

MANUALE DI ANTITRUST COMPLIANCE

CARONTE & TOURIST S.P.A.



GRUPPO CARONTE & TOURIST





LETTERA DEGLI AMMINISTRATORI

MESSAGGIO DEGLI AMMINISTRATORI DELEGATI DI CARONTE & TOURIST S.P.A.

Le norme sulla concorrenza hanno un ruolo centrale nella disciplina delle attività delle imprese operanti in tutti i settori della vita economica. Il rispetto di queste norme riveste fondamentale importanza per il Gruppo Caronte & Tourist e, in particolare, per Caronte & Tourist S.p.A. (“C&T”) che, in qualità di società capogruppo, intraprende tutte le iniziative più appropriate per scongiurare il rischio di infrazioni e adotta un atteggiamento generale e programmatico di massima attenzione al rispetto della normativa a tutela della libera concorrenza.

Questo manuale (“Manuale”), che si inserisce nel più ampio programma di antitrust *compliance* volto alla diffusione della conoscenza della normativa a tutela della libera concorrenza (ossia, la normativa antitrust) all’interno del Gruppo Caronte & Tourist, contiene una serie di regole di condotta che devono essere scrupolosamente osservate da tutti i membri degli organi direttivi, i dirigenti, i dipendenti ed i collaboratori del Gruppo Caronte & Tourist.

La prima parte del Manuale è dedicata ad una esposizione delle regole che compongono la normativa antitrust e delle sanzioni applicabili in caso di violazione. L’opportunità di leggere attentamente questa parte deriva dalla natura stessa dei divieti antitrust che, basandosi su pochi principi generali, impedisce di fornire una serie di regole esaustive che possano analiticamente guidare i comportamenti di ciascuno in qualsiasi situazione. È però importante comprendere quali situazioni presentano aspetti potenzialmente rilevanti per la normativa antitrust. È ben possibile che le specificità delle singole situazioni facciano sorgere dubbi circa il comportamento che di volta in volta deve essere adottato. In questi casi, non esitate a contattare il Responsabile Compliance Antitrust del Gruppo Caronte & Tourist.

La seconda parte del Manuale analizza alcune situazioni di rischio tipiche della attività e del mercato in cui opera il Gruppo Caronte & Tourist. Analizza inoltre il rischio derivante dalla possibilità che, nell’ambito dell’attività del Gruppo Caronte & Tourist, si realizzino scambi di informazione impropri con i concorrenti, anche indirettamente, indicando i principi di comportamento necessari ad evitarli. Questa parte del Manuale comprende infine indicazioni sulle modalità con cui effettuare le c.d. “registrazioni” nell’attività quotidiana (*i.e.*, redazione di documenti, e-mail, appunti ecc.).

La terza parte del Manuale descrive le regole di condotta da adottare in caso di ispezione a sorpresa dei funzionari dell’Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato (“AGCM” o “Autorità”) finalizzata alla verifica dell’esistenza di elementi probatori relativi ad eventuali infrazioni della normativa antitrust.

La quarta parte del Manuale descrive l’attività del Responsabile Compliance Antitrust, mentre la quinta parte è dedicata alla descrizione delle sanzioni applicabili, nonché delle procedure a disposizione dei dirigenti e dipendenti per segnalare l’esistenza di illeciti antitrust e delle procedure di investigazione a disposizione del Gruppo Caronte & Tourist. Infine, come precisato in questa sezione, saranno previsti dei corsi di aggiornamento periodici per garantire a tutti la conoscenza del diritto della concorrenza e delle sue novità.

È importante anche ricordare che la violazione delle regole contenute in questo Manuale rappresenta un inadempimento degli obblighi derivanti dal contratto di lavoro e pertanto potrà comportare l’applicazione delle sanzioni disciplinari previste dalle norme di legge e di contratto applicabili.

03.07.2024

Gli Amministratori Delegati di Caronte & Tourist S.p.A.



INDICE

PREMESSA	5
1. QUADRO NORMATIVO DI RIFERIMENTO	5
2. PRINCIPI E REGOLE DEL GRUPPO	6
2.1. Policy Antitrust	6
2.2. Attuazione della Policy e suo Monitoraggio.....	7
PARTE PRIMA – LA NORMATIVA ANTITRUST: UN APPROFONDIMENTO SULLE INTESI E SULL’ABUSO DI POSIZIONE DOMINANTE	7
1. LE INTESI E L’ABUSO DI POSIZIONE DOMINANTE: NOZIONI DI BASE	7
1.1. Le intese restrittive della concorrenza	7
1.2. L’abuso di posizione dominante	8
2. LE INTESI	8
2.1. Le intese orizzontali	8
2.1.1. La nozione di “intesa”	9
2.1.2. I cartelli	9
2.1.3. Gli accordi di collaborazione tra concorrenti	10
2.2. Le intese verticali	10
3. L’ABUSO DI POSIZIONE DOMINANTE	11
3.1. La definizione di mercato rilevante	11
3.1.2. Mercato rilevante del prodotto	11
3.1.3. Mercato rilevante geografico	11
3.2. La posizione dominante	12
3.3. L’abuso di posizione dominante	12
3.3.1. Gli abusi escludenti	12
3.3.2. Gli abusi da sfruttamento	13
4. LE CONCENTRAZIONI	13
4.1. Definizione di concentrazione	14
4.2. Obblighi di notifica	15
4.3. Concentrazioni “sotto soglia”	15
5. LE SANZIONI APPLICABILI ED ALTRE CONSEGUENZE DELLE VIOLAZIONI DELLA NORMATIVA ANTITRUST	16
5.1. Sanzioni amministrative	16
5.2. Azioni di risarcimento danni	17
5.3. Sanzioni in materia di gare d’appalto	17
PARTE SECONDA	18
1. IL GRUPPO CARONTE & TOURIST E IL MERCATO IN CUI OPERA	18
2. PARTECIPAZIONE AD ASSOCIAZIONI DI CATEGORIA E CONSORZI	19
3. RAPPORTI CON IMPRESE CONCORRENTI	20
4. RAPPORTI CON IMPRESE NELL’AMBITO DI PARTECIPAZIONI DI CONTROLLO CONGIUNTO	20



INDICE

5. ATTIVITÀ DI INTELLIGENCE E SCAMBIO DI INFORMAZIONI	21
6. LA PARTECIPAZIONE A GARE D'APPALTO PUBBLICHE	21
7. POLITICA COMMERCIALI PER IL SERVIZIO DI COLLEGAMENTO MARITTIMO SULLA LINEA DELLO STRETTO DI MESSINA	22
8. GLI OBBLIGHI IN MATERIA DI CONCENTRAZIONI	23
9. LE REGISTRAZIONI	23
PARTE TERZA – ISPEZIONI PRESSO LE SEDI DEL GRUPPO CARONTE & TOURIST	23
1. ISPEZIONI PRESSO LE SEDI DEL GRUPPO CARONTE & TOURIST	23
1.1. Istruzioni in caso di ispezioni	24
1.1.1. Arrivo dei funzionari	24
1.1.2. Comportamento da tenere nel corso dell'ispezione	24
PARTE QUARTA – RESPONSABILITÀ IN AMBITO ANTITRUST	25
1. IL RESPONSABILE COMPLIANCE ANTITRUST	25
PARTE QUINTA – LE SANZIONI DISCIPLINARI INTERNE, LE PROCEDURE DI SEGNALAZIONE, LE PROCEDURE DI INDAGINE, LA FORMAZIONE E L'AGGIORNAMENTO	27
1. LE SANZIONI DISCIPLINARI	27
1.1. La tipologia di sanzioni	27
1.2. Fattori attenuanti	28
1.3. Fattori aggravanti	28
2. LE PROCEDURE DI SEGNALAZIONE	28
3. LE PROCEDURE DI INDAGINE	29
3.1. Imparzialità e obiettività	29
3.2. Integrità del personale e dell'attività	29
3.3. Competenza	29
3.4. Puntualità	29
4. LA FORMAZIONE E L'AGGIORNAMENTO	30
5. CONSERVAZIONE DELLA DOCUMENTAZIONE E TUTELA DELLA PRIVACY	30
ALLEGATO A – LINEE GUIDA – DOS AND DON'TS – PARTECIPAZIONE AD ASSOCIAZIONI DI CATEGORIA E CONSORZI	31
ALLEGATO B – LINEE GUIDA – DOS AND DON'TS NEL RAPPORTO CON I CONCORRENTI	33
ALLEGATO C – LINEE GUIDA – DOS AND DON'TS – PARTECIPAZIONE A GARE D'APPALTO PUBBLICHE	35
ALLEGATO D – LINEE GUIDA – DOS AND DON'TS – REGISTRAZIONI	36
ALLEGATO E – LINEE GUIDA – DOS AND DON'TS – CONCENTRAZIONI	37
ALLEGATO F – SCHEDA PROCESSI-FLUSSI	38



PREMESSA

1. QUADRO NORMATIVO DI RIFERIMENTO

Principale normativa esterna di riferimento:

- ◆ la Costituzione della Repubblica Italiana;
- ◆ il Codice Civile;
- ◆ il Trattato sul Funzionamento dell'Unione Europea ("TFUE") (Titolo VII, Capo I) e la correlata normativa comunitaria di applicazione;
- ◆ la Legge n. 287/1990 ("Norme per la tutela della concorrenza e del mercato");
- ◆ la Delibera AGCM n. 25152 del 22/10/2014 che ha approvato le "Linee Guida sulla modalità di applicazione dei criteri di quantificazione delle sanzioni amministrative pecuniarie irrogate dall'Autorità in applicazione dell'art. 15, comma 1, Legge n. 287/1990";
- ◆ la Delibera AGCM n. 27356 del 04/10/2018 che ha approvato le "Linee Guida sulla Compliance Antitrust".

Principale normativa interna di riferimento:

- ◆ Codice Etico e Patto Etico;
- ◆ Regolamento Compliance e relativo mandato;
- ◆ Policy di gestione delle segnalazioni e tutela del whistleblower;
- ◆ Procedura Scambio di informazioni e gestione degli incontri;
- ◆ Procedura Gestione commerciale linee di trasporto;
- ◆ Modello di Organizzazione, Gestione e Controllo ex D.Lgs. 231/2001;
- ◆ Sistema sanzionatorio per inosservanza del Modello 231.

I principi riguardanti la normativa Antitrust

Tutte le imprese hanno l'obbligo di agire in conformità alle regole a tutela della concorrenza in vigore nel territorio in cui operano.

La tutela e la garanzia del diritto di iniziativa economica in Italia è disciplinata dalla Legge 10 ottobre 1990, n. 287, rubricata "Norme per la tutela della concorrenza e del mercato", avente la finalità di legiferare in materia di intese, abusi di posizione dominante e concentrazioni di imprese. L'Autorità applica, parallelamente alla disciplina di cui alla citata Legge, anche la normativa comunitaria di cui agli artt. 101 e 102 del TFUE), nonché le direttive, le decisioni, le raccomandazioni e i pareri ad essa collegati.

Insieme all'AGCM, anche la Commissione europea, per il tramite della Direzione Generale della Concorrenza, applica direttamente le regole di concorrenza dell'UE (artt. 101-102 del TFUE), assicurando una



Manuale di Antitrust Compliance

concorrenza leale e in condizioni di parità tra tutte le imprese e contribuendo così ad un miglior funzionamento dei mercati dell'UE.

La violazione delle regole di concorrenza può determinare:

- ◆ l'apertura di un procedimento istruttorio da parte della Commissione europea o dell'AGCM, con impegno di risorse aziendali;
- ◆ l'applicazione di sanzioni pecuniarie, anche ingenti, a carico del Gruppo C&T;
- ◆ la nullità totale o parziale, dell'accordo oggetto del comportamento anticoncorrenziale;
- ◆ il rischio di richieste di risarcimento dei danni da parte dei soggetti danneggiati dalle condotte anticoncorrenziali;
- ◆ il rischio di esclusione da procedure ad evidenza pubblica;
- ◆ un danno all'immagine aziendale.

2. PRINCIPI E REGOLE DEL GRUPPO

2.1. POLICY ANTITRUST

La normativa Antitrust è costituita da un complesso di norme europee e nazionali volte a garantire la tutela della concorrenza tra le imprese al fine di impedire che le imprese già presenti stabilmente in un determinato segmento economico si accordino tra di loro o abusino individualmente della posizione di potere in termini commerciali e/o produttivi, con l'effetto di falsare la concorrenza a svantaggio dei *competitor* e/o dei consumatori.

Ai sensi di tale normativa, costituisce un'impresa qualsiasi soggetto che esercita un'attività economica, a prescindere dalla forma giuridica (privata/pubblica), dal modo in cui tale soggetto sia finanziato e dallo scopo di lucro perseguito dal medesimo.

Per attività economica si intende la produzione e la commercializzazione di beni e servizi.

Le condotte poste in essere dalle imprese assumono rilevanza nella misura in cui hanno incidenza, attuale o potenziale, restrittiva della concorrenza in un mercato di riferimento. Le singole condotte vengono valutate con riguardo a circostanze concrete (economiche, fattuali, ecc.) del mercato rilevante. Solo avendo riguardo al mercato di riferimento è possibile valutare se un comportamento abbia un impatto positivo o negativo sulla concorrenza.

Il mercato rilevante è individuato prendendo a riferimento uno specifico ambito merceologico e territoriale.

