un ruolo fondamentale per garantire l'efficacia di questa Policy.

Policy e procedure: Campari Group adotta politiche e processi globali, regionali e locali per fornire una guida sulle questioni di compliance. Le policy hanno lo scopo di fornire principi generali o regole di condotta, mentre le procedure descrivono come deve essere condotta una specifica attività. Questi documenti saranno disponibili sulla Intranet di Campari Group, in parte anche sui siti web camparigroup.com.

Ogni Camparista deve conoscere tutte le politiche e i processi applicabili al proprio ruolo.

Formazione e comunicazione: il Dipartimento Legal and Compliance, in collaborazione con le Risorse Umane e di Comunicazione, è responsabile di garantire la corretta integrazione delle politiche e dei principi di compliance nell'attività aziendale e nelle operazioni quotidiane in generale, attraverso adeguate iniziative di formazione e comunicazione. Ogni Camparista deve partecipare attivamente alle sessioni di formazione pertinenti (di persona o in modalità e-learning), nonché prestare attenzione alla comunicazione in questo ambito.

Intro

A. Accordi

B. Condotte
unilaterali e/o
Abuso di Posizione
DominanteC. Applicazione della
presente Policy

Monitoraggio e reporting: Campari Group istituirà sistemi di monitoraggio e reporting per supportare l'integrazione nel business e l'implementazione quotidiana delle policy e dei principi di compliance. Ogni Camparista è tenuto a sostenere attivamente le attività di monitoraggio.

Audit: le policy di compliance e l'applicazione dei principi saranno oggetto di audit dedicati e faranno parte del processo integrato di gestione della compliance di Campari Group.

4. **Violazione della presente Policy**

Le violazioni della presente Policy possono comportare l'applicazione di misure disciplinari, tra cui la potenziale cessazione del rapporto di lavoro, a seconda della natura della violazione. Qualsiasi Camparista che non sia un dipendente e che violi la presente Policy può vedersi risolto il proprio contratto con effetto immediato. La presente Policy non fa parte del contratto di lavoro dei dipendenti e può essere modificata di volta in volta.

5. **Whistleblowing**

Se vedete qualcosa che è o potrebbe essere in conflitto con una qualsiasi disposizione della presente Policy, per favore parlatene!

Potete rivolgervi al vostro manager di riferimento, a un altro manager di cui vi fidate, al Dipartimento HR, al Dipartimento Legal and Compliance, oppure utilizzare la Campari Group Safe Line ai sensi della Whistleblowing Policy. La Safe Line di Campari Group è il vostro "porto sicuro", che garantisce che la vostra segnalazione sia trattata con riservatezza in conformità con la Whistleblowing Policy e, se richiesto, potete rimanere anonimi. Potete sempre scegliere di rivolgervi direttamente alla Safe Line di Campari Group senza segnalare alcuna questione internamente. Per ulteriori informazioni, consultare la sezione Legal & Compliance della nostra Intranet.

Intro

A. Accordi

B. Condotte
unilaterali e/o
Abuso di Posizione
Dominante

C. Applicazione della
presente Policy

CAMPARI GROUP

Ultimo aggiornamento Dicembre 2024