



FARMINDUSTRIA

CODICE DI COMPORTAMENTO

PER L'OTTEMPERANZA ALLE NORME

SULLA CONCORRENZA

PER GLI ASSOCIATI



INDICE

I. INTRODUZIONE	Pag. 3
II. SINTESI DELLE NORME PIÙ RILEVANTI	“ 3
A. Intese	“ 4
B. Abuso di Posizione dominante	“ 4
C. Concentrazioni	“ 6
D. Definizione del mercato	“ 6
III. PROFILI PROCEDURALI E SANZIONATORI	“ 7
IV. LE IMPRESE FARMACEUTICHE	“ 8
V. DIRETTIVE GENERALI DI COMPORTAMENTO	“ 9
A. Rapporti con i concorrenti	“ 9
B. Rapporti Verticali	“ 9
B1. Licenze di brevetti, marchi, know-how, diritti d'autore e simili	“ 10
C. Abuso di posizione dominante	“ 11
D. Riunioni tra concorrenti	“ 11
E. Accordi permessi	“ 12
F. Documenti	“ 13



I. INTRODUZIONE

Questo documento ha lo scopo di fornire alle imprese associate a Farindustria una serie di riferimenti che possano loro consentire di rispettare le norme dell'ordinamento comunitario e di quello interno (note anche come norme "antitrust") poste a tutela della libera concorrenza e del buon funzionamento del mercato al fine di assicurare il raggiungimento di condizioni ottimali di prezzo e di qualità. Tali norme, infatti, prevedono che le Autorità competenti - rispettivamente la Commissione delle Comunità Europee e l'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato (in seguito, le "Autorità") - possano intervenire per imporre il rispetto della disciplina della concorrenza, e possano sanzionare le eventuali violazioni irrogando, a carico dell'impresa alla quale il comportamento anticoncorrenziale è imputabile, ammende che possono raggiungere il 10% del fatturato dell'impresa stessa. A ciò si aggiunga che l'intervento delle Autorità comporta la necessità per l'impresa di sobbarcarsi a lunghe e faticose procedure di accertamento e di difesa, con la conseguente perdita di tempo, la necessità di distogliere i quadri più qualificati dalle loro usuali incombenze, e la destinazione di somme rilevanti a compensare i legali e gli esperti incaricati di seguire la procedura. Infine, l'impresa può anche risentire di un possibile danno di immagine, specie in ragione dell'ampia copertura che la stampa interna e quella internazionale dedicano a tali vicende.

Ne consegue che il mancato rispetto delle elementari norme di comportamento che seguono, potendo causare un notevole danno all'azienda, può giustificare l'assoggettamento dei dipendenti responsabili alle opportune sanzioni disciplinari, concretando un inadempimento dei loro doveri nei confronti dell'azienda. Ogni dipendente è tenuto altresì ad informare il proprio referente gerarchico nonché la Direzione Legale (in seguito, la "DL"), ovvero la funzione aziendale equipollente, di ogni mancato rispetto delle norme di comportamento di seguito elencate, e ad attendere da essa istruzioni in merito, attenendovisi una volta ricevutele.

Poiché la questione di valutare se ad uno specifico comportamento possano applicarsi i divieti e le sanzioni posti dalle norme a tutela della concorrenza è di notevole complessità e dipende largamente dalle circostanze del caso concreto, occorre chiarire che questo documento non *intende fornire, ne può farlo, una trattazione completa* dei problemi che possono sorgere dall'applicazione di tali norme ad ogni specifica situazione. Per ogni questione di applicazione concreta delle norme in questione ad un caso specifico che non possa essere risolta attraverso la consultazione di queste Direttive, il dipendente è tenuto a rivolgersi alla propria DL.

II. SINTESI DELLE NORME PIÙ RILEVANTI

Nel prosieguo si farà riferimento all'applicazione delle norme sulla concorrenza tanto a singole società, quanto ai gruppi di imprese nel loro complesso che, nella visione economica che informa il diritto alla concorrenza, possono il più delle volte essere considerati come soggetti unici: per semplicità, ogni società singolarmente nonché il gruppo nel suo complesso verranno indistintamente denominati "Società".