Lo scopo della Policy Antitrust è, quindi, quello di rafforzare la governance in materia di Antitrust e promuovere la cultura della concorrenza, al fine di rafforzare la reputazione del Gruppo C&T, gestire con maggiore efficienza e mitigare i rischi Antitrust.

Obiettivo del presente Manuale è quello di fornire uno strumento di facile utilizzo che deve essere osservato da tutti i dipendenti. Pertanto, la violazione delle regole presenti può comportare l'applicazione di misure disciplinari.



2.2. ATTUAZIONE DELLA POLICY E SUO MONITORAGGIO

Il Responsabile Compliance Antitrust assicura l'attuazione e l'implementazione della Policy e ne monitora periodicamente il recepimento.

L'efficacia della Policy viene garantita nel continuo attraverso:

- ◆ la periodica revisione della mappatura delle strutture, al fine di individuare nuove funzioni aziendali potenzialmente esposte ai rischi antitrust (ad esempio a seguito di modifiche organizzative);
- ◆ lo svolgimento di sessioni di formazione dedicate alle strutture impattate dalla normativa antitrust;
- ◆ la revisione, ove necessario, delle procedure e/o dei controlli interni.

Le sopra indicate attività sono necessarie per valutare le opportune misure di miglioramento. Con cadenza periodica, il Responsabile Compliance Antitrust verifica l'evoluzione ed i cambiamenti eventualmente intervenuti, anche in relazione all'evoluzione del quadro normativo, e valuta la necessità di un aggiornamento della Policy.

Nell'ambito delle proprie attività di monitoraggio e controllo periodico, il Responsabile Compliance Antitrust potrà richiedere ai responsabili delle Direzioni che svolgono attività sensibili ai fini dell'applicazione della normativa antitrust informazioni periodiche che consentano un'efficace implementazione del Programma di Compliance Antitrust. La tipologia delle informazioni da fornire al Responsabile Compliance Antitrust è sintetizzata nella tabella "flussi informativi" allegata al presente Manuale, ferma restando la facoltà del Responsabile Compliance Antitrust di apportarvi le opportune modifiche ed integrazioni per assicurare l'efficacia dei controlli (**Allegato F_Scheda processi_Flussi**).

PARTE PRIMA – LA NORMATIVA ANTITRUST: UN APPROFONDIMENTO SULLE INTESE E SULL'ABUSO DI POSIZIONE DOMINANTE

1. LE INTESE E L'ABUSO DI POSIZIONE DOMINANTE: NOZIONI DI BASE

1.1. LE INTESE RESTRITTIVE DELLA CONCORRENZA

La normativa antitrust vieta le intese che per il loro oggetto o per il loro effetto possano determinare una restrizione della concorrenza.

Si distinguono due categorie generali di intese restrittive della concorrenza: (i) le intese c.d. "orizzontali" e (ii) le intese c.d. "verticali".

a) Le intese orizzontali: i cartelli e gli accordi di cooperazione tra concorrenti

La prima categoria è costituita dalle intese tra imprese concorrenti. L'esempio più classico è il c.d. "cartello di prezzo", con il quale i partecipanti si accordano per alzare il prezzo di vendita dei propri prodotti o servizi. Queste forme di intesa sono considerate le più nocive e per questo motivo sanzionate dalle autorità antitrust con particolare severità.



Manuale di Antitrust Compliance

Vi sono poi accordi di cooperazione tra concorrenti che sono consentiti dalla normativa antitrust solo e in quanto non abbiano un oggetto anticoncorrenziale ovvero non generino effetti negativi sul mercato in termini di allineamento dei prezzi, contingentamento della produzione, o altre restrizioni riguardanti, ad esempio, la innovazione o la varietà e qualità dei servizi offerti. Nell'Unione Europea i tipi più comuni di accordi di cooperazione orizzontale sono individuati e possono così essere esenti dal divieto di accordi anticoncorrenziali sulla base di un insieme di principi e di criteri elaborati dalle Autorità antitrust e dai giudici. Tra questi, rilevano gli accordi di commercializzazione, di ricerca e sviluppo e di standardizzazione.

Ulteriori informazioni sulla normativa antitrust relativa al divieto delle intese orizzontali sono contenute nella parte terza di questo Manuale. Per qualsiasi dubbio, non esitate a contattare il Responsabile Compliance Antitrust.

b) Le intese verticali

La seconda categoria è rappresentata dalle intese verticali, cioè quegli accordi intercorrenti tra imprese che operano a livelli diversi della catena produttiva o distributiva e che disciplinano le condizioni in base alle quali le parti possono acquistare, vendere o rivendere determinati beni o servizi.

I rapporti tra fornitore e distributore sono inquadrati come accordi verticali che possono prevedere restrizioni lesive della concorrenza vietate ai sensi della normativa antitrust.

1.2. L'ABUSO DI POSIZIONE DOMINANTE

Il divieto dell'abuso di posizione dominante si applica esclusivamente alle imprese che detengono un rilevante potere in un determinato mercato.

In linea generale, un'impresa in posizione dominante non può abusare del proprio potere di mercato e, dunque, (i) escludere e/o ostacolare i concorrenti riducendone la capacità competitiva, oppure (ii) imporre prezzi o altre condizioni contrattuali ingiustificatamente gravose e/o discriminatorie con effetti pregiudizievoli per i fornitori, gli acquirenti e i clienti finali.

Il divieto di abusare della posizione dominante si può tradurre in concreto nel divieto di adottare condotte commerciali che sono invece consentite (e comunemente adottate) da imprese non dominanti. Tipico, ad esempio, è il divieto per l'impresa dominante di praticare sconti fedeltà (cioè sconti subordinati all'impegno da parte dell'acquirente a non approvvigionarsi da imprese concorrenti) o di applicare prezzi d'acquisto o altre condizioni di vendita inique (ossia condizioni commerciali prive di ogni ragionevole rapporto con il valore economico della prestazione fornita).

La normativa antitrust contiene altresì una specifica disciplina che regola le concentrazioni tra imprese, e quindi fattispecie quali, ad esempio, acquisizioni di partecipazioni societarie di controllo, acquisizioni di rami d'azienda. Questa parte della normativa antitrust non costituisce oggetto di trattazione del presente Manuale, dal momento che le operazioni di concentrazione vengono gestite direttamente con il supporto del Responsabile Compliance Antitrust.

2. LE INTESE

2.1. LE INTESE ORIZZONTALI

L'intesa restrittiva della concorrenza presuppone un'attività collusiva tra due o più imprese diretta a coordinare i loro comportamenti sul mercato.



Manuale di Antitrust Compliance

2.1.1. LA NOZIONE DI “INTESA”

Nel campo di applicazione del divieto rientra qualsiasi forma di accordo, quali ad esempio:

- ◆ gli accordi conclusi in modo informale (ad esempio, verbalmente oppure attraverso uno scambio di e-mail), anche dai dipendenti/dirigenti che non hanno i necessari poteri per impegnare l'impresa verso terzi soggetti;
- ◆ i c.d. “*gentlemen's agreements*”, o in ogni caso anche gli accordi giuridicamente non vincolanti;
- ◆ gli accordi che non prevedono sanzioni in caso di inadempimento.

Nella nozione di “intesa” rientrano anche le pratiche concordate. Si tratta di forme di coordinamento, che pur senza concretizzarsi in un vero e proprio accordo, costituiscono una consapevole collaborazione tra imprese a danno della concorrenza. I due elementi costitutivi essenziali della pratica concordata sono: (i) l'esistenza di qualche forma di contatto tra le imprese (ad esempio, conversazioni informali, scambi di informazioni, ecc.), e (ii) un qualche riscontro concreto della collaborazione sulle pratiche commerciali in concreto adottate (ad esempio, sincronia nel rialzo dei prezzi, uniformazione delle condizioni commerciali, ecc.).

2.1.2. I CARTELLI

Le forme più ricorrenti di collusione, i c.d. “cartelli”, rappresentano le violazioni più gravi delle norme antitrust.

Vi sono diversi tipi di cartelli tutti severamente vietati e sanzionati. Le più comuni forme di cartello sono rappresentate da intese tra imprese concorrenti aventi per oggetto:

- ◆ la fissazione in comune dei prezzi e/o delle altre condizioni commerciali – Ad esempio: prezzi attuali o futuri, tempistica dell'aumento dei prezzi, livelli di sconto, criteri per l'ottenimento di sconti, margini di profitto, termini di pagamento; inserimento o non inserimento di clausole penali;
- ◆ l'adozione in comune di decisioni strategiche – Ad esempio, accordi aventi ad oggetto la fissazione dell'ammontare degli investimenti (in attività promozionali, di ricerca, ecc.), la tempistica/il lancio di nuovi servizi, la decisione di rifiutare il servizio a determinati tipi di clienti;
- ◆ l'allocazione/spartizione di clienti – Ad esempio, accordi aventi per oggetto la formulazione di proposte commerciali soltanto a clienti aventi determinate caratteristiche; la rinuncia alla formulazione di proposte commerciali a determinati clienti; la differenziazione della produzione diretta a far sì che ciascun concorrente è l'unico in grado di soddisfare gli ordini di determinati clienti;
- ◆ l'allocazione/spartizione di zone geografiche – Ad esempio, accordi aventi per oggetto: la rinuncia alla nomina di agenti commerciali/all'effettuazione di azioni pubblicitarie o promozioni in una determinata zona geografica; il rifiuto di ordini provenienti da clienti ubicati in una determinata area geografica; il trattamento differenziato di clienti a seconda della loro ubicazione.
- ◆ il c.d. *bid rigging*, ovvero sia quando le imprese concorrenti in una gara pubblica o privata si accordano per determinarne in anticipo l'esito finale – Ad esempio, accordi aventi ad oggetto: offerte “di comodo” o “in appoggio” (quali offerte eccessivamente elevate rispetto sia all'offerta del vincitore designato sia rispetto agli importi notoriamente inaccettabili per il committente); la mancata presentazione di un'offerta per favorire il vincitore designato; la rotazione delle offerte; l'assegnazione in subappalto di parte dei servizi all'impresa che ha rinunciato a partecipare alla gara.



Manuale di Antitrust Compliance

Lo scambio, in qualsiasi forma, di informazioni commerciali confidenziali tra concorrenti (ad esempio, prezzi, dati relativi a produzione o vendite riferiti al recente passato oppure al futuro) costituisce una pratica che facilita e favorisce il coordinamento tra imprese venendo spesso ad inserirsi nelle diverse forme di cartello sopra elencate. In alcuni casi le autorità antitrust hanno ritenuto che lo scambio di informazioni commerciali confidenziali costituisca di per sé una violazione della normativa antitrust.

2.1.3. GLI ACCORDI DI COLLABORAZIONE TRA CONCORRENTI

Non tutti gli accordi tra concorrenti sono vietati. Vi sono infatti diverse forme di collaborazione tra concorrenti che possono generare effetti positivi sul mercato in termini di riduzione dei prezzi, aumento del livello di produzione, di innovazione, di varietà e qualità dei prodotti offerti, ecc.

I più frequenti accordi di cooperazione orizzontale che il diritto antitrust può considerare leciti sono i seguenti: (i) accordi di specializzazione/produzione; (ii) accordi in materia di ricerca e sviluppo; (iii) accordi di acquisto in comune; (iv) accordi di normazione tecnica.

La varietà e diversità degli accordi di cooperazione orizzontale, ed il fatto che si basano su rapporti diretti tra concorrenti (con il rischio quindi di dare vita, anche inavvertitamente, a forme di cartello) richiede di effettuare una valutazione caso per caso sulla base in particolare dei seguenti parametri: (i) oggetto dell'accordo; (ii) potere di mercato delle parti; (iii) struttura del mercato; (iv) benefici economici; (v) indispensabilità delle restrizioni; (vi) impatto sulla concorrenza¹.

Gli accordi di cooperazione orizzontale dovranno normalmente essere gestiti sin dall'inizio con il coinvolgimento del Responsabile Compliance Antitrust.

2.2. LE INTESE VERTICALI

Le intese verticali sono accordi che intervengono tra operatori appartenenti a livelli diversi della catena produttiva/distributiva. Le intese verticali possono essere costituite, ad esempio, da contratti di distribuzione commerciale, contratti di *franchising*, contratti di licenza, ecc.

In tale contesto, la normativa antitrust prevede alcune restrizioni fondamentali (cc.dd. "*hard-core*") che fanno presumere, in ogni caso, la violazione delle norme sulla concorrenza. In particolare, si tratta di²:

- ◆ fissazione dei prezzi o *retail price maintenance* ("RPM"). Si tratta dell'attività volta a restringere, direttamente o indirettamente, la facoltà del distributore di determinare il proprio prezzo di rivendita o l'imposizione di un livello di prezzo fisso o minimo da rispettare. Le uniche condotte ritenute lecite nell'ambito della fissazione dei prezzi sono l'imposizione di un prezzo massimo e la raccomandazione di un prezzo di vendita da parte del fornitore.

Tale pratica può essere attuata anche in modo indiretto, ad esempio fissando il margine del distributore o il livello massimo di sconti che il distributore può praticare dato un livello di prezzo, oppure subordinando il rimborso dei costi promozionali al rispetto di un dato livello di prezzo. A queste condotte solitamente sono abbinati sistemi di monitoraggio o obblighi di segnalare i soggetti che si discostano dal livello di prezzo *standard*.

