

BACHECA, Obbligazioni e contratti

Le linee guida Confindustria per la Compliance Antitrust delle imprese

di **Marco Bianchi**

La Confindustria ha pubblicato nello scorso mese di Aprile le “*Linee Guida per la Compliance Antitrust delle Imprese*”, di cui è possibile scaricare il pdf dalla sezione “Documenti” del sito della Confindustria.

Che nelle aziende Italiane sia necessaria una maggior consapevolezza dei limiti all'autonomia negoziale posti dalle normative in tema di concorrenza sembra fuori di dubbio, visto che periodicamente si verificano casi di aziende, anche non piccole, che vengono sanzionate per aver posto in essere pratiche palesemente anticoncorrenziali. Compulsando il Bollettino pubblicato periodicamente dall'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato si ritrovano spesso casi sanzionati dall'AGCM che sembrano dimostrare l'indifferenza o proprio la non consapevolezza di tante imprese non banali che hanno posto in essere comportamenti anti concorrenziali. Basti pensare al recentissimo caso che ha coinvolto tra le principali società del settore vending (i.e. le macchinette distributrici di bevande e alimenti), per cui la AGCM ha comminato una sanzione di complessivi 100 milioni di Euro ai partecipanti (che si autodefinivano nella loro corrispondenza “i concorrenti amici ...”), che avevano implementato e dato continuata esecuzione ad un accordo informale “*volto a mantenere alto il livello dei prezzi e a preservare la redditività delle imprese di gestione*” e consistente “*nella ripartizione del mercato e della clientela, nonché nel coordinamento in materia dei prezzi di vendita*”. Non che non si trovino decisioni dell'AGCM su comportamenti che, quantomeno a molti manager di piccole e medie imprese italiane potrebbero apparire meno eclatanti e tali da far sì che neppure sorga in essi la consapevolezza del loro impatto anticoncorrenziale. E' il caso dei contratti di concessione ove l'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato ha sanzionato, in diversi occasioni, alcune società italiane che avevano tentato di imporre ai loro distributori un prezzo minimo di rivendita, il che configura un caso di RPM - *Resale Price Maintenance*, una delle restrizioni fondamentali (*hard-core restriction*) vietate dal Reg. (UE) 330/2010 del 20 aprile 2010 in tema di accordi verticali

E dunque l'iniziativa della Confindustria di predisporre, pubblicare e pubblicizzare le Linee Guida per la Compliance Antitrust è stata più che mai opportuna e tempestiva. All'atto pratico le Linee guida possono svolgere una duplice funzione. In primo luogo possono essere utili a tutti gli avvocati che si occupino di contratti d'impresa in azienda o/ per conto di un'azienda, siano essi contratti di diritto interno piuttosto che contratti destinati a dispiegare i loro effetti all'interno dell'Unione Europea. In secondo luogo Le Linee Guida ribadiscono la necessità che le imprese italiane progettino e mettano in pratica dei programmi di compliance antitrust,

promuovendo al contempo programmi di formazione interna in tema di antitrust tra i manager non giuristi (e ciò probabilmente potrebbe avere come ulteriore conseguenza di evitare, o quantomeno di limitare, comportamenti e pratiche delle imprese palesemente anticoncorrenziali e quindi destinate a richiamare l'attenzione della AGCM o della Commissione Europea).

Le Linee Guida sono principalmente dedicate alla strutturazione di un programma di "Compliance Antitrust", con modalità che appaiono del tutto familiari a chi si occupi anche di Modelli Organizzativi e di Programmi di Compliance ex D. Lgs. 231/01, in quanto il "percorso" da esse suggerito è chiaramente ispirato a quello per la redazione dei Modelli Organizzativi "231": mappatura dei rischi presenti in azienda, loro valutazione, predisposizione degli strumenti di gestione e controllo dei processi aziendali potenzialmente interessati dai rischi antitrust, coinvolgimento dei vertici aziendali e, "last but not least", formazione e training.

In realtà risultano più interessanti i due Allegati alle Linee Guida. Il primo ("Informativa"), se è consentito il paragone, rappresenta una sorta di "bignami", che riepiloga le principali pratiche lesive della concorrenza (quali scambio di informazioni tra concorrenti, cartelli, restrizioni vietate negli accordi verticali, abuso di posizione dominante e di posizione economica, concentrazioni tra imprese), nonché i poteri dell'AGCM e della Commissione UE (indagini, sanzioni, e programmi di clemenza). Il secondo Allegato ("Casistica") è altrettanto utile per comprendere la normativa (o, meglio ancora, per non illudersi di poterla "aggirare" ...). Vi sono infatti riassunte le decisioni dell'AGCM, suddivise per singola fattispecie anti-concorrenziali, che rendono di immediata evidenza la pratica applicazione dei principi e delle norme delineate nell'Allegato 1, e qui i nomi delle imprese coinvolte sono i più vari, piccole e medie imprese ma anche società famose o società quotate.

L'auspicio dunque è che le Linee Guida vengano diffuse e meditate dalle imprese italiane e dai loro consulenti così da contribuire a diffondere e far crescere una cultura d'impresa consapevole delle problematiche antitrust.



Master di specializzazione

CONTRATTUALISTICA NEL COMMERCIO ESTERO

Scopri le sedi in programmazione >