UNIPRO
Associazione Italiana delle Imprese Cosmetiche

LINEE GUIDA E PROCEDURE PER IL RISPETTO DELLA NORMATIVA ANTITRUST

Principi, linee guida generali e per le elaborazioni statistiche, procedure per lo svolgimento delle riunioni.

Anno 2009

Federchimica - Confindustria

20131 **Milano**, Via Accademia 33
tel. +39 02 281773.1 - fax +39 02 281773.90
00144 **Roma**, Viale Pasteur 10
tel. +39 06 6787506
www.unipro.org - unipro@unipro.org
Codice Fiscale 80052390152

Indice

Ruolo dell'Associazione come punto di incontro delle imprese	pag. 3
Linee guida generali	pag. 6
Linee guida per le rilevazioni statistiche	pag. 9
Procedura per l'organizzazione delle riunioni.	pag. 11
Procedura per l'organizzazione delle riunioni presso uffici di Unipro da parte di ente esterno	pag. 12
Fac-simile di Dichiarazione di assunzione di responsabilità per garantire il rispetto delle regole sulla libera concorrenza per l'organizzazione delle riunioni da parte di ente esterno	pag. 13

Ruolo dell'Associazione come punto di incontro delle imprese

Le Associazioni di imprese costituiscono un fenomeno aggregativo nato nella prima metà del '800 in Inghilterra, col sorgere della moderna società industriale, ponendosi come naturale contrapposizione alle Trade-unions.
Con l'evolversi della società e con il progressivo intervento dello Stato nel mondo industriale, ove ha assunto sempre più la veste di imprenditore parallelamente a quella di regolamentatore, le Associazioni hanno di conseguenza aumentato il loro raggio d'azione, abbracciando anche tematiche non più legate ai rapporti contrattuali e salariali.

Questa evoluzione non è però stata costante e uniforme in tutti i settori industriali; in quelli ove poche imprese omogenee costituivano e componevano il mercato, l'intervento associativo si è solo moderatamente accresciuto, mantenendo prevalentemente il ruolo sindacale, poiché in questi settori imprenditoriali l'intervento economico dello Stato non era sentito come particolarmente minaccioso.
Nella maggior parte degli altri settori industriali è da sempre presente una struttura di tipo oligopolista: poche imprese di dimensioni decisamente superiori alla media e una vasta gamma di imprese di dimensioni relativamente modeste ma nel complesso proiettate su una rilevante quota di mercato e, in molti casi, più che rilevante decisamente maggioritaria.
In questi settori, molto frammentati, la singola impresa di modeste dimensioni si è sempre sentita schiacciata tra la moltitudine di consorelle concorrenti e le poche rilevanti imprese, viste con un'ottica relativa quali colossi, avvertendo così un crescente fattore di insicurezza che ha contribuito in misura rilevante a sviluppare lo spirito associativo.
Diversamente motivato ma altrettanto rilevante il senso di insicurezza percepito dalle imprese di dimensioni più consistenti, per esse l'associazionismo è sempre stato vissuto sia come una difesa nei confronti dello Stato che come strumento a protezione della propria posizione sul mercato.

Con l'evolversi dell'economia la figura del mercato di tipo oligopolista, ha prevalso in quasi tutti i settori merceologici del Paese e la globalizzazione ha contribuito ad eliminare di fatto la prima struttura di mercato descritta, molto simile al monopolio imperfetto.

Oggi le Associazioni sono sempre più viste come "casa comune delle imprese", come punto di incontro per promuovere e sviluppare iniziative volte a incrementare l'attività o a risolvere in comune determinati problemi.

Qui l'attività associativa è ormai decisamente lontana dalla conflittualità sindacale, si guarda intensamente allo sviluppo economico; ma proprio questi nuovi obbiettivi richiedono una forte attenzione sulle iniziative che in Associazione vengono intraprese. Forte attenzione volta ad evitare che le iniziative che ivi vengono decise incrementino l'attività economica delle imprese promotrici ma al tempo stesso non ledano i principi della libera concorrenza e della parità di trattamento tra i soggetti economici coinvolti.
Il concetto è semplice: "creare sì, ostacolare no".