Tanto le norme comunitarie - contenute essenzialmente nel Trattato istitutivo della Comunità Economica Europea e nel Regolamento sul Controllo delle Concentrazioni - quanto quelle



interne - contenute nella legge n. 287 del 1990 sulla Tutela della Concorrenza e del Mercato - si articolano in tre fondamentali istituti, disciplinati in modo simile nei due sistemi.

A. Intese

Un gruppo di norme vieta le intese che possono avere lo scopo o il risultato di restringere la concorrenza.

E' estremamente importante notare che per "intesa" non si intende necessariamente un accordo formale. L'intesa può essere scritta, orale, o derivare da comportamenti uniformi e concludenti: può essere tale uno scambio di lettere, una conversazione tenutasi nel corso di una riunione, anche di un'associazione di categoria, uno scambio di opinioni o di informazioni. Più in particolare, l'esistenza dell'intesa si può ricavare da ogni comunicazione reciproca che abbia l'effetto di influenzare il comportamento commerciale delle imprese o di rivelare ad esse il comportamento che una o più delle altre imprese intendono adottare. Data l'ampiezza di tale definizione, ogni contatto tra concorrenti, anche indiretto, può generare un rischio di applicazione delle norme sulla concorrenza, specie laddove esso sia seguito da un comportamento uniforme dei concorrenti stessi. Si noti che per aversi intesa vietata non è necessario che le parti abbiano effettivamente conseguito il risultato sperato: il mancato successo dell'intesa non costituisce una valida difesa di fronte all'Autorità.

Le intese rilevanti sono tanto quelle che intervengono tra concorrenti diretti, quanto quelle nei rapporti verticali, vale a dire tra soggetti operanti ad un livello differente della catena di produzione o di distribuzione (fornitore/produttore/grossista/dettagliante/cliente). Le imprese possono richiedere espressamente che un'intesa restrittiva venga esentata dall'Autorità dall'applicazione del divieto. Tale esenzione sarà accordata solo laddove l'impresa possa dimostrare che l'intesa in questione:

- (i) apporta sostanziali benefici economici, consistenti in un miglioramento della produzione o distribuzione (si pensi per esempio ad un accordo di ricerca e sviluppo), nonché
- (ii) genera un beneficio per i consumatori (per esempio facendo diminuire il prezzo o migliorando la qualità del prodotto o rendendo più agevole la distribuzione), e purché
- (iii) non elimini del tutto la concorrenza e
- (iv) non contenga restrizioni che non siano indispensabili per il perseguimento degli effetti positivi dell'intesa.

B. Abuso di Posizione Dominante

Altre norme vietano l'abuso del potere di mercato detenuto da un'impresa o da un gruppo di imprese.

La condotta da esaminare sarà abusiva solo se:



Farmindustria

- (i) la Società detenga una posizione dominante sul mercato rilevante (come meglio definito al paragrafo D), che le consenta di agire in modo sostanzialmente indipendente dai propri concorrenti, e
- (ii) il suo comportamento determina una illegittima restrizione della concorrenza.

Occorrerà anzitutto accertare se la Società detenga una posizione dominante, sul mercato nel quale opera.

La posizione dominante può risultare dai seguenti fattori:

- (a) ingenti quote di mercato detenute dalla Società;
- (b) differenza notevole tra le quote di mercato della Società e quelle dei suoi concorrenti;
- (c) potenza economica e finanziaria della Società;
- (d) notevole vantaggio tecnologico rispetto ai propri concorrenti;
- (e) integrazione "a monte" e "a valle";
- (f) disponibilità di una rete distributiva più estesa e meglio organizzata di quella dei concorrenti;
- (g) limitate possibilità di accesso dei concorrenti al mercato in questione.

Tutti questi fattori sono soltanto indizi di una posizione dominante; tuttavia, la detenzione di cospicue quote di mercato è molto significativa. In particolare, rilevanti quote di mercato possono provare da sole, salve circostanze eccezionali, l'esistenza di una posizione dominante. Tale è il caso, ad esempio di una quota di mercato del 70% o più; ma esistono precedenti giurisprudenziali che considerano rilevante una quota superiore al 40%. La valutazione circa la sussistenza di una posizione dominante dovrà ovviamente tener conto delle caratteristiche del mercato e delle quote detenute dai concorrenti: quando vi è una differenza notevole tra la quota dell'impresa dominante e delle imprese sue concorrenti, tale differenza può essere di per sé indice di una posizione dominante.