¹ Cfr. Commissione europea, "*Linee direttrici sull'applicabilità dell'articolo 101 TFUE agli accordi di cooperazione orizzontale*" (Comunicazione 2023/C 259/01).

² Art. 4 del Reg. UE/2022/720.



- ◆ Restrizioni relative al territorio in cui ed alla clientela alla quale vendere. Queste condotte comportano la ripartizione del mercato per territorio o per gruppi di clienti. Esempi di tali condotte sono l'obbligo di non vendere a determinati clienti o l'obbligo di passare l'ordine ricevuto ad altri distributori. Simili condotte possono essere praticate anche in modo indiretto al fine di indurre il distributore a non effettuare vendite a taluni clienti, ad esempio con dinieghi o diminuzione di premi e sconti o la cessazione/riduzione dei volumi delle forniture.

A queste restrizioni illecite sotto un profilo antitrust vi sono delle specifiche eccezioni (ossia, delle condotte ritenute conformi alle norme antitrust) come, ad esempio, la limitazione delle vendite al luogo di stabilimento del distributore o la limitazione della vendita da parte di membri di un sistema di distribuzione selettiva a distributori non autorizzati nel territorio riservato a tale sistema.

3. L'ABUSO DI POSIZIONE DOMINANTE

L'abuso di posizione dominante presuppone che un'impresa (i) detenga una posizione dominante in un determinato mercato e (ii) abbia posto in essere un abuso.

3.1. LA DEFINIZIONE DI MERCATO RILEVANTE

Al fine di valutare se un'impresa è in posizione dominante, occorre innanzitutto procedere alla definizione del mercato rilevante sia dal punto di vista merceologico, sia con riferimento alla sua dimensione geografica.

Si tratta di un'operazione complessa, che deve essere svolta utilizzando specifici criteri e che può portare a definizioni diverse da quelle utilizzate, ad esempio, dalle divisioni *marketing*. Di seguito si illustrano le nozioni fondamentali.

3.1.2. MERCATO RILEVANTE DEL PRODOTTO

Il mercato rilevante del prodotto comprende tutti i prodotti e/o servizi che sono sostituibili tra loro sotto il profilo della domanda e dell'offerta.

L'analisi della sostituibilità sul versante della domanda implica la determinazione della gamma di prodotti e/o servizi che vengono considerati come intercambiabili o sostituibili dall'acquirente in ragione delle loro caratteristiche, dei loro prezzi e dell'uso al quale sono destinati.

Con il secondo parametro si procede a verificare se, in risposta ad un piccolo e permanente incremento dei prezzi dei prodotti e/o servizi, vi siano imprese in grado di modificare i loro processi produttivi così da poter immettere sul mercato prodotti e/o servizi concorrenti in breve tempo e senza dover sostenere incrementi significativi di costi.

3.1.3. MERCATO RILEVANTE GEOGRAFICO

Il mercato rilevante geografico comprende l'area in cui le condizioni di concorrenza sono sufficientemente omogenee e che può essere tenuta distinta dalle zone geografiche contigue perché in queste ultime le condizioni di concorrenza sono sensibilmente diverse.

I principali elementi che vanno considerati per procedere alla definizione del mercato rilevante geografico sono: (i) i dati sulle variazioni dei prezzi da una zona all'altra e connesse reazioni dei clienti; (ii) caratteristiche fondamentali della domanda (ad esempio, la lingua, la cultura, gli stili di vita, la necessità di una presenza diretta su un mercato nazionale, ecc.); (iii) distribuzione geografica degli



Manuale di Antitrust Compliance

acquisti (se, ad esempio, i clienti acquistano i beni / servizi da imprese ubicate in qualsiasi parte dell'Unione Europea a condizioni simili, questo rappresenta un elemento per affermare che il mercato ha una dimensione geografica europea); (iv) flussi commerciali/spedizioni; (v) ostacoli e costi attinenti al passaggio a fornitori ubicati in un'altra zona geografica (ad esempio, incidenza delle spese di trasporto, eventuali difficoltà di trasporto derivanti da disposizioni normative, o dalla natura dei prodotti trasportati, ecc.).

3.2. LA POSIZIONE DOMINANTE

Un'impresa è ritenuta essere in "posizione dominante" quando è in grado di:

- ◆ comportarsi indipendentemente dai concorrenti, clienti e consumatori in forza del proprio potere di mercato;
- ◆ escludere i concorrenti dal mercato ed impedire l'entrata di nuove imprese.

È prudente considerare la possibilità di trovarsi in posizione dominante una volta superata una quota nel mercato rilevante del 30%.

La quota di mercato non è comunque il solo fattore da considerare per determinare se un'impresa sia in posizione dominante. Altri indizi devono essere presi in considerazione, quali, in particolare: il grado di concentrazione del mercato, l'esistenza di barriere tecniche o legali all'accesso al mercato; le dinamiche della domanda; la forza finanziaria e tecnica dei potenziali concorrenti; l'asimmetria dimensionale rispetto ai concorrenti; la mancanza o insufficienza di contropotere da parte degli acquirenti; l'integrazione verticale; le economie di scala; la presenza di una rete di distribuzione e di vendita sviluppata; la diversificazione dei prodotti / servizi e dunque la possibilità di formulare offerte combinate di prodotti / servizi; il controllo di infrastrutture non facilmente duplicabili.

3.3. L'ABUSO DI POSIZIONE DOMINANTE

L'impresa in posizione dominante è gravata di una "speciale responsabilità", che comporta il divieto di porre in essere qualsiasi comportamento atto a ridurre la concorrenza o ad ostacolarne lo sviluppo nei mercati in cui, proprio per il fatto che vi opera un'impresa dominante, il grado di concorrenza è già di per sé ridotto. Questa speciale responsabilità si traduce in un divieto di adottare condotte commerciali che sono invece consentite alle imprese non dominanti.

3.3.1. GLI ABUSI ESCLUDENTI

Sono innanzitutto vietati gli abusi da esclusione, cioè quelle condotte commerciali idonee a estromettere i concorrenti dal mercato o ad ostacolarne la possibilità di competere efficacemente.

Alcune delle più comuni ipotesi di questo tipo di abuso sono le seguenti:

- ◆ i c.d. "sconti fedeltà", cioè quegli sconti subordinati all'impegno da parte dell'acquirente a non approvvigionarsi da imprese concorrenti. Si tratta di quegli sconti volti a rendere più fedeli i clienti o i distributori in cambio della promessa di un vantaggio economico sotto forma di riduzione del prezzo d'acquisto;
- ◆ i c.d. "sconti *target*", cioè quegli sconti che sono subordinati al raggiungimento da parte dell'acquirente di un determinato obiettivo di acquisto nel corso del periodo di riferimento. Sono state censurate una serie di caratteristiche di questi sconti volte ad aumentare l'effetto fidelizzante del sistema scontistico. Tra queste rilevano: (i) la fissazione di aliquote di sconto diverse e perso-



Manuale di Antitrust Compliance

nalizzate; (ii) la retroattività degli sconti; (iii) la fissazione di aliquote espresse come percentuali di aumento degli acquisti nel precedente periodo di riferimento; (iv) la previsione di scaglioni di sconto con progressione sproporzionata nelle fasce più alte; (v) il ricorso a un periodo di riferimento particolarmente lungo per calcolare lo sconto retroattivo; (vi) la commisurazione degli sconti al fabbisogno dei clienti.

- ◆ salvo in presenza di circostanze eccezionali, l'uso di clausole di esclusiva che vincolano gli acquirenti ad acquistare gran parte o tutto il proprio fabbisogno dall'impresa in posizione dominante;
- ◆ le pratiche c.d. "leganti", consistenti nel subordinare la vendita di un bene (generalmente quello in cui l'impresa è in posizione dominante), alla condizione che l'acquirente acquisti un altro prodotto o servizio economicamente separabile dal primo, senza che sussista l'esigenza di effettuare la vendita congiunta in quanto il prodotto o il servizio è commercializzabile separatamente. Parimenti è vietato per l'impresa dominante subordinare la concessione di sconti, premi o benefici di altra natura all'acquisto congiunto di prodotti e/o servizi;
- ◆ il rifiuto di contrarre o l'interruzione ingiustificata di una fornitura, al fine di estendere il proprio potere di mercato in un mercato contiguo (si pensi al caso dall'impresa dominante sul mercato della produzione di un determinato bene, che vuole estendere il proprio potere nel mercato della distribuzione interrompendo le forniture ai clienti quando diventano anche suoi concorrenti nel mercato a valle).
- ◆ l'applicazione ad un prodotto, sul mercato a monte, di un prezzo che, rispetto a quello applicato sul mercato a valle, non consente neppure ad un concorrente altrettanto efficiente di operare in modo redditizio su base duratura sul mercato a valle ("*margin squeeze*"). Si pensi ad esempio al proprietario di una infrastruttura essenziale che offre i propri servizi a clienti finali a prezzi inferiori di quelli praticati dallo stesso all'ingrosso.

3.3.2. GLI ABUSI DA SFRUTTAMENTO

Sono altresì vietati gli abusi da sfruttamento, cioè quelle condotte commerciali finalizzate a sfruttare il potere di mercato nei confronti dei contraenti al fine di estrarre profitti sovracompetitivi.

Alcune delle più comuni ipotesi di abuso da sfruttamento sono le seguenti:

- ◆ discriminare gli acquirenti, applicando condizioni commerciali oggettivamente diverse per prestazioni equivalenti, sfruttando il diverso grado di preferenza/necessità degli acquirenti. La discriminazione può avere poi una finalità escludente (ma può essere vietata anche se non vi siano, in concreto, intenti o effetti escludenti), quando sia diretta a favorire determinati clienti (ad esempio i migliori, oppure i più contendibili) al fine di eliminare/ostacolare i concorrenti;
- ◆ imporre prezzi o condizioni contrattuali ingiustificatamente gravosi. Nel caso A541 che ha coinvolto C&T, i prezzi applicati ai consumatori sono stati ritenuti eccessivamente onerosi dall'AGCM in quanto le tariffe sarebbero risultate sproporzionate rispetto ai costi sostenuti e questa sproporzione sarebbe irragionevole rispetto al livello di servizio offerto.

4. LE CONCENTRAZIONI

Il Regolamento (CE) 139/2004 e, a livello nazionale, gli artt. 5 e 6 della legge n. 287/90, disciplinano le Concentrazioni, ossia le operazioni che determinano una modifica strutturale del mercato (si tratta ad



esempio dei casi di operazioni di fusione, acquisizione di imprese o rami di azienda, *joint-venture*, ecc.). Tali operazioni, al raggiungimento di determinati presupposti (cioè quando le imprese interessate raggiungono determinate soglie di fatturato, determinate ai sensi dell'art. 16 della legge n. 287/90), sono soggette ad un obbligo di preventiva notifica alla competente Autorità di concorrenza (i.e. Commissione Europea per le concentrazioni di "dimensione comunitaria"³ o Autorità nazionali⁴), le quali dovranno verificare che tali operazioni non costituiscano o rafforzino la posizione dominante di un'impresa o riducano in maniera consistente la concorrenza sul mercato. In caso affermativo, l'operazione può essere vietata o autorizzata con condizioni.

4.1. DEFINIZIONE DI CONCENTRAZIONE

Si realizza una Concentrazione quando si produce una modifica duratura del controllo di una società a seguito:

- ◆ della **fusione** di due o più imprese precedentemente indipendenti;
- ◆ **dell'acquisizione** – sia tramite acquisto di partecipazioni del capitale o di elementi del patrimonio, sia tramite contratto o qualsiasi altro mezzo – del **controllo**, diretto o indiretto, di un'altra impresa o di parti di essa (ad esempio, mediante acquisizione di azioni, quote, azienda o rami di azienda, beni o asset cui possa chiaramente essere attribuito un fatturato);
- ◆ della costituzione da parte di due o più imprese indipendenti di una **joint-venture**, controllata congiuntamente dalle società madri, la quale esercita in maniera permanente tutte le funzioni proprie di un ente economicamente autonomo e non costituisce un mero canale finalizzato a coordinare l'attività delle società madri.

Giova sottolineare che l'acquisizione del controllo può avvenire, tra l'altro, anche quando venga acquisita una partecipazione di minoranza, in particolare nell'ipotesi in cui questa partecipazione attribuisca diritto di veto sulle decisioni strategiche dell'impresa (intendendosi come tali le decisioni relative, ad esempio, all'approvazione del *business plan* e/o del bilancio annuale, alla nomina dei dirigenti di alto livello, agli investimenti, ecc.).

3 Ai sensi dell'art. 1 (2) del Regolamento (EC) n. 139/2004 del 20 gennaio 2004 sul controllo delle concentrazioni ("il Regolamento Concentrazioni"), una concentrazione è di "dimensione comunitaria quando:

- a) il fatturato totale realizzato a livello mondiale dall'insieme delle imprese interessate è superiore a 5 miliardi di EUR e
- b) il fatturato totale realizzato individualmente nella Comunità da almeno due delle imprese interessate è superiore a 250 milioni di EUR; salvo che ciascuna delle imprese interessate realizzi oltre i due terzi del suo fatturato totale nella Comunità all'interno di un solo e medesimo Stato membro.