La legge 10 ottobre 1990, n. 287, all'articolo 2 definisce le *intese* quali "accordi e/o pratiche concordate tra imprese nonché le deliberazioni, anche se adottate ai sensi di disposizione statutarie o regolamentari, di consorzi, associazioni di imprese ed altri organismi similari". Praticamente con il termine *intese* sono individuate tutte quelle formulazioni di volontà unitaria

adottate dalle imprese direttamente o tramite organismi che le rappresentano anche in forma mediata.
Il termine *intese* indica quindi azioni comuni, tipico risultato dell'attività associativa, e non ha di per sé un connotato negativo; lo assume quando l'intesa è volta ad impedire, restringere o falsare in maniera consistente il gioco della concorrenza all'interno del mercato nazionale o di una sua parte e ciò la norma vieta categoricamente.

Il Legislatore esemplifica le intese vietate, quelle cioè consistenti nel:

a) fissare direttamente o indirettamente i prezzi d'acquisto o di vendita ovvero altre condizioni contrattuali;
b) impedire o limitare la produzione, gli sbocchi o gli accessi al mercato, gli investimenti, lo sviluppo tecnico o il progresso tecnologico;
c) ripartire i mercati o le fonti di approvvigionamento;
d) applicare, nei rapporti commerciali con altri contraenti, condizioni oggettivamente diverse per prestazioni equivalenti, così da determinare per essi ingiustificati svantaggi nella concorrenza;
e) subordinare la conclusione di contratti all'accettazione da parte degli altri contraenti di prestazioni supplementari che, per loro natura o secondo gli usi commerciali, non abbiano alcun rapporto con l'oggetto dei contratti stessi.

Le intese così individuate sono tipiche manifestazioni di comportamenti di "alcuni" contro "altri".

Nel successivo articolo 3 vi sono divieti di comportamenti adottati da imprese che hanno una posizione dominante sul mercato e anche qui la norma da un'esemplificazione non certo esaustiva, vieta di:

a) imporre direttamente o indirettamente prezzi di acquisto, di vendita o altre condizioni contrattuali ingiustificatamente gravose;
b) impedire o limitare la produzione, gli sbocchi o gli accessi al mercato, lo sviluppo tecnico o il progresso tecnologico, a danno dei consumatori;
c) applicare nei rapporti commerciali con altri contraenti condizioni oggettivamente diverse per prestazioni equivalenti, così da determinare per essi ingiustificati svantaggi nella concorrenza;
d) subordinare la conclusione dei contratti all'accettazione da parte degli altri contraenti di prestazioni supplementari che, per loro natura e secondo gli usi commerciali, non abbiano alcuna connessione con l'oggetto dei contratti stessi.

E' semplice vedere come in questi due articoli si riflette la situazione di oligopolio sopra descritta: prima il divieto di eccesso di accordo alle imprese, poi il divieto di imporre il loro peso alle imprese di maggiori dimensioni.

L'Associazione per sua natura rappresenta un "campo neutro", un punto di incontro delle imprese di un determinato settore o di una determinata area territoriale, ma proprio questa sua "equidistanza" la rende un "terreno" estremamente fertile per quei comportamenti che la norma vieta.

La norma per sua natura deve essere astratta, non può fissare i singoli dettagli, deve stabilire dei principi. Stabilito il divieto di intese e di comportamenti da posizione dominante volti a falsare la libera concorrenza, lascia all'operatore la valutazione sulla legittimità di determinate modalità operative.

In concreto ciò significa che un'intesa vietata o l'abuso di una parte dominante non necessitano di particolari individuazioni, possono manifestarsi in qualsiasi forma, dal verbale di una riunione all'accordo conseguito nell'ambito associativo, è l'effetto ultimo che decide, non gli aspetti formali con i quali si realizza.

Altra caratteristica della norma è la sanzionabilità collegata alla sua violazione.
La pratica irregolare comunque definita nell'ambito associativo comporta pesanti sanzioni a capo delle parti coinvolte e dell'Associazione stessa e può prevedere anche il risarcimento del danno alla parte illecitamente danneggiata.