La struttura dei mercati farmaceutici è caratterizzata da livelli di concentrazione medio-elevati: in alcuni mercati le prime 4 imprese operanti detengono quote pari complessivamente all'80% del mercato; solo in pochi mercati le prime 4 imprese detengono complessivamente meno del 50% dello stesso. Tuttavia, dato che la concorrenza si sviluppa soprattutto attraverso la ricerca e l'innovazione di prodotto, si è assistito spesso a rapidi capovolgimenti nelle gerarchie tra le imprese, segno di una concorrenza sostenuta.

Si noti, inoltre, che le norme in questione possono applicarsi anche ad una *pluralità* di imprese che *nel loro insieme* detengano una posizione dominante, qualora i comportamenti "abusivi" lamentati siano posti in essere più o meno parallelamente da tali imprese (cd. "*posizione dominante collettiva*"). Questo si verifica in particolare nel caso di un mercato ove opera un numero assai limitato di imprese.



Farmindustria

Una volta accertato che la Società si trova a detenere una posizione dominante sul mercato nel quale opera, sarà necessario valutare la presenza di un abuso di tale posizione. Questo può in concreto sostanziarsi nell'imposizione di prezzi o condizioni contrattuali particolarmente gravose per l'altra parte, nella limitazione dell'accesso al mercato di concorrenti o clienti, nella messa in pratica di comportamenti discriminatori, che riservino cioè a talune parti un trattamento ingiustificatamente più favorevole rispetto a quello concesso ad altre, nell'imporre l'accettazione all'altra parte di obblighi che non sono strettamente connessi con l'oggetto del contratto, e valgono ad incrementare in maniera sostanziale il potere di mercato dell'impresa in questione.

E' bene precisare che, contrariamente a quanto avviene per le intese, non vi è alcuna esenzione per i casi di abuso di potere di mercato: pertanto, la Società è tenuta a cessare il comportamento e si espone all'applicazione di sanzioni.

Laddove la Società detenga una posizione dominante su di un qualsiasi mercato l'applicazione delle norme relative fa sì che la Società stessa non potrà godere della libertà di comportamento nei confronti di concorrenti, clienti e fornitori che sarebbe altrimenti normale: si parla a riguardo di speciale responsabilità dell'impresa dominante. E' dunque essenziale che la Società provveda preliminarmente ad identificare ogni mercato in cui si possa ritenere che essa detenga una posizione dominante. In tali mercati, è necessario che, ogni volta che sia posto in essere un comportamento che possa avere effetti restrittivi della concorrenza, si compia un'attenta analisi della situazione, volta ad accertare la sussistenza di un pericolo di abuso, come descritto specificamente nei paragrafi che seguono.

C. Concentrazioni

Un terzo gruppo di norme trova applicazione nel caso di acquisizioni di imprese (incluso naturalmente l'acquisto di partecipazioni di controllo), di fusione tra di esse, e di creazione di imprese comuni (*joint ventures*). In tali casi alle parti incombe l'obbligo di notificare l'operazione all'Autorità che, in un termine piuttosto ristretto, può vietarla ovvero autorizzarla, se del caso dopo aver richiesto opportune modifiche alla *concentrazione* originariamente contemplata. E' bene specificare che, nel caso delle concentrazioni l'Autorità può irrogare una sanzione laddove, pur risultando l'operazione del tutto innocua dal punto di vista della concorrenza, le parti abbiano omissso di compiere la comunicazione. Risulta quindi necessario effettuare con adeguato anticipo una verifica preventiva con la DL riguardo tutte le operazioni con possibile valenza concentrativa poste in essere dalle società del Gruppo, al fine di scongiurare il pericolo di una sanzione per omissa notificazione.

D. Definizione del mercato

Ai fini della valutazione delle intese, dell'abuso di posizione dominante e delle concentrazioni è necessario definire esattamente il mercato nel quale le imprese operano e nel quale, dunque, ogni accordo o abuso impatterà con la concorrenza. Occorrerà dunque valutare quale sia la posizione della Società rispetto al "mercato del prodotto", cioè rispetto al prodotto in questione e a tutti quei prodotti o classi di prodotti che, per l'uso al quale sono



Farmindustria

destinati, sono sostituibili con i prodotti in questione. Una volta individuato il prodotto rilevante, occorre accertare la posizione della Società sul mercato geografico, cioè l'ambito territoriale nel quale le condizioni di concorrenza sono omogenee rispetto al prodotto rilevante (così, se il costo del trasporto è elevato, l'ambito territoriale nel quale le condizioni di costo, e quindi di concorrenza, sono omogenee sarà piuttosto ristretto).