... Una concentrazione che non supera le soglie stabilite al paragrafo 2 è tuttavia di dimensione comunitaria quando:

- a) il fatturato totale realizzato a livello mondiale dall'insieme delle imprese interessate è superiore a 2,5 miliardi di EUR;
- b) in ciascuno di almeno tre Stati membri, il fatturato totale realizzato dall'insieme delle imprese interessate è superiore a 100 milioni di EUR;
- c) in ciascuno di almeno tre degli Stati membri di cui alla lettera b), il fatturato totale realizzato individualmente da almeno due delle imprese interessate è superiore a 25 milioni di EUR e
- d) il fatturato totale realizzato individualmente nella Comunità da almeno due delle imprese interessate è superiore a 100 milioni di EUR; salvo che ciascuna delle imprese interessate realizzi oltre i due terzi del suo fatturato totale nella Comunità all'interno di un solo e medesimo Stato membro".

4 In caso l'operazione non abbia "dimensione comunitaria", essa potrebbe nondimeno essere soggetta ad obblighi di notifica in una o più giurisdizioni nazionali, a seconda della normativa vigente a livello locale.



4.2. OBBLIGHI DI NOTIFICA

Le Concentrazioni devono essere obbligatoriamente notificate alla Commissione o alle Autorità nazionali di concorrenza prima della loro realizzazione, se sono superate le soglie di fatturato prescritte.

La mancanza della notifica preventiva alla Commissione/Autorità nazionale comporta l'imposizione di sanzioni per omessa notifica, indipendentemente dalla valutazione degli effetti della Concentrazione, nonché il rischio di dover ripristinare la situazione precedente nel caso in cui l'operazione non sia autorizzata.

In pendenza dell'approvazione da parte della Commissione/Autorità nazionale, possono sorgere obblighi di *standstill*, in virtù dei quali la concentrazione non deve essere realizzata prima dell'approvazione da parte della Commissione e, in alcuni casi, delle Autorità locali. Secondo la normativa italiana, la concentrazione può essere realizzata anche prima dell'approvazione da parte dell'AGCM, benché in tal caso l'impresa notificante assuma su di sé il rischio derivante da un eventuale divieto dell'operazione (o dall'imposizione di condizioni all'operazione medesima).

4.3. CONCENTRAZIONI "SOTTO-SOGLIA"

L'art. 16, comma 1bis, della Legge n. 287/90, introdotto dalla l. 118/2022, prevede che l'AGCM «(...) può richiedere alle imprese interessate di notificare entro trenta giorni un'operazione di concentrazione anche nel caso in cui sia superata una sola delle due soglie di fatturato di cui al comma 1, ovvero nel caso in cui il fatturato totale realizzato a livello mondiale dall'insieme delle imprese interessate sia superiore a 5 miliardi di euro, qualora sussistano concreti rischi per la concorrenza nel mercato nazionale, o in una sua parte rilevante, tenuto anche conto degli effetti pregiudizievoli per lo sviluppo e la diffusione di imprese di piccole dimensioni caratterizzate da strategie innovative, e non siano trascorsi oltre sei mesi dal perfezionamento dell'operazione. L'Autorità definisce con proprio provvedimento generale, in conformità all'ordinamento dell'Unione europea, le regole procedurali per l'applicazione del presente comma. In caso di omessa notifica si applicano le sanzioni di cui all'articolo 19, comma 2 (...)».

La norma prevede che anche le operazioni che non raggiungono le soglie di fatturato rilevanti e non sono, quindi, soggette ad obbligo di notifica possono, nondimeno, essere oggetto di una richiesta di comunicazione da parte dell'Autorità. Questo potere di intervento è circoscritto alle operazioni per le quali ricorrano cumulativamente i seguenti presupposti: (a) non siano trascorsi oltre sei mesi dal loro perfezionamento; (b) sia superata una sola delle due soglie di fatturato di cui all'articolo 16, comma 1, della Legge ovvero il fatturato totale realizzato a livello mondiale dall'insieme delle imprese interessate sia superiore a 5 miliardi di euro; e (c) l'Autorità, sulla base degli elementi in suo possesso, ravvisi la sussistenza di concreti rischi concorrenziali nel mercato nazionale (o in una sua parte rilevante) tenuto anche conto degli effetti pregiudizievoli per lo sviluppo e la diffusione di imprese di piccole dimensioni caratterizzate da strategie innovative.

I presupposti e le modalità applicative della norma sono oggetto di una specifica Comunicazione dell'AGCM⁵.

⁵ "Comunicazione relativa all'applicazione dell'articolo 16, comma 1-bis, della legge 10 ottobre 1990, n. 287", adottata con Delibera AGCM 27 febbraio 2024, n. 31090.



5. LE SANZIONI APPLICABILI ED ALTRE CONSEGUENZE DELLE VIOLAZIONI DELLA NORMATIVA ANTITRUST

La violazione della normativa antitrust può comportare:

- ◆ l'emanazione di provvedimenti (sia da parte dell'autorità antitrust, sia da parte del giudice ordinario, entrambi anche in via cautelare ed urgente) che inibiscono la prosecuzione dei comportamenti illeciti;
- ◆ l'irrogazione di sanzioni amministrative pecuniarie fino al 10% del fatturato totale annuo di gruppo;
- ◆ azioni di risarcimento del danno promosse dai soggetti danneggiati davanti al giudice ordinario;
- ◆ l'esclusione dalla partecipazione a gare d'appalto pubbliche;
- ◆ in generale, ai provvedimenti che accertano violazioni delle norme antitrust viene frequentemente dato particolare risalto sui mezzi di comunicazione, con conseguente effetto negativo sulla reputazione dell'impresa.

5.1. SANZIONI AMMINISTRATIVE

In merito alle sanzioni amministrative pecuniarie irrogabili dall'autorità antitrust italiana, le linee guida sulle modalità di applicazione dei criteri di quantificazione delle sanzioni, emanate dall'AGCM nell'ottobre 2014, hanno incluso tra le possibili circostanze attenuanti *“l'adozione e il rispetto di uno specifico programma di compliance, adeguato e in linea con le best practice europee e nazionali”*; tuttavia, le linee guida indicano chiaramente che *“la mera esistenza di un programma di compliance non sarà considerata di per sé una circostanza attenuante, in assenza della dimostrazione di un effettivo e concreto impegno al rispetto di quanto previsto nello stesso programma (attraverso, ad esempio, un pieno coinvolgimento del management, l'identificazione del personale responsabile del programma, l'identificazione e valutazione dei rischi sulla base del settore di attività e del contesto operativo, l'organizzazione di attività di training adeguate alle dimensioni economiche dell'impresa, la previsione di incentivi per il rispetto del programma nonché di disincentivi per il mancato rispetto dello stesso, l'implementazione di sistemi di monitoraggio e auditing”*.

Questi principi sono stati ulteriormente ribaditi e declinati nelle Linee Guida sulla *compliance* antitrust che l'Autorità ha adottato il 25 settembre 2018. In particolare, le Linee Guida prevedono una riduzione della sanzione fino al 15%, nel caso in cui l'impresa abbia adottato un programma di *compliance* adeguato ed efficace, permettendo la tempestiva scoperta e interruzione dell'illecito.

In ogni caso, le intese restrittive della concorrenza e le clausole contrattuali con le quali si viola il divieto di abuso di posizione dominante sono nulle e pertanto non se ne può pretendere l'applicazione.

Negli ultimi anni la lotta ai cartelli ha rappresentato l'obiettivo principale delle autorità antitrust. In Italia, così come a livello comunitario, sono stati adottati i c.d. “programmi di clemenza”, che accordano benefici (immunità o significativa riduzione delle sanzioni) per le imprese che forniscono informazioni utili a consentire di individuare e sanzionare i cartelli. Di fatto i programmi di clemenza hanno rappresentato uno strumento particolarmente efficace per la lotta ai cartelli ed hanno molto incrementato il rischio derivante da comportamenti collusivi tra imprese concorrenti.

Le autorità antitrust riconoscono la piena immunità dalle sanzioni unicamente all'impresa che fornisca per prima informazioni sufficienti ad accertare una violazione che esse non fossero già in grado di dimo-



strare sulla base di informazioni in loro possesso. Al fine di poter beneficiare dei programmi di clemenza, l'impresa interessata deve:

- ◆ cessare immediatamente la propria partecipazione all'intesa denunciata, salvo che l'Autorità autorizzi la prosecuzione di taluni comportamenti per finalità connesse al buon esito del programma di clemenza;
- ◆ cooperare attivamente con l'Autorità durante tutto il procedimento istruttorio;
- ◆ non distruggere, alterare o celare informazioni o documenti rilevanti; e
- ◆ astenersi dall'informare chiunque sia della propria attività di collaborazione con le autorità antitrust.

5.2. AZIONI DI RISARCIMENTO DANNI

I soggetti che hanno subito danni in conseguenza di una violazione antitrust da parte di un'impresa possono chiedere il risarcimento dei danni dinanzi ai giudici nazionali. A tal riguardo, rileva la Direttiva UE/2014/104 relativa alle azioni per il risarcimento del danno per violazioni del diritto della concorrenza che è stata implementata in Italia con il D.Lgs. 3/2017. Tale normativa ha introdotto nell'ordinamento italiano rilevanti novità riguardanti, tra l'altro, l'accesso alle prove, gli effetti delle decisioni dell'AGCM e la quantificazione del danno in sede civile. In tal modo è stata garantita una migliore tutela alle vittime di illeciti anticoncorrenziali.

Alla normativa in materia di risarcimento danni si aggiunge la disciplina introdotta dalla Legge n. 31 del 2019 in materia di *class action*, che rappresenta un ulteriore significativo fattore di potenziamento e incentivazione delle azioni risarcitorie per danni da violazione delle norme antitrust.

5.3. SANZIONI IN MATERIA DI GARE D'APPALTO

Come anticipato, una società che è stata sanzionata dall'AGCM per una violazione delle norme antitrust può essere esclusa dalla stazione appaltante dalla partecipazione ad una procedura d'appalto pubblica, in applicazione degli artt. 95 e 98 del D.Lgs. 36 del 2023.

Inoltre, si noti che nell'ordinamento italiano alcune condotte collusive nell'ambito delle gare pubbliche sono figure di reato previste e punite dal codice penale⁶.

⁶ **Turbata libertà degli incanti** (art. 353 c.p.): «1. Chiunque, con violenza o minaccia, o con doni, promesse, collusioni o altri mezzi fraudolenti, impedisce o turba la gara nei pubblici incanti o nelle licitazioni private per conto di pubbliche Amministrazioni, ovvero ne allontana gli offerenti, è punito con la reclusione da sei mesi a cinque anni e con la multa da 103 euro a 1.032 euro. 2. Se il colpevole è persona preposta dalla legge o dall'Autorità agli incanti o alle licitazioni suddette, la reclusione è da uno a cinque anni e la multa da 516 euro a 2.065 euro. 3. Le pene stabilite in questo articolo si applicano anche nel caso di licitazioni private per conto di privati, dirette da un pubblico ufficiale o da persona legalmente autorizzata; ma sono ridotte alla metà».

Turbata libertà del procedimento di scelta del contraente (art. 353-bis c.p.): «Salvo che il fatto costituisca più grave reato, chiunque con violenza o minaccia, o con doni, promesse, collusioni o altri mezzi fraudolenti, turba il procedimento amministrativo diretto a stabilire il contenuto del bando o di altro atto equipollente al fine di condizionare le modalità di scelta del contraente da parte della pubblica amministrazione è punito con la reclusione da sei mesi a cinque anni e con la multa da euro 103 a euro 1.032».

Astensione dagli incanti (art. 354 c.p.): «Chiunque, per denaro, dato o promesso a lui o ad altri, o per altra utilità a lui o ad altri data o promessa, si astiene dal concorrere agli incanti o alle licitazioni indicati nell'articolo precedente, è punito con la reclusione sino a sei mesi o con la multa fino a 516 euro».



PARTE SECONDA

La seconda parte di questo Manuale, dopo una descrizione del mercato in cui il Gruppo Caronte & Tourist opera (par. I), riassume le principali regole di comportamento che devono essere osservate da dirigenti, dipendenti e collaboratori del Gruppo Caronte & Tourist nell'ambito delle associazioni di categoria e dei consorzi (par. II), nei rapporti con i concorrenti anche nel contesto di partecipazioni di controllo congiunto (parr. III e IV), con riferimento all'attività di *intelligence* (par. V) e alle partecipazioni a gare d'appalto pubbliche (par. VI). In questa parte vengono altresì fornite alcune indicazioni aventi ad oggetto la politica commerciale di C&T nei servizi di collegamento marittimo sulla linea dello Stretto di Messina, vista la particolare posizione di mercato detenuta da C&T (VII). Questa prima parte si conclude con alcuni accorgimenti da adottare nell'effettuazione delle c.d. "registrazioni" nell'attività quotidiana (*i.e.*, redazione di documenti, e-mail e appunti) (par. VIII).

Le indicazioni di seguito riportate devono essere sempre scrupolosamente osservate. Tuttavia, esse non sono idonee a coprire l'intera gamma di situazioni potenzialmente rilevanti per la normativa antitrust. Rivolgetevi al Responsabile Compliance Antitrust nel caso riteniate di trovarvi in una situazione di rischio non considerata dal presente Manuale o comunque per chiedere indicazioni e chiarimenti al fine di essere certi che le vostre condotte siano conformi alla normativa antitrust.