In caso di applicazione di sanzioni, l'Associazione è tenuta a richiedere ai propri membri contributi a concorrenza dell'importo dell'ammenda irrogata quando non è sufficientemente solvibile per coprire il pagamento.
Se i contributi non sono versati entro un determinato termine l'Ente sanzionatore potrà esigere il pagamento dell'ammenda direttamente dalle imprese associate presenti sul mercato nel quale si è verificata l'infrazione (salvo che la singola impresa dimostri di non avere attuato l'illecito in quanto non ne era a conoscenza o si era attivamente dissociata da esso).

In sede di indagini dell'Autorità, accertamenti potranno effettuarsi presso la sede dell'Associazione, ma anche (a certe condizioni e previa autorizzazione dell'Autorità giudiziaria) presso il domicilio dei suoi dirigenti e dipendenti.

Linee guida generali

Nel paragrafo precedente sono stati ripresi i comportamenti che la norma stabilisce quali lesivi della concorrenza e si è avuto modo di osservare come il Legislatore stesso prima stabilisce un principio generale che poi esemplifica con gli aspetti più stigmatizzabili. Si tratta evidentemente di un'elencazione esemplificativa, si è già detto che la norma non può prevedere tutte le possibili situazioni concrete, compito di queste Linee guida è quindi quello di cercare di estendere l'esemplificazione ad un maggior grado di concretezza, senza per questo avere la presunzione di aver esaurito l'intera casistica possibile.

A titolo esemplificativo è lecito, nell'ambito associativo, svolgere:

- **attività di lobbying**;
- **la tutela degli interessi di categoria** (come ad es. l'intervento per contrastare la diffusione di notizie false sul settore e sui prodotti cosmetici - l'azione per concorrenza sleale di cui all'art. 2601 c.c. – l'impugnazione di atti amministrativi illegittimi che pregiudicano la categoria – l'azione ai sensi dell'articolo 8 del D.Lgs 231/2002 in materia di ritardi di pagamento – la richiesta di risarcimenti per danni ambientali);
- **la partecipazione a fiere di settore, locali, nazionali o estere, e a missioni e incontri commerciali esplorativi,** a condizione che le regole di partecipazioni siano obiettive, trasparenti e non discriminatorie, e non presentino barriere all'ingresso;
- **la promozione di attività promo/pubblicitarie comuni** (ad esempio all'interno di gruppi merceologici), quali pubblicità istituzionale, pubblicazioni sull'attività dei gruppi e simili, a condizione che non vengano poste discriminazioni tra i partecipanti e/o vincoli all'ingresso alla partecipazione a tali iniziative;
- **la determinazione o la fissazione di standard tecnici,** a condizione di non utilizzarli per fini discriminatori; le condizioni di accesso allo standard devono essere obiettive e trasparenti;
- **l'attività rivolta a una conoscenza e un controllo del mercato***,* come ad esempio:
  - le segnalazioni di illeciti o anomalie del mercato (ad es. contraffazioni – dumping);
  - lo studio delle variabili macroeconomiche;
  - lo studio e la rilevazione della composizione quali-quantitativa del mercato;
  - l'elaborazione di statistiche e lo scambio di informazioni a condizione che essi riguardino dati di carattere generale, che siano in forma aggregata e che non permettano in particolare l'individuazione dei singoli operatori*;*
- **la realizzazione o la regolamentazione di marchi di qualità** – a condizione che siano accessibili e in termini obiettivi e che non costituiscano una limitazione al mercato o una discriminazione tra le imprese;
- **modelli contrattuali standard,** a condizione che tali modelli riguardino solo gli aspetti normativi e in nessun caso vengano predisposti aspetti economici che possano comportare un coordinamento/allineamento tra le imprese;
- **promuovere qualsiasi iniziativa volta a favorire o a garantire la concorrenza tra gli associati.**

In generale, il principio che deve guidare **sempre** l'attività associativa è quello in base al quale ogni operatore economico deve determinare il proprio comportamento **autonomamente.**

Sia nell'ambito associativo come pure nei gruppi o organismi parcellitari del settore cosmetico, sono da ritenersi illecite, in quanto lesive della concorrenza, attività quali ad esempio:

- **agevolare gli scambi di informazioni sui prezzi o sulle variabili economiche** (c.d. dati sensibili) **che sono normalmente segreti aziendali**;
- **favorire l'adozione di prezzi uniformi o di politiche comuni di prezzi;**
- **favorire l'adozione omogenea di clausole contrattuali che possano provocare un aumento dei prezzi;**
- **controllare o limitare la produzione;**
- **limitare o impedire l'accesso al mercato da parte di potenziali concorrenti;**
- **favorire la compartimentazione dei mercati;**
- **instaurare/favorire sistemi di boicottaggio collettivo;**
- **favorire l'adozione di condizioni commerciali ingiustificate o discriminatorie nei confronti di singole imprese o categorie di imprese, di clienti o fornitori;**
- **consentire o accettare l'esistenza di clausole che limitino o riducano sensibilmente la partecipazione delle imprese alla vita associativa.**

In modo particolare, nelle riunioni deve quindi essere impedita la trattazione di argomenti riguardanti:

- **prezzi e clausole contrattuali** che devono restare libere nell'individualità dell'impresa**;**
- **politiche commerciali** – quando gli argomenti siano mirati ad uniformare le politiche commerciali individuali che devono essere svincolate e libere da iniziative adottate in ambito associativo;
- **strategie promozionali o di gruppo** – quando gli argomenti siano mirati ad alzare barriere all'ingresso di altre imprese associate.

A titolo esemplificativo non devono essere consentiti scambi di informazioni relativi:

- **prezzi di acquisto e vendita, tendenze di prezzo, metodi di calcolo dei prezzi, singole componenti di prezzo di natura aziendale;**
- **quote di mercato;**
- **livelli di produzione, livelli di scorta, processi e metodi produttivi, sviluppi tecnologici e migliorie;**
- **termini e condizioni di acquisto o vendita e strategie di marketing;**
- **costi di trasporto, costi del personale e altre componenti economiche interne.**

Non devono essere predisposte azioni tipo:

- **scambi di listini di vendita e/o la diffusione/divulgazione degli stessi con qualsiasi mezzo, sia all'interno che all'esterno dell'ambito associativo;**
- **raccolte di dati sulle operazioni commerciali;**
- **analisi di informazioni statistiche disaggregate o disaggregabili;**
- **analisi di dati individuali;**
- **predisposizione di liste nere o boicottaggio di clienti, concorrenti o fornitori.**

Sono vietate azioni o accordi volti a **produrre barriere all'ingresso** per la partecipazione a gruppi, manifestazioni o iniziative interne o esterne all'associazione.
L'applicazione di **quote di partecipazione** a determinate iniziative è legittima a condizione che alla diversità di quote corrisponda una diversità di servizio. In buona sostanza, la differenziazione delle quote di partecipazione deve trovare ragione principalmente in criteri oggettivi e qualora si ravvisino criteri soggettivi, questi devono essere rivolti a una collettività non personalizzabile.
A parità di servizi sono ammesse differenziazioni di quote tra Associati a Unipro e non associati (idem per i rapporti tra consorziati a RTC o a Uniservice e enti di appartenenza).
A parità di servizi sono ammesse differenziazioni di quote a seconda, ad esempio, della collocazione territoriale.
In ogni caso tali quote non devono assumere differenziazioni tali da risultare economicamente ingiustificate.

Linee guida per le rilevazioni statistiche

Le rilevazioni di tipo statistico che comportano raccolta di dati dai partecipanti, elaborazione dei dati ottenuti e distribuzione dei risultati ottenuti in forma assemblata, dovranno essere predisposte, gestite ed organizzate da personale esplicitamente incaricato sotto la responsabilità di un dirigente/funzionario dell'associazione. Tali persone, uniche ad avere accesso ai dati individuali, devono garantire la riservatezza dei singoli dati nei confronti di rappresentanti di imprese associate, imprese esterne e di organi informativi (agenzie pubblicitarie, giornalisti, pubblica amministrazione e simili).
La richiesta ai partecipanti e trasmissione dei dati deve avvenire esclusivamente con **richiesta di dati su supporto informatico** (foglio di Excel, documento Access e simili). Eventuali dati ricevuti per fax o in formato cartaceo dovranno essere immediatamente convertiti nel supporto informatico richiesto e dopo verifica il supporto non informatico dovrà essere immediatamente distrutto con modalità che garantiscano l'irrecuperabilità dei dati.