Nella prassi corrente dell'Autorità italiana e della Commissione delle Comunità Europee, il mercato farmaceutico è definito secondo i seguenti criteri:

(i) mercato *merceologicamente* rilevante:

Il criterio normalmente seguito nel settore farmaceutico per l'individuazione dei mercati dal punto di vista merceologico consiste nel fare riferimento alle classi terapeutiche, cioè all'azione chimica e allo scopo terapeutico del prodotto. L'individuazione di tali classi viene realizzata facendo ricorso all'Anatomical Therapeutic Classification (ATC). Tale sistema divide i farmaci in base a una classificazione di tipo alfa-numerico, individuando cinque livelli gerarchici. Il primo e il secondo gruppo identificano rispettivamente l'apparato o il sistema a cui il farmaco è destinato (sistema nervoso, sistema respiratorio, sistema cardiaco, ecc.) e la tipologia di farmaco (anestetici, antiasmatici, vasodilatatori periferici, ecc.). Il terzo livello del codice ATC individua invece classi di medicinali aventi le stesse *proprietà terapeutiche* e quindi prodotti sostituiti in quanto destinabili alla cura della stessa patologia. E' questo sottogruppo terapeutico ad avere il maggior impiego per la definizione del mercato del prodotto. Può capitare, tuttavia, che farmaci appartenenti a diverse classi terapeutiche ATC siano utilizzabili l'uno in sostituzione dell'altro o che, al contrario, solo medicinali con identico principio attivo, all'interno di una determinata classe terapeutica, possano essere impiegati come trattamento per la patologia diagnosticata. Si rende, in questo caso, necessario individuare il mercato di prodotto aggregando più classi terapeutiche del terzo livello o considerare il principio attivo, facendo riferimento al quarto livello.

(ii) mercato *geograficamente* rilevante:

relativamente al mercato geografico, la sua estensione è di norma riferita al territorio nazionale.

III. PROFILI PROCEDURALI E SANZIONATORI

Si noti che la violazione delle leggi a tutela della concorrenza e del mercato non solo può esporre la Società al rischio dell'applicazione di sanzioni pecuniarie assai elevate, come già detto, ma può anche esporre la Società all'obbligo di risarcire i danni che il concorrente, il cliente o il terzo abbiano subito a causa della condotta illecita.

Inoltre, la parte che ritenga di aver sofferto un danno dal comportamento illecito della Società può chiedere al giudice ordinario di adottare un provvedimento di urgenza col quale inibire il suo comportamento (così, ad esempio, nel caso di prezzi predatori), o ordinarle di compiere determinati atti (così, ad esempio, di fornire la merce richiesta da un cliente e che gli sia stata ingiustificatamente rifiutata).



Farmindustria

Infine, l'Autorità può imporre restrizioni temporanee o permanenti al comportamento della Società, che variano dall'alienazione delle partecipazioni acquisite in concorrenti, di aziende o rami d'azienda, al congelamento dei diritti di voto o all'esclusione della rappresentanza nel consiglio di amministrazione, sino alla proibizione di certe pratiche o alla concessione in licenza a terzi di diritti di proprietà industriale o intellettuale o alla trasmissione coattiva di informazioni aziendali.

Per l'inottemperanza degli ordini dell'Autorità o per il ritardato adempimento sono previste sanzioni pecuniarie assai gravose. Agli ispettori della Autorità ed a quelli della Commissione è concesso per legge di entrare nelle sedi delle società e dei gruppi (ivi inclusi locali, terreni e mezzi di trasporto), di esaminare la documentazione ed ogni altro tipo di informazioni, di fare copie di estratti di libri e registrazioni aziendali (compresi i file nei computer e i messaggi di posta elettronica) e di chiedere immediate spiegazioni verbali. Tali ispezioni sono effettuate senza preavviso, e la società in questione è tenuta a far accedere gli ispettori ai propri archivi ed a tutta la documentazione, anche se contenuta nelle singole stanze del personale o nei cassetti dei mobili che in tali stanze si trovano.

IV. LE IMPRESE FARMACEUTICHE

Se la possibile comminazione di sanzioni e la necessità di sottoporsi alle procedure amministrative previste dalla legge rendono particolarmente importante l'ottemperanza da parte di tutti i dipendenti alle norme sulla concorrenza, ciò è ancor più vero nel caso delle imprese farmaceutiche.

Il mercato farmaceutico è caratterizzato dall'esteso intervento pubblico (nella duplice veste di regolatore e terzo pagante) in posizione di monopsonio e ciò ha un forte impatto sull'offerta e sulla domanda, che viene normalmente mediata dal medico. Sussistono, infatti, stringenti vincoli nella fase della ricerca, della produzione, della promozione e commercializzazione dei prodotti farmaceutici; sono previsti meccanismi di determinazione dei prezzi ed un regime di rimborso per alcune fasce di farmaci. Tutto ciò comporta che qualsiasi limitazione della concorrenza ulteriore rispetto a quella derivante dagli obblighi di legge in questo particolare settore ha una rilevanza maggiore di quella che potrebbe avere in un libero mercato.

A ciò si aggiunga che la bassa sostituibilità dei prodotti per molti dei mercati in questione porta l'Autorità a definire in maniera circoscritta i mercati rilevanti per la sua analisi, con la conseguenza che si rende più facile per l'impresa interessata raggiungere quote di mercato significative.

Ne consegue che l'Autorità vigila con particolare attenzione sui mercati in questione ed è più volte intervenuta nei confronti delle imprese che vi operano, soprattutto con riferimento ad andamenti paralleli nei prezzi dei farmaci di classe c) gli unici attualmente liberi. Ciò, inoltre, deve rendere le imprese del settore particolarmente avvertite dei rischi di violazione delle norme a tutela della concorrenza e fa sì che l'Autorità sia poco incline a concedere attenuanti che, in caso di violazione delle norme da parte di un'impresa priva di esperienza in proposito, potrebbero altrimenti essere riconosciute.



V. DIRETTIVE GENERALI DI COMPORTAMENTO

Si distingue tra rapporti orizzontali (con i concorrenti), e rapporti verticali (con i clienti e con i fornitori).

A. Rapporti con i concorrenti

Sono nella maggioranza dei casi vietate le intese:

1. *Relative ai prezzi*
2. *Restrittive delle quantità prodotte*
3. *Restrittive della promozione*
4. *Per la ripartizione dei mercati*
5. *Per lo scambio o la divulgazione di informazioni relative all'attività svolta sul mercato.*
6. *Relative a gare pubbliche*
7. *Vendite o acquisti in comune*
8. *Relative a vendite gemellate (obbligo per poter acquistare un prodotto c.d "legante" di acquistarne un altro c.d "legato")*
9. *Per la restrizione di import o export*
10. *Per il boicottaggio*

Devono essere attentamente valutate dalla DL, le intese:

11. *Relative a licenze tra concorrenti e co-marketing*
12. *Relative a fusioni, creazione di filiali comuni, acquisizione di partecipazioni in imprese concorrenti.*

B. Rapporti Verticali

Come accennato nel par. II.A, sono verticali gli accordi stipulati tra imprese operanti in stadi successivi della catena di produzione o di commercializzazione del prodotto e che si riferiscono alle condizioni in base alle quali le parti possono *acquistare, vendere o rivendere determinati beni o servizi*; le parti di un tale accordo, quindi, non sono tra loro concorrenti in quanto operano su mercati differenti.

Tali contratti possono incorrere nei divieti stabiliti a tutela della libera concorrenza qualora contengano clausole particolarmente restrittive della libertà di ogni contraente di determinare individualmente il proprio comportamento sul mercato. Ciò si verifica, in particolare, nel caso



Farmindustria

in cui il contratto preveda clausole di fissazione dei prezzi, di ripartizione dei mercati, di non concorrenza.

La Commissione ha recentemente emanato il Reg. 2790/99/CE il quale introduce una presunzione di legalità per gli accordi verticali relativi all'acquisto e la vendita di beni e servizi, conclusi da un'impresa concedente (o acquirente, nel caso di acquisto in esclusiva) con una quota di mercato non superiore al 30%.

Fino a tale soglia, sono in linea di massima esentati gli accordi verticali che si riferiscono alle condizioni di acquisto, vendita o rivendita di beni o servizi¹, purché non contengano clausole volte a:

- a) stabilire il prezzo o il prezzo minimo di rivendita per i prodotti rispetto ai quali la determinazione dei prezzi è libera (sono invece valide le imposizioni di prezzi massimi e le raccomandazioni di prezzi, a certe condizioni);
- b) stabilire in quale territorio o a quali clienti l'acquirente può vendere i beni o i servizi, con alcune eccezioni;
- c) stabilire un obbligo di non concorrenza superiore a 5 anni o superiore ad 1 anno se relativo al periodo successivo alla scadenza del contratto.

Queste previsioni possono avere un interesse limitato, per quanto riguarda il mercato farmaceutico, fortemente regolato; si consideri, ad esempio, che non può prevedersi un obbligo di non concorrenza nel contratto concluso con i distributori all'ingrosso i quali sono obbligati a detenere almeno il 90% delle specialità medicinali in commercio.

Nel caso di una posizione di mercato superiore al 30% non vi è comunque una immediata presunzione di illegalità, né l'obbligo per le imprese di notificare l'accordo al fine di ottenere una esenzione individuale. È necessario consultare la DL in qualsiasi ipotesi di tali accordi.

Il Regolamento non si applica ad accordi verticali oggetto di altri regolamenti, con particolare riguardo a quelli di licenza di brevetto, marchio, o know-how, e a quelli di ricerca e sviluppo.

B.1. Licenze di brevetti, marchi, know-how, diritti d'autore e simili

La concessione di licenze è sottoposta all'applicazione delle norme relative alle Intese e, in caso di imprese in *posizione dominante*, a quelle sull'abuso di posizione dominante. In particolare, ricadono sotto tali disposizioni quelle restrizioni che spesso vengono incluse nei contratti di licenza: concessione di diritti esclusivi, restrizioni territoriali o relative a prezzi o quantità, ai miglioramenti apportati dal licenziatario, alla possibilità di impugnare la validità dei diritti concessi. Se i principi fondamentali sono quelli qui esposti in materia di Intese, tali

¹ Il regolamento non esenta le restrizioni e gli obblighi che non si riferiscono alle condizioni di acquisto, vendita o rivendita di beni o servizi, quali ad esempio il divieto di svolgere indipendentemente attività di ricerca e sviluppo, inseriti in un accordo che, per il resto, ha natura verticale.



Farmindustria

accordi sono tuttavia sottoposti a regole particolari, contenute per lo più in appositi regolamenti (in particolare, per gli accordi di trasferimento di tecnologia, contratti di subfornitura, accordi verticali conclusi unitamente ad accordi orizzontali). Tali licenze, come accennato, sono esentate in base al nuovo Regolamento solo in quanto siano accessorie ad altri accordi verticali esentati.

Esistono attualmente regolamenti di esenzione relativi agli accordi di licenza, a quelli di ricerca e sviluppo, e a quelli di specializzazione. Tali regolamenti, tuttavia, sono di prossima scadenza, e nel contesto comunitario si discutono attualmente bozze di nuovi regolamenti sostitutivi. Tra le principali caratteristiche di tali regolamenti rientrerebbe quella di esentare quegli accordi che coinvolgano imprese che non superano complessivamente il 25% del mercato rilevante. In considerazione tuttavia di tali elementi di provvisorietà e di complessità, è opportuno rivolgersi alla DL laddove si tratti di concludere accordi di licenza, di specializzazione o di ricerca e sviluppo.

C. Abuso di posizione dominante

Qualora l'impresa detenga una posizione dominante, la legge fa divieto di attuare comportamenti che rappresentino un abuso di tale posizione. I casi tipici di abuso sono (salvo verificare la loro praticabilità in ambito farmaceutico) rappresentati da:

1. *Prezzi eccessivi*
2. *Sconti "fedeltà"*
3. *Prezzi predatori*
4. *Discriminazione*
5. *Rifiuto di vendere*

La regola sopra enunciata incontra alcune deroghe nei casi in cui il comportamento dell'impresa sia giustificato. Questo è, ad esempio, il caso dell'esistenza di un intervento statale tale da rivestire carattere vincolante del comportamento dell'impresa. Un'altra eccezione si presenta nel caso di imprese incaricate della gestione di servizi d'interesse economico generale qualora l'applicazione delle regole di concorrenza osti all'adempimento della specifica missione ad esse affidata.

D. Riunioni tra concorrenti

In caso di riunioni tra concorrenti è necessario verificare attentamente il contenuto e le procedure.

Infatti può capitare che alcuni tra i partecipanti si scambino contatti relativi al loro comportamento commerciale o si scambino informazioni riservate. Occorre dunque porgere estrema attenzione a che nessuno mantenga contatti nelle materie commerciali o scambi informazioni commerciali riservate nel corso delle riunioni. In tal caso, si dovrà abbandonare



Farmindustria

la riunione, chiedendo - ove possibile - che sia dato immediato atto dell'abbandono. Inoltre, ove si siano determinate situazioni di tal genere, chiunque opererà per la Società dovrà direttamente redigere una relazione ed inviarla alla DL per l'adozione di ogni atto opportuno a confermare il non coinvolgimento della Società.

In ogni caso, la DL dovrà previamente esaminare l'ordine del giorno della riunione.

Nel caso di contatti informali con i concorrenti occorre evitare commenti o discussioni in merito a elementi quali prezzi, profitti, ribassi, quantità, mercati, clienti, necessità di stabilità nei prezzi. Chi opererà per la Società dovrà opporre un fermo rifiuto di seguire l'interlocutore in siffatte discussioni, e documentare appena possibile tale sua desistenza.

Si noti che, in linea di principio, non dovrà in nessun caso essere rilasciata a terzi alcuna procura, anche informale, per operare in nome o per conto della Società nel corso di riunioni tra concorrenti.

Le osservazioni che precedono si applicano anche al caso delle riunioni delle Associazioni di categoria.

E. Accordi permessi

Sono comunque consentite, a titolo esemplificativo e non esauriente, le Intese che vertono sui seguenti argomenti:

1. programmi di ricerca tecnica o studi di carattere generale sull'andamento del mercato o di analisi del settore industriale, specie attraverso associazioni di categoria;
2. cooperazione, specie attraverso associazioni di categoria, per la promozione generale del settore attraverso l'adozione di un marchio di qualità comune, attraverso pubblicità, pubbliche relazioni e lobbying;
3. elaborazione in comune tra concorrenti di statistiche di carattere generale sul settore mediante un terzo fiduciario che provvederà ad elaborare i dati forniti da ciascuna impresa e li fornirà in modo aggregato e non identificativo;
4. scambi di informazioni sulla situazione finanziaria o l'esposizione creditizia di un cliente determinato, anche mediante un'associazione di categoria, se ciò non costituisce la base per un'operazione di boicottaggio collettivo. E' tuttavia proibita ogni discussione su sconti o condizioni di credito tra concorrenti;
5. cooperazione tra concorrenti per problemi lavoristici (ad esempio, in fase di contrattazione collettiva);
6. attività di ricerca scientifica che non si estendono alla fase di commercializzazione;
7. partecipazione in associazioni temporanee o joint ventures, laddove le parti non siano concorrenti.



F. Documenti

Le Autorità dispongono di rilevanti poteri ispettivi e possono richiedere informazioni, scritte od orali. Esse possono anche richiedere l'esibizione di copie di documenti, quali verbali, memoranda riservati, piani di mercato, note manoscritte, note telefoniche, calendari e agende, note spesa, corrispondenza, messaggi di posta elettronica.

Il rifiuto di fornire, senza giustificato motivo, le informazioni o di esibire i documenti, ed il fornire informazioni incomplete o non veritiere, espongono la Società al rischio di sanzioni.

I poteri ispettivi conferiti alle Autorità si estendono fino a garantire ad esse il potere di ispezionare i locali della Società e di accedere ai documenti aziendali prendendone copia, anche mediante l'ausilio della forza pubblica.

Pertanto, nella redazione dei documenti sopra descritti occorrerà esercitare in genere notevole cautela, e tenere sempre a mente le seguenti norme di condotta:

1. prestare attenzione all'impatto sul lettore di parole che potrebbero distorcere il reale significato ad esse attribuito da chi le ha scritte;
2. non commentare la liceità di certi comportamenti alla luce delle norme sulla concorrenza, lasciando ogni apprezzamento relativo alla DL;
3. identificare chiaramente la fonte di ogni informazione commerciale relativa a concorrenti, pervenuta legittimamente nella disponibilità della Società.