La particolare natura del mercato in cui il Gruppo Caronte & Tourist opera ha suggerito di adottare, oltre a questo Manuale, altri documenti interni che rappresentano un ulteriore supporto a tutte le funzioni per curare la piena osservanza delle norme antitrust in diversi aspetti della operatività quotidiana. Tra questi documenti rilevano le *Linee Guida – Dos and Don'ts* allegate al presente Manuale:

- ◆ **Allegato A** – Linee Guida – Partecipazione ad associazioni di categoria e consorzi;
- ◆ **Allegato B** – Linee Guida – Concorrenti;
- ◆ **Allegato C** – Linee Guida – Gare d'appalto;
- ◆ **Allegato D** – Linee Guida – Registrazioni;
- ◆ **Allegato E** – Lineea Guida – Concentrazioni.

Resta fermo che le Linee Guida, che contengono alcune indicazioni puntuali per casi specifici, non esimono dal dovere di considerare che le indicazioni non possono essere idonee a coprire tutti i casi in cui si può porre un profilo di rischio, e che pertanto occorre un vigile e scrupoloso esame, se del caso con l'ausilio del Responsabile Compliance Antitrust e in base a un preventivo confronto, delle situazioni concrete.

1. IL GRUPPO CARONTE & TOURIST E IL MERCATO IN CUI OPERA

Il Gruppo Caronte & Tourist, con al vertice della catena di controllo la società C&T, si compone di società attive principalmente nel settore dello shipping nel Mar Mediterraneo. L'attività del Gruppo Caronte & Tourist può essere suddivisa in tre linee di business:

- ◆ collegamento marittimo di merci, auto e passeggeri sullo Stretto di Messina: il Gruppo Caronte & Tourist, tramite le società C&T e Meridiano Lines S.r.l., presta il servizio di traghettamento bidirezionale di linea di mezzi gommati (automezzi commerciali e autovetture/mezzi privati) e passeggeri (con e senza auto al seguito) sulle rotte Villa San Giovanni/Messina-Rada San Francesco ("VSG-MRSE") e Villa San Giovanni/Messina-Tremestieri ("VSG-MTR");



Manuale di Antitrust Compliance

- ◆ servizio di cabotaggio: il Gruppo, tramite la società Cartour S.r.l. ("Cartour"), presta il servizio di traghettamento bidirezionale di linea per mezzi commerciali e passeggeri (con e senza veicolo al seguito) sulla rotta Messina-Salerno;
- ◆ servizio di trasporto tra la Sicilia e le sue isole minori e sulla rotta Maddalena-Palau: il Gruppo, tramite la società Caronte & Tourist Isole Minori S.p.A. ("CTIM") e le sue controllate, fornisce il servizio di trasporto pubblico tra la Sicilia e le sue isole minori (Eolie, Ustica, Egadi, Pantelleria e Pelagie). Tramite la società Maddalena Lines S.r.l. ("Maddalena Lines") fornisce invece il servizio di traghettamento sulla rotta Maddalena-Palau. Entrambi i servizi sono forniti a passeggeri con e senza veicolo al seguito e a mezzi commerciali.

Nello svolgimento delle proprie attività commerciali, gli esponenti delle società del Gruppo Caronte & Tourist hanno occasione di intrattenere rapporti con i concorrenti in molteplici circostanze. Inoltre, secondo l'orientamento dell'AGCM nell'ambito del trasporto marittimo Ro/Pax, è possibile individuare una serie di mercati rilevanti distinti, definiti in base alle rotte sulle quali il servizio viene erogato. Pertanto, i collegamenti tra coppie di porti di origine e destinazione, e tra i rispettivi bacini di utenza, possono costituire altrettanti mercati rilevanti. È, dunque, possibile definire mercati rilevanti distinti per le singole rotte servite dal Gruppo Caronte & Tourist.

In coerenza con quanto sopra, secondo la più recente decisione dell'AGCM nel caso A541, C&T detterebbe una posizione dominante nel mercato del trasporto di passeggeri, con o senza veicoli al seguito, e merci sul fascio di rotte bidirezionali che da Villa San Giovanni collega i porti dell'area di Messina, ossia le rotte Ro/Pax VSG-MRSF e VSG- MP, e, più in generale, sull'intera area dello Stretto⁷.

Pertanto, i dirigenti, i dipendenti e i collaboratori del Gruppo Caronte & Tourist devono seguire precise regole di condotta al fine di scongiurare il rischio di tenere in tali contesti condotte anticoncorrenziali, vietate dalla normativa antitrust.

Il complesso di tali regole viene di seguito illustrato. Per comodità di lettura e di comprensione, tali regole sono organizzate a seconda che esse riguardino (i) la partecipazione ad associazioni di categoria; (ii) i rapporti con le imprese concorrenti; (iii) i rapporti con imprese nell'ambito di partecipazioni di controllo congiunto; (iv) l'attività di *intelligence* e lo scambio di informazioni; (v) la partecipazione a gare d'appalto pubbliche; (vi) la politica commerciale per il servizio di collegamento marittimo sulla linea dello stretto di Messina e (vii) la verifica di obblighi di notifica in materia di concentrazioni.

Si precisa che le indicazioni che seguono, pur avendo l'obiettivo di fornire una guida il cui rispetto assicuri che tutte le condotte delle imprese facenti capo al Gruppo Caronte & Tourist siano conformi alla normativa antitrust, potrebbero non coprire tutte le fattispecie rilevanti che potrebbero in concreto verificarsi. Per tale motivo, in caso di dubbio se una determinata condotta pur non menzionata di seguito possa avere una rilevanza per la normativa antitrust, consultate sempre il Responsabile Compliance Antitrust.

2. PARTECIPAZIONE AD ASSOCIAZIONI DI CATEGORIA E CONSORZI

Il Gruppo Caronte & Tourist aderisce ad alcune associazioni di categoria, quali Confitarma, Confindustria, Assarmatori e ALIS, nonché ai relativi gruppi di lavoro e comitati consultivi. Tramite la società C&T, il Gruppo Caronte & Tourist è altresì membro del Consorzio di ricerca per l'innovazione tecnologica, Sicilia Trasporti navali, commerciali e da diporto S.c. a r.l.

⁷ AGCM, caso A541 – Servizi traghettamento veicoli stretto di Messina, provv. del 29 marzo 2022, parr. 183 e 187.



Manuale di Antitrust Compliance

Sebbene le associazioni di categoria rispondano ad esigenze legittime del sistema imprenditoriale ed abbiano lo scopo di tutelare gli interessi generali del settore e delle industrie rappresentate, le condotte attuate dalle medesime possono assumere rilevanza sotto il profilo concorrenziale, in quanto alcune attività vietate dalle norme antitrust possono essere realizzate attraverso l'associazione o in seno ad essa. Un esempio classico è la partecipazione a "discussioni dal contenuto anticompetitivo" svolte in ambito associativo, che comportino lo scambio (anche involontario) di informazioni concorrenzialmente sensibili, quali prezzi e/o sconti applicati e volumi forniti. Questo principio è applicabile anche nel caso dei consorzi a cui partecipano imprese attive nello stesso settore.

Per tale ragione, è necessario che nessun dirigente, dipendente o collaboratore del Gruppo Caronte & Tourist resti coinvolto in discussioni dal contenuto anticompetitivo, tenendo, se del caso, le condotte di illustrate nell'**Allegato A – Linee Guida – Partecipazione ad associazioni di categoria e consorzi**.

3. RAPPORTI CON IMPRESE CONCORRENTI

Il Gruppo Caronte & Tourist, oltre che nell'ambito del contesto associativo e consortile, incontra, seppur sporadicamente, alcuni *competitor* nel settore del trasporto marittimo.

Ai sensi del diritto antitrust, i rapporti con i concorrenti possono determinare rischi, in particolare se idonei a coordinare le rispettive attività nel mercato o a scambiare informazioni sensibili dal punto di vista della concorrenza, ossia informazioni tali da favorire la conoscenza delle strategie commerciali dei concorrenti.

Quand'anche occasionali, contatti di questo tipo potrebbero costituire una delle infrazioni più gravi secondo il diritto antitrust (cc.dd. "*hardcore restrictions*") nel momento in cui risultino idonee a limitare il confronto concorrenziale.

Al fine di ridurre il rischio di incorrere in condotte anticoncorrenziali, è necessario che nessun dirigente, dipendente o collaboratore del Gruppo Caronte & Tourist resti coinvolto in discussioni dal contenuto anticompetitivo, tenendo, se del caso, le condotte di illustrate nell'**Allegato B – Linee Guida – Concorrenti**.

4. RAPPORTI CON IMPRESE NELL'AMBITO DI PARTECIPAZIONI DI CONTROLLO CONGIUNTO

Il Gruppo Caronte & Tourist ha rapporti consolidati con società concorrenti che si estrinsecano nella detenzione di partecipazioni congiunte in Società Navigazione Siciliana S.C.P.A. con Liberty Lines S.p.A. e in Terminal Tremestieri S.r.l. con Blufferies S.r.l.

La circolazione di informazioni concorrenzialmente sensibili tra il Gruppo Caronte & Tourist e le società Liberty Lines S.p.A. e Terminal Tremestieri S.r.l. deve essere limitata a quanto strettamente necessario per il funzionamento delle società partecipate congiuntamente, e non deve esorbitare l'ambito degli organi societari (normalmente solo l'organo gestorio) entro cui tali informazioni sono utilizzate, sempre se strettamente necessario, per la gestione della società comune.

È anche responsabilità delle imprese co-controllate curare che informazioni sensibili relative a sé stesse ed ai gruppi di riferimento non siano oggetto di circolazione (anche interna) e diffusione se non per quanto strettamente necessario per il proprio funzionamento.

Nella gestione di tali informazioni sensibili occorre dunque che dirigenti, dipendenti e collaboratori del Gruppo Caronte & Tourist osservino i criteri e le indicazioni illustrate all'**Allegato B – Linee Guida – Concorrenti**.



5. ATTIVITÀ DI INTELLIGENCE E SCAMBIO DI INFORMAZIONI

In linea di principio, l'attività di *intelligence* diretta ad acquisire informazioni sui concorrenti è lecita.

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

È lecito acquisire informazioni sui concorrenti dai clienti (ad esempio, nel corso di un negoziato in cui il cliente mostra l'offerta di un concorrente al fine di ottenere una proposta più vantaggiosa, salvo i casi in cui tale condotta avvenga in maniera sistematica), così come attraverso un'attività di monitoraggio e raccolta delle informazioni pubblicamente disponibili.

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

In ogni caso, ai fini di una valutazione della conformità della condotta tenuta alle norme sulla concorrenza, è fondamentale considerare le caratteristiche dei dati trasmessi: in generale, non sussistono profili anticoncorrenziali se i dati trasmessi non sono riservati, sono diffusi in una forma aggregata e sono connotati da una storicità appropriata.

Naturalmente, l'attività di *intelligence* deve essere svolta nel rispetto anche delle altre norme dell'ordinamento (ci si riferisce, in particolare, alle norme che proteggono la riservatezza delle informazioni aziendali).

Anche in questo caso, è essenziale consultarsi con il Responsabile Compliance Antitrust in caso di qualsiasi dubbio relativo alla condotta da adottare nel caso concreto.

6. LA PARTECIPAZIONE A GARE D'APPALTO PUBBLICHE

Il Gruppo Caronte & Tourist fornisce i servizi di traghettamento anche grazie all'aggiudicazione di gare d'appalto pubbliche, partecipando in proprio e in via autonoma, ma anche congiuntamente ad altre imprese mediante lo strumento del raggruppamento temporaneo (RTI).

Le gare d'appalto costituiscono un'area a rischio sotto il profilo antitrust, nonché sotto il profilo penale in quanto facilitano lo scambio di informazioni ed il coordinamento delle attività tra le diverse imprese. Infatti, la pratica della manipolazione delle gare di appalto, o *bid-rigging*, elimina o riduce in maniera significativa la concorrenza ed è considerata una delle più gravi violazioni della normativa antitrust. Di seguito si riportano le pratiche che sono generalmente indice di una manipolazione delle gare tra concorrenti:

- ◆ **Offerte di comodo:** rappresentano una pratica finalizzata a conferire un'apparente regolarità concorrenziale alla gara che si verifica allorché alcuni partecipanti si accordano per presentare delle offerte per importi palesemente troppo elevati rispetto a quella dell'impresa aggiudicataria.
- ◆ **Boicottaggio della gara:** si caratterizza per la mancata presentazione/ritiro di offerte già presentate, al fine di far vincere l'offerta dell'impresa designata.



- ◆ **Rotazione delle offerte:** le imprese si accordano per alternarsi nel presentare offerte che poi risultano vincenti.
- ◆ **Spartizione del mercato:** i concorrenti si spartiscono gli appalti/lotti riguardanti particolari clienti o tipologie di clienti, prodotti o territori.
- ◆ **Ricorso strumentale al subappalto:** si verifica, ad esempio, quando un'impresa decide di non partecipare ad una gara o di presentare un'offerta inaccettabile, al fine di concludere in seguito un subappalto o un contratto di fornitura con l'impresa vincitrice.
- ◆ **Ricorso strumentale ad associazioni temporanee di imprese (ATI) "sovrrabbondanti":** ATI formate da imprese che posseggono già autonomamente i requisiti di partecipazione alla gara. Alla stessa maniera dei subappalti, il ricorso alle ATI può limitare la concorrenza laddove imprese, singolarmente in grado di partecipare a una gara, scelgano ciononostante di costituire un'ATI senza alcuna obiettiva giustificazione dal punto di vista tecnico-economico, allo scopo di limitare o escludere il confronto competitivo.

Al fine di ridurre il rischio di incorrere in condotte anticoncorrenziali, nell'ambito delle gare d'appalto occorre dunque che dirigenti, dipendenti e collaboratori del Gruppo Caronte & Tourist osservino i criteri e le indicazioni illustrate all'**Allegato C – Linee Guida – Gare d'appalto**.

7. POLITICA COMMERCIALE PER IL SERVIZIO DI COLLEGAMENTO MARITTIMO SULLA LINEA DELLO STRETTO DI MESSINA

Come anticipato, secondo quanto affermato dall'AGCM nel caso A541, C&T deterrebbe una posizione dominante nel mercato del trasporto di passeggeri, con o senza veicoli al seguito, e merci sulle rotte dello stretto di Messina.

Un'impresa che si trova in posizione dominante non può abusare della propria posizione tenendo certe condotte atte a ridurre ulteriormente la concorrenza o ad ostacolare lo sviluppo nei mercati in cui, proprio per il fatto che vi opera un'impresa dominante, il grado di concorrenza è già di per sé ridotto. In ragione di ciò, può costituire abuso di posizione dominante l'applicazione da parte di C&T sulla linea Stretto di:

- ◆ sconti fidelizzanti, ossia quegli sconti volti a rendere più fedeli i clienti in cambio di un vantaggio economico e dunque idonei ad estromettere i concorrenti dal mercato o ad ostacolarne la possibilità di competere;
- ◆ condizioni commerciali ingiustificatamente gravose, ossia prezzi e altre condizioni eccessive prive di ogni ragionevole rapporto con il valore economico della prestazione fornita.

L'effettiva possibilità che gli aspetti della politica commerciale del Gruppo Caronte & Tourist producano effetti anticoncorrenziali sul mercato presuppone una complessa analisi economica della specifica politica commerciale che andrà valutata nell'ambito del periodico aggiornamento dell'analisi economica del mercato con lo specialista incaricato nell'ambito del procedimento A541. Con riferimento agli sconti, infatti, secondo la più recente giurisprudenza eurounitaria⁸, uno specifico sistema applicato da un'impresa dominante può essere qualificato come una restrizione della concorrenza ma, per accertare l'illecito, l'autorità antitrust competente è tenuta a provare la capacità preclusiva degli sconti nel caso in cui l'impresa dominante sostenga che la sua condotta non ha avuto la capacità di restringere la concorrenza.

⁸ Tribunale UE, sentenza del 26 gennaio 2022, causa T-286/09 RENV, Intel Corporation/Commissione, par. 522.



8. GLI OBBLIGHI IN MATERIA DI CONCENTRAZIONI

Come illustrato nel presente Manuale, le operazioni di Concentrazione possono essere soggette, al raggiungimento di determinate soglie di fatturato, ad obblighi di notifica alla competente Autorità antitrust o comunque essere soggette ad una richiesta di notifica da parte dell'AGCM, al verificarsi delle condizioni previste dall'art. 16, comma 1-bis, della L. n. 287/90.

Al fine di mitigare i rischi derivanti dalla violazione degli obblighi di notifica e/o dei rischi derivanti dall'implementazione di concentrazioni che, benché "sotto-soglia", determinano comunque rischi per la concorrenza, è opportuno che dirigenti, dipendenti e collaboratori del Gruppo Caronte & Tourist osservino i criteri e le indicazioni illustrate all'**Allegato E – Linee Guida – Concentrazioni**.

9. LE REGISTRAZIONI

Con il termine "Registrazione" ci si riferisce qui a documenti, e-mail, messaggistica istantanea (ad es. *WhatsApp*, *iMessage*), appunti personali, registrazioni visive o sonore (come, ad esempio, le segreterie telefoniche) e qualsiasi altra forma di registrazione idonea a costituire un supporto di una comunicazione indipendentemente dal livello di responsabilità e rappresentatività dell'autore della Registrazione.

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

Al fine di ridurre il rischio di incorrere in condotte anticoncorrenziali connesse alle Registrazioni, occorre dunque che dirigenti, collaboratori e dipendenti del Gruppo Caronte & Tourist nell'attività quotidiana osservino i criteri e le indicazioni illustrate all'**Allegato D – Linee Guida – Registrazioni**.

PARTE TERZA – ISPEZIONI PRESSO LE SEDI DEL GRUPPO CARONTE & TOURIST

La terza parte di questo Manuale illustra alcune regole di comportamento che devono essere scrupolosamente seguite nel caso in cui l'AGCM o la Commissione europea svolgessero un'ispezione presso le sedi del Gruppo Caronte & Tourist.

1. ISPEZIONI PRESSO LE SEDI DEL GRUPPO CARONTE & TOURIST

Le autorità antitrust hanno diversi e ampi poteri di indagine compreso lo svolgimento di ispezioni presso le imprese sospettate di violazioni della normativa antitrust.

In particolare, i funzionari incaricati delle ispezioni per l'accertamento di infrazioni della normativa antitrust hanno il potere di accedere a tutti i locali, terreni e mezzi di trasporto dell'impresa. Da novembre 2021, l'AGCM (e prima ancora la Commissione europea) è stata dotata del potere di autorizzare, per l'accertamento di infrazioni gravi della normativa antitrust, ispezioni presso altri locali, terreni e mezzi di



Manuale di Antitrust Compliance

trasporto anche non dell'impresa, inclusa l'abitazione di dirigenti, ove vi sia il sospetto che documenti oggetto dell'ispezione siano conservati in tali locali.

Nel corso delle ispezioni i funzionari hanno il potere di accedere a tutti i documenti, inclusi quelli prodotti o contenuti su supporti informatici. Di fatto, i funzionari per trovare indizi rilevanti ai fini dell'indagine, oltre ad un esame degli archivi cartacei, svolgono ricerche nei *computer*, *hard disk* esterni, *tablet* e telefoni/*smartphone* dei dirigenti, dipendenti e collaboratori delle imprese coinvolte. I funzionari hanno accesso anche ai sistemi di posta elettronica, nonché ai *server* aziendali.

Inoltre, i funzionari delle autorità antitrust possono richiedere a chiunque (indipendentemente quindi dal potere di rappresentare l'impresa interessata dall'ispezione) informazioni e spiegazioni orali.

Nel caso in cui venga ostacolata l'attività ispettiva o vengano fornite risposte incomplete, inesatte o fuorvianti, l'AGCM può irrogare sanzioni pecuniarie amministrative all'impresa (fino all'1 per cento del fatturato totale realizzato a livello mondiale durante l'esercizio precedente) e alle persone fisiche (da 150 a 25.823 euro).

Di seguito vengono riportate le istruzioni da osservare in caso di ispezioni. Una loro puntuale osservanza è fondamentale per consentire al Gruppo Caronte & Tourist di tutelare i propri diritti.

1.1. ISTRUZIONI IN CASO DI ISPEZIONI

1.1.1. ARRIVO DEI FUNZIONARI

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

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

1.1.2. COMPORTAMENTO DA TENERE NEL CORSO DELL'ISPEZIONE

Nel corso dell'ispezione è richiesto di:

- ◆ attenersi scrupolosamente alle indicazioni che verranno fornite dal Responsabile Compliance Antitrust;
- ◆ nel caso di approccio da parte dei funzionari, richiedere l'assistenza del Responsabile Compliance Antitrust;
- ◆ non distruggere/modificare eventuali documenti rilevanti per l'ispezione. Più in generale, nel corso dell'ispezione occorre sospendere immediatamente la modifica/eliminazione di qualsivoglia documento. La distruzione/modifica di documenti, anche se completamente irrilevanti per l'oggetto dell'ispezione, può dare adito a sospetti circa il tentativo di distruggere indizi compromettenti, e più in generale circa la volontà di cooperare da parte del Gruppo Caronte & Tourist;
- ◆ come detto, i funzionari nel corso dell'ispezione possono richiedere informazioni/spiegazioni. Le dichiarazioni rese vengono verbalizzate. Le risposte devono essere il più concise possibili, e se non si è a conoscenza della risposta, ovvero se la domanda richiede una risposta complessa ovvero dati la cui esattezza e la accuratezza non sia certa, occorre riservarsi di fornire una risposta in un momento successivo;



Manuale di Antitrust Compliance

- ◆ fermo quanto detto al punto precedente, fornire le informazioni o esibire i documenti richiesti dai funzionari. Si precisa che il rifiuto di fornire le informazioni o esibire documenti, ovvero la comunicazione di informazioni/documenti non veritieri può comportare l'irrogazione di sanzioni amministrative pecuniarie e può essere qualificato come illecito avente rilevanza penale;
- ◆ non rivelare a terzi (anche se si tratta di dipendenti e/o collaboratori del Gruppo Caronte & Tourist, che non si trovano in sede al momento dell'ispezione e/o i cui uffici sono ubicati in un luogo differente rispetto a quelli in cui si sta svolgendo l'ispezione) dell'esistenza dell'ispezione. L'assoluta riservatezza circa l'ispezione è necessaria in quanto nel caso venga rivelata a terzi soggetti, potenziali sospettati della medesima infrazione contestata ad una società del Gruppo Caronte & Tourist, ciò potrebbe essere usato come elemento probatorio rilevante ai fini dell'accertamento di un cartello. Inoltre, la riservatezza protegge l'interesse del Gruppo Caronte & Tourist a "gestire" le modalità di comunicazione all'esterno dell'avvenuta ispezione al fine di minimizzare potenziali danni di immagine.

PARTE QUARTA – RESPONSABILITÀ IN AMBITO ANTITRUST

1. IL RESPONSABILE COMPLIANCE ANTITRUST

Il Gruppo Caronte & Tourist, al fine di assicurare la conformità con le disposizioni normative in materia di Antitrust, nomina un soggetto responsabile scelto tra persone aventi specifiche competenze in materia ("Responsabile Compliance Antitrust") e un *team* dedicato alla gestione delle tematiche di Antitrust (di seguito anche "*Team AT*").

Consulenza e controllo

Il Responsabile Compliance Antitrust e/o il *Team AT* **prestano consulenza** alle funzioni richiedenti in materia antitrust dopo aver verificato che l'oggetto della richiesta abbia rilevanza in materia. Il Responsabile Compliance Antitrust e/o il *Team AT* svolgono, altresì, le attività di controllo e monitoraggio indicate *supra* nella Premessa del presente Manuale.

Ispezioni

Il Responsabile Compliance Antitrust deve essere coinvolto in caso di **ispezioni** da parte dell'Autorità o da parte della Commissione europea.

In caso di ispezioni, il Responsabile Compliance Antitrust:

- ◆ informa, senza indugio, le seguenti strutture (di seguito tutte insieme "**Strutture Competenti**"):
 - il Direttore Generale
 - Affari generali
 - Affari Societari



Manuale di Antitrust Compliance

- ◆ comunica alle Strutture Competenti lo scopo, i motivi e l'oggetto dell'ispezione e dà informazioni circa le problematiche che potrebbero insorgere dall'ispezione e i relativi rischi (in termini di sanzioni e/o danni reputazionali);
- ◆ fornisce aggiornamenti periodici relativamente all'ispezione;
- ◆ al termine dell'ispezione predispone prontamente un report da inviare alle Strutture Competenti;
- ◆ archivia la documentazione relativa all'attività ispettiva.

Procedimenti

In caso di procedimento avviato dall'Autorità o dalla Commissione europea, il Responsabile Compliance Antitrust:

- ◆ informa, senza indugio, le Strutture Competenti e comunica alle stesse la data di avvio del procedimento, le ragioni oggetto delle contestazioni e le ragioni sulla base delle quali l'Autorità ha deciso di procedere;
- ◆ svolge un'istruttoria interna e raccoglie le informazioni necessarie;
- ◆ predispone un report nel quale illustra:
 - le iniziative necessarie al fine di tutelare gli interessi del Gruppo C&T e di esercitare il diritto di difesa nel corso del procedimento istruttorio;
 - le contestazioni mosse dall'Autorità nel provvedimento di avvio del procedimento;
 - i rischi connessi alla decisione dell'Autorità in termini di sanzioni, impatto sul *business* ed eventuali danni reputazionali;
 - valutazioni preliminari circa l'opportunità di impugnare il provvedimento dell'Autorità.
- ◆ informa, alla conclusione del procedimento, le Strutture Competenti, sui seguenti aspetti:
 - azioni di mitigazione richieste dall'Autorità e/o implementate da C&T nonché lo stato di implementazione delle stesse dandone regolare aggiornamento;
 - eventuali impugnazioni proposte da C&T avverso la decisione dell'Autorità;
 - decisioni assunte dalle competenti Autorità Giudiziarie.
- ◆ alla conclusione dell'eventuale procedimento di impugnazione, trasmette i documenti più rilevanti alle Strutture Competenti.

Rapporti con le Autorità antitrust

Il Responsabile Compliance Antitrust segue e gestisce le comunicazioni, le memorie, le richieste di informazioni e relative risposte ricevute e/o da presentare alle autorità competenti in materia antitrust.

In considerazione di quanto sopra, il Responsabile Compliance Antitrust coordina il processo per la stesura delle comunicazioni e la preparazione della documentazione rilevante sempre che tali attività



Manuale di Antitrust Compliance

non competano ad altre funzioni del Gruppo C&T. Al fine di svolgere tali attività, la funzione competente inoltra senza indugio le informazioni necessarie al Responsabile Compliance Antitrust, nonché alle altre funzioni del Gruppo C&T potenzialmente interessate.

Il Responsabile Compliance Antitrust informa le Strutture Competenti e:

- ◆ richiede alle funzioni eventualmente coinvolte il relativo contributo, indicando loro i passaggi del processo di stesura e le relative scadenze;
- ◆ raccoglie commenti, feedback e contributi dalle funzioni coinvolte e li consolida in una bozza di risposta/comunicazione e la condivide con le stesse funzioni coinvolte. Sul punto occorre precisare che nel caso in cui le richieste da parte delle Autorità competenti in materia antitrust si riferiscano a specifiche attività operative, tali da richiedere competenze tecniche, le suddette attività possono essere svolte direttamente dalla funzione competente. In ogni caso, la risposta formulata dalla funzione competente prima di essere inoltrata all'Autorità competente in materia antitrust deve essere condivisa ed approvata dal Responsabile Compliance Antitrust;
- ◆ trasmette la risposta/comunicazione all'Autorità competente in materia antitrust, inviandone copia, nel rispetto delle disposizioni di legge, alle Strutture Competenti per opportuna informazione.

PARTE QUINTA – LE SANZIONI DISCIPLINARI INTERNE, LE PROCEDURE DI SEGNALAZIONE E LE PROCEDURE DI INDAGINE, LA FORMAZIONE E L'AGGIORNAMENTO

1. LE SANZIONI DISCIPLINARI

La violazione da parte di qualsiasi soggetto riconducibile all'organizzazione del Gruppo Caronte & Tourist (dipendenti, dirigenti, amministratori, collaboratori e agenti) delle regole contenute in questo Manuale oltre ad esporre il Gruppo Caronte & Tourist alle sanzioni e alle ulteriori conseguenze negative descritte *supra*, rappresenta altresì un inadempimento degli obblighi derivanti dal contratto di lavoro e pertanto comporta l'applicazione di sanzioni disciplinari proporzionate alla condotta ed alla sua gravità, previste dalle norme di legge e di contratto collettivo applicabili.

Le condotte in violazione del presente Manuale saranno sanzionate applicando il sistema sanzionatorio previsto dal modello di organizzazione gestione e controllo previsto dal D.Lgs n. 231/2001 (capitolo 5) adottato dal Gruppo Caronte & Tourist, fermo restando quanto di seguito precisato circa la tipologia di sanzioni, le aggravanti e le attenuanti applicabili nel caso specifico.

1.1. LA TIPOLOGIA DI SANZIONI

In particolare, queste sanzioni possono comprendere:

- ◆ richiami;
- ◆ arretramento nell'inquadramento / mancata promozione;



Manuale di Antitrust Compliance

- ◆ perdita di componenti retributive;
- ◆ licenziamento con o senza preavviso;
- ◆ risarcimento del danno / revoca di bonus / revoca di prestazioni pensionistiche.

1.2. FATTORI ATTENUANTI

Il sistema sanzionatorio può prevedere fattori attenuanti, quali:

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

1.3. FATTORI AGGRAVANTI

Di contro, il sistema sanzionatorio può prevedere anche fattori aggravanti, quali:

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

2. LE PROCEDURE DI SEGNALAZIONE

Il Gruppo Caronte & Tourist garantisce il diritto alla riservatezza di chiunque vorrà segnalare violazioni di questo Manuale in corso o già avvenute.

Le segnalazioni andranno comunicate al Responsabile Compliance Antitrust oralmente. Soltanto in caso vi sia una particolare urgenza ovvero il segnalante svolga la sua attività lavorativa in tutto o per la maggior parte del tempo al di fuori degli uffici del Gruppo Caronte & Tourist, potrà inviare la segnalazione al Responsabile Compliance Antitrust via e-mail.



Manuale di Antitrust Compliance

Il Gruppo Caronte & Tourist e il Responsabile Compliance Antitrust garantiscono la riservatezza della comunicazione e l'anonimato del segnalante, nonché la protezione di quest'ultimo da qualunque tipo di ritorsione, discriminazione o azione disciplinare in esito alla presentazione delle segnalazioni.

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

Fatto salvo quanto sopra, per segnalare eventuali violazioni di questo Manuale, si applica la procedura "policy di gestione delle segnalazioni e tutela del whistleblower" prevista dal manuale delle procedure del Gruppo Caronte & Tourist alla quale si rinvia. Saranno in ogni caso rispettati i principi al Paragrafo 3 che segue nel corso dello svolgimento dell'indagine.

3. LE PROCEDURE DI INDAGINE

3.1. IMPARZIALITÀ E OBIETTIVITÀ

L'indagine viene condotta secondo imparzialità e indipendenza.

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

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

3.2. INTEGRITÀ DEL PERSONALE E DELL'ATTIVITÀ

I soggetti incaricati dell'indagine agiranno e condurranno l'indagine secondo integrità, onestà, correttezza e diligenza. È vietato ogni comportamento improprio, illegale, scorretto e non professionale.

3.3. COMPETENZA

Il ruolo di soggetto incaricato dell'indagine è affidato al Responsabile Compliance Antitrust.

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

3.4. PUNTUALITÀ

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



4. LA FORMAZIONE E L'AGGIORNAMENTO

Saranno organizzate sessioni formative in aula rivolte a dirigenti, dipendenti e collaboratori del Gruppo Caronte & Tourist potenzialmente coinvolti in attività rilevanti sotto il profilo antitrust.

In particolare, saranno programmati incontri formativi a partecipazione obbligatoria volti ad assicurare la conoscenza, l'efficacia e la corretta implementazione del presente Manuale, nonché ad informare sulle principali novità riguardanti il diritto della concorrenza.

Il presente Manuale sarà periodicamente monitorato al fine di valutare la capacità dello stesso di prevenire illeciti concorrenziali.

Le funzioni coinvolte nelle attività oggetto del presente Manuale sono responsabili – per quanto di competenza – della rilevazione degli accadimenti aziendali di carattere operativo che comportano la necessità di aggiornamento della procedura e provvedono al relativo recepimento all'interno del presente documento.

5. CONSERVAZIONE DELLA DOCUMENTAZIONE E TUTELA DELLA PRIVACY

Al fine di garantire la gestione e la tracciabilità della documentazione, la funzione coinvolta è tenuta a garantire la conservazione e l'archiviazione della documentazione in formato cartaceo o elettronico.

Gli eventuali dati personali e sensibili raccolti e conservati, verranno trattati nel rispetto delle norme per la protezione dei dati personali ai sensi del nuovo Regolamento Europeo – GDPR 2016/679.



ALLEGATO A

LINEE GUIDA – DOS AND DON'TS – PARTECIPAZIONE AD ASSOCIAZIONI DI CATEGORIA E CONSORZI

Il presente documento riporta alcune regole di condotta che dirigenti, dipendenti e collaboratori del Gruppo Caronte & Tourist sono tenuti a rispettare per prevenire il rischio di tenere condotte illecite sotto un profilo antitrust nel corso di incontri con rappresentanti dei concorrenti del Gruppo nell'ambito associativo e consortile. Le linee guida sono complementari al "Manuale di antitrust compliance" adottato dal Gruppo.

👍 DOS

ADESIONE AD ASSOCIAZIONI E CONSORZI

- ✓ Assicuratevi che **l'ammissione** sia basata su criteri oggettivi, preventivamente stabiliti, chiari, trasparenti e non discriminatori.
- ✓ Assicuratevi che sia prevista una adeguata procedura di **ricorso** contro i provvedimenti di rifiuto alla richiesta di ammissione/esclusione.

DURANTE LE RIUNIONI

- ✓ Partecipate solo a riunioni con un **ordine del giorno chiaro e definito**.
- ✓ **Attenetevi** agli argomenti all'**ordine del giorno**, limitando la discussione agli argomenti legittimi.
- ✓ **Conservate** per intero gli **appunti** della riunione.
- ✓ Richiedere la **verbalizzazione** analitica della **riunione**.
- ✓ **Mettete per iscritto** eventuali richieste di chiarimenti sull'ordine del giorno.
- ✓ **Rifiutate la discussione di argomenti concorrenzialmente rilevanti** come prezzi da praticare, costi e strategie d'offerta (anche nel corso di incontri informali) ed assicuratevi che il rifiuto venga **verbalizzato**.
- ✓ **Evitate di scambiare con i concorrenti informazioni sensibili**. Eventualmente, la divulgazione di informazioni sensibili sotto il profilo della concorrenza può essere consentita soltanto dopo un'adeguata aggregazione, in modo da non permettere l'individuazione delle condotte sul mercato di ciascun soggetto cui l'informazione si riferisce.
- ✓ **Abbandonate la riunione** se le vostre preoccupazioni in merito al punto precedente non sono prese in considerazione o sono ignorate dagli altri partecipanti, assicurandovi che venga **verbalizzato**.
- ✓ Assicuratevi che, a seguito delle riunioni, i **verbali ricevuti riportino effettivamente quanto discusso**.



ALLEGATO A

PARTECIPAZIONE PASSIVA A RIUNIONI

La partecipazione meramente passiva alle riunioni degli organi di associazioni di categoria e di consorzi **non è sufficiente** ad escludere il proprio coinvolgimento in un'ipotetica intesa. È pertanto necessario:

- ✓ **Richiedere la verbalizzazione** della propria intenzione di volersi astenere dall'eventuale scambio di informazioni che possa anche solo rischiare di essere illecito;
- ✓ **Inviare** a tutti i partecipanti una **comunicazione** scritta nella quale si precisa di aver preso le distanze dal contenuto illecito o anche solo potenzialmente illecito della discussione;
- ✓ **Lasciare**, se del caso, immediatamente la **riunione**.

DISCUSSIONI AMMESSE

- ✓ Discussioni di **progetti di legge** attuali o di **sviluppi politici** inerenti al settore industriale;
- ✓ Gestione istituzionale delle **pubbliche relazioni** in nome e nell'interesse dell'intero settore industriale;
- ✓ Conduzione comune di **iniziative e di comunicazioni stampa**, senza che ciò implichi legami in merito alla policy commerciale delle diverse imprese.

COMPLIANCE OFFICER

- ✓ Consultate il Compliance Officer **in caso di dubbio** relativo a qualsiasi aspetto problematico dal punto di vista del diritto della concorrenza.

🚫 DONT'S

- ✓ **Non** partecipate a **riunioni** con i concorrenti **senza** aver ricevuto la **convocazione** con un preciso **ordine del giorno** o con un ordine del giorno "off-limits" (ad esempio, scambio di informazioni sensibili sui prezzi o con altro oggetto collusivo).
- ✓ **Non** cercate di ottenere o fornire **informazioni confidenziali** dai/ai vostri concorrenti nel corso della riunione.
- ✓ **Non** accettate **verbali** delle riunioni con informazioni **imprecise** o **fraintendibili**.
- ✓ **Non tentate di coordinare la politica commerciale con quella di altri concorrenti** in risposta, ad esempio, ad una nuova legislazione o regolamentazione;
- ✓ **Non discutete di eventuali raccomandazioni volte a coordinare il comportamento degli associati**.



ALLEGATO B

LINEE GUIDA – DOS AND DON'TS NEL RAPPORTO CON I CONCORRENTI

Il presente documento riporta alcune regole di condotta che dirigenti, dipendenti e collaboratori del Gruppo Caronte & Tourist sono tenuti a rispettare per prevenire il rischio di tenere condotte illecite sotto un profilo antitrust nell'ambito dei rapporti con rappresentanti dei concorrenti del Gruppo. Le linee guida sono complementari al "Manuale di antitrust compliance" adottato dal Gruppo.

👍 DOS

SCAMBIO DI INFORMAZIONI

- ✓ **Scambiate** con i concorrenti, se necessario, **solo dati aggregati, dati storici, informazioni pubbliche** ed altri dati non idonei a consentire ai concorrenti di modificare le proprie scelte strategiche.
- ✓ **Interrompete** la **conversazione** con il rappresentante di un concorrente qualora intenda fornirvi **informazioni sensibili** (ad esempio, informazioni strategiche connesse ai prezzi ed alle condizioni commerciali praticate; strategie di vendita; profitti, margini e quote di mercato; costi ed investimenti in ricerca e sviluppo; piani strategici relativi a campagne pubblicitarie, di marketing, di sviluppo e di nuovi servizi).

RAPPORTI CON IMPRESE NELL'AMBITO DI PARTECIPAZIONI DI CONTROLLO CONGIUNTO

- ✓ Comunicare soltanto al/i soggetto/i a cui sia **strettamente necessario** rivelare l'informazione concorrenzialmente sensibile in ragione del suo contenuto/obbiettivo.
- ✓ Fermo quanto indicato al punto precedente e per quanto possibile, **limitare lo scambio di informazioni ai soli ambiti degli organi amministrativo** (ed eventualmente, nel caso di delibere che lo necessitano, assembleare) nel rispetto delle procedure e delle modalità di verbalizzazione ivi applicate.
- ✓ Verificare se sia possibile **aggregare le informazioni** oggetto di scambio, ritardarne la diffusione e/o limitare la frequenza con le quali vengono comunicate.
- ✓ Valutare se sia necessario/possibile vincolare il/i destinatario/i della comunicazione riservata con appositi **accordi di riservatezza** che ne limitino l'ulteriore diffusione (sia all'interno dell'organizzazione del destinatario, sia di eventuali terzi).
- ✓ Le indicazioni di cui sopra valgono anche nel caso in cui si intenda comunicare informazioni concorrenzialmente sensibili a soggetti diversi dalle società controllanti Società Navigazione Siciliana S.C.P.A. e Terminal Tremestieri S.r.l. (ad esempio, nel caso di comunicazione di informazioni commercialmente sensibili a soggetti terzi per la realizzazione di studi di mercato). In tal caso, occorre avere cura che i dati trasmessi:
 - ✓ siano diffusi soltanto dopo un'adeguata **aggregazione**, e quindi non consentano l'individuazione delle condotte sul mercato di ciascun soggetto cui l'informazione si riferisce;
 - ✓ siano diffusi soltanto dopo che sia trascorso un **sufficiente periodo di tempo**; in linea di massima, i dati relativi a strategie commerciali che risalgono ad almeno un anno prima comportano un grado di rischio inferiore rispetto a dati che hanno ad oggetto una condotta in corso o futura;
 - ✓ siano coperti da **riservatezza**.



ALLEGATO B

CONSERVAZIONE DEI DOCUMENTI

- ✓ **Scrivete e conservate** con accortezza gli **appunti** ed i **documenti** riguardanti **incontri/contatti con i concorrenti**.
- ✓ Assicuratevi che i documenti coperti da **legal privilege** siano **indicati e conservati come tali**.

COMPLIANCE OFFICER

- ✓ Consultate il Compliance Officer **in caso di dubbio** relativo a qualsiasi aspetto problematico dal punto di vista del diritto della concorrenza.

🗨️ DONT'S

SCAMBIO DI INFORMAZIONI

- ✓ **Non scambiate** con i concorrenti **informazioni sensibili** (come, ad esempio, informazioni strategiche connesse ai prezzi ed alle condizioni commerciali praticate; strategie di vendita; profitti, margini e quote di mercato; costi ed investimenti in ricerca e sviluppo; piani strategici relativi a campagne pubblicitarie, di marketing, di sviluppo e di nuovi servizi).
- ✓ **Non scambiate informazioni** con i concorrenti al fine di **concordare** la vostra condotta in violazione del manuale di compliance antitrust.
- ✓ **Non accettate/richiedete** in maniera sistematica **dai/ai clienti informazioni** sulle **offerte** proposte dai **competitor**.
- ✓ **Non contattate i concorrenti** al fine di sondare la **volontà di partecipare a gare d'appalto** e per confrontarsi su eventuali scelte strategiche per partecipare alle stesse.

RAPPORTI CON IMPRESE NELL'AMBITO DI PARTECIPAZIONI DI CONTROLLO CONGIUNTO

- ✓ **Non condividete, laddove possibile,** informazioni concorrenzialmente sensibili **in maniera frequente e sistematica**.

CONSERVAZIONE DEI DOCUMENTI

- ✓ **Non lasciate senza risposta comunicazioni** dei **concorrenti** riguardanti **informazioni sensibili** o che propongono **condotte anticoncorrenziali**.



ALLEGATO C

LINEE GUIDA – DOS AND DON'TS – PARTECIPAZIONE A GARE D'APPALTO PUBBLICHE

Il presente documento riporta alcune regole di condotta che dirigenti, dipendenti e collaboratori del Gruppo Caronte & Tourist sono tenuti a rispettare per prevenire condotte illecite sotto un profilo antitrust nell'ambito della partecipazione a gare d'appalto pubbliche. Queste linee guida sono complementari al "Manuale di antitrust compliance" adottato dal Gruppo.

DOS

- ✓ **Decidete ed adottate internamente ed autonomamente la strategia** relativa alle gare d'appalto.
- ✓ **Evitate scambi**, colloqui, incontri, discussioni o telefonate con concorrenti **che non siano strettamente necessari** per la partecipazione alle gare.
- ✓ Presentate congiuntamente ad altri operatori del mercato le offerte (es. attraverso **ATI**) preferibilmente **solo laddove** sia **necessario**:
 - a) a soddisfare i requisiti tecnici e/o economici prescritti dal bando di gara;
 - b) a garantire la corretta esecuzione del contratto oggetto di gara;
 - c) per ragioni obiettive e giustificabili.
- ✓ **Conservate e mantenete traccia della documentazione relativa ad ogni gara**, in caso di aggiudicazione e non aggiudicazione.
- ✓ **Chiedete il parere del Compliance Officer** in caso di qualsiasi dubbio relativo alla partecipazione ad una gara sotto il profilo del diritto della concorrenza.

DONT'S

- ✓ **Non contattate i concorrenti** al fine di **sondare la volontà** di partecipare a gare d'appalto e per confrontarsi su eventuali scelte strategiche per partecipare alle stesse.
- ✓ **Non discutete e/o condividete** con i **concorrenti informazioni strategiche** quali, ad esempio, i termini di offerta, inclusi i prezzi e le condizioni di vendita.
- ✓ **Non discutete e/o concordate** con i concorrenti **come rispondere** ai bandi di gara.
- ✓ **Non discutete, raccomandate e/o concordate** con i concorrenti **condotte** che possano essere **considerate** parte di una complessiva **manipolazione** delle offerte di gara.
- ✓ **Non discutete e/o condividete** con i **concorrenti** la **strategia** di gara, **salvo quanto necessario** per la presentazione congiunta di offerte in ATI.
- ✓ Non concludete accordi di sub-appalto in considerazione di precedenti o successivi accordi di sub-appalto per realizzare, ad esempio, **affinamenti compensativi** con i concorrenti.



ALLEGATO D

LINEE GUIDA – DOS AND DON'TS – REGISTRAZIONI

Il presente documento riporta alcune regole di condotta che dirigenti, dipendenti e collaboratori del Gruppo Caronte & Tourist sono tenuti a rispettare per prevenire il rischio di tenere condotte illecite sotto un profilo antitrust con riferimento alle registrazioni (documenti, e-mail, messaggistica istantanea, appunti personali, registrazioni visive o sonore e qualsiasi altra forma di registrazione idonea a costituire un supporto di una comunicazione). Le linee guida sono complementari al “Manuale di antitrust compliance” adottato dal Gruppo.

👍 DOS

- ✓ **Utilizzate un linguaggio semplice, chiaro e accurato.** Se ritenete che l'argomento sia suscettibile di esporre il Gruppo Caronte & Tourist al rischio di una violazione della normativa antitrust, rivolgetevi al *Compliance Officer* prima di creare Registrazioni.
- ✓ **Abbiate cura di indicare la fonte** di qualsiasi informazione relativa a prezzi, quote di mercato, ovvero di altra informazione concorrenzialmente sensibile relativa ai concorrenti (così da evitare di creare anche solo il sospetto che tale informazione provenga direttamente dai concorrenti).

COMPLIANCE OFFICER

- ✓ Consultate il Compliance Officer in caso di dubbio relativo a qualsiasi aspetto problematico dal punto di vista del diritto della concorrenza.

👎 DONT'S

- ✓ **Non create inutili Registrazioni:** ogni Registrazione creata oggi potrà essere un giorno resa pubblica dal destinatario oppure entrare in possesso di un'autorità antitrust.
- ✓ **Non utilizzate espressioni negative** riferite ai concorrenti o che manifestino l'intenzione, ad esempio, di escludere un concorrente.
- ✓ **Non utilizzate diciture** che possono creare **inutili sospetti** (ad esempio “distruggere dopo aver letto”).
- ✓ **Non speculate** circa la **legalità** di un determinato comportamento.



ALLEGATO E

LINEE GUIDA – DOS AND DON'TS – CONCENTRAZIONI

Il presente documento riporta alcune regole di condotta che dirigenti, dipendenti e collaboratori del Gruppo Caronte & Tourist sono tenuti a rispettare per prevenire il rischio di violazione degli obblighi in materia di controllo delle Concentrazioni. Le linee guida sono complementari al “Manuale di antitrust compliance” adottato dal Gruppo.

DOS

- ✓ **In caso di operazioni societarie** (es.: fusioni, acquisizione di partecipazioni di controllo in altre società, costituzione di JV) verificare tempestivamente, una volta definito il contenuto dell'operazione e comunque **prima** di sottoscrivere accordi vincolanti, il raggiungimento delle soglie di fatturato per la sussistenza di eventuali obblighi di notifica. Nel caso in cui le soglie di fatturato rilevanti non siano raggiunte, verificare, anche con il supporto del Compliance Officer, se l'operazione possa rientrare tra le cd. concentrazioni “sotto-soglia”.
- ✓ In caso di **acquisizione di partecipazioni di minoranza**, verificare, con il supporto del Compliance Officer, se questa partecipazione attribuisce diritti di veto “qualificati” idonei a conferire il “controllo” ai sensi della normativa antitrust.

COMPLIANCE OFFICER

- ✓ Consultate il Compliance Officer in caso di dubbio relativo a qualsiasi aspetto problematico dal punto di vista del diritto della concorrenza.

DONT'S

- ✓ **Non** procedere alla **conclusione** di operazioni societarie (cd. *closing*) senza aver prima verificato, se del caso anche con il supporto del Compliance Officer, se l'operazione rientri nell'ambito di applicazione della normativa sulle Concentrazioni



ALLEGATO F

FLUSSO INFORMATIVO	ULTERIORE DETTAGLIO INFO RICHIESTE	RESPONSABILE	FREQUENZA COMUNICAZIONE
Report su riunioni associative alle quali abbiano preso parte rappresentanti del Gruppo C&T	<p>a) indicazione delle Associazioni, Consorzi e simili ai quali il Gruppo C&T aderisce e delle riunioni svolte;</p> <p>b) indicazioni, anche esemplificative, sull'oggetto della riunione e dell'ODG; esempi di verbale della riunione, o in assenza una e-mail di sintesi sui temi trattati e sui partecipanti qualora siano toccati temi potenzialmente oggetto di rischio antitrust.</p>	<p>Direzione generale/AADD</p> <p>Direzione personale</p> <p>Direzione area tecnica</p> <p>Direzione area amministrativa</p> <p>Legale commerciale marketing</p> <p>Affari generali e legali</p>	semestrale
Adesione a nuove Associazioni, Consorzi e simili	Verifica Statuto e ambito di attività	<p>Affari generali e legali</p> <p>Affari societari</p>	ad evento
Qualsiasi evento potenzialmente rilevante ai sensi della Normativa Antitrust e ai fini dell'applicazione del Programma	<p>a) ispezioni e/o procedimenti istruttori che coinvolgono la società</p> <p>b) richieste giudiziali o stragiudiziali, incluse le richieste di risarcimento danni, provenienti da terzi per violazioni della Normativa Antitrust</p>	<p>Affari generali e legali</p> <p>Affari societari</p>	ad evento
Comunicazioni e/o Provvedimenti provenienti dall'AGCM (o dalla Commissione Europea o da altre Autorità di Concorrenza)	<p>a) apertura di procedimenti/ indagini da parte dell'AGCM, della Commissione Europea o di altre Autorità di Concorrenza</p> <p>b) richieste di informazioni provenienti dall'AGCM, dalla Commissione Europea o da altre Autorità di concorrenza</p> <p>c) modalità di esecuzione delle attività conseguenti (ad es.: ottemperanza alle diffide della Commissione o dell'AGCM; esecuzione degli impegni assunti, o condizioni imposte in occasione di operazioni di Concentrazione)</p>	<p>Direzione generale/AADD</p> <p>Affari generali e legali</p>	ad evento



ALLEGATO F

Rapporto su Procedura Gestione Commerciale Linee di trasporto	<p>a) informazioni su nuovi Accordi Commerciali</p> <p>b) informazioni su eventuali nuovi schemi di incentivi/sconti e Piani di fidelizzazione</p> <p>c) informazioni su eventuali nuovi criteri di fissazione dei prezzi</p>	Commerciale	semestrale
--	--	-------------	------------

FLUSSO INFORMATIVO	ULTERIORE DETTAGLIO INFO RICHIESTE	RESPONSABILE	FREQUENZA COMUNICAZIONE
Progetti relativi a Operazioni di acquisizione di imprese o di rami d'azienda, o comunque di partecipazioni (anche di minoranza) in società terze, operazioni di fusione o scissione, nonché operazioni di costituzione di joint-ventures/ partnership	<p>a) Oggetto dell'operazione</p> <p>b) Parti dell'operazione</p> <p>c) Mercato di riferimento</p> <p>d) Verifica obbligo di Notifica</p>	Direzione generale/AADD Direzione area amministrativa Legale commerciale marketing Affari societari	ad evento
Rapporto su gare a cui si è partecipato	<p>a) oggetto della gara</p> <p>b) modalità di partecipazione (autonoma o in RTI con altre imprese)</p>	Direzione generale/AADD Affari generali e legali	semestrale
Ogni informazione che il Responsabile Compliance Antitrust dovesse richiedere nell'ambito delle proprie funzioni di controllo e monitoraggio del Programma		Tutti i destinatari del manuale	ad evento
Formazione	Informazioni sulla partecipazione a sessioni formative interne in materia antitrust (partecipanti e argomenti trattati)	Direzione personale	semestrale

GRUPPO CARONTE & TOURIST



carontetourist.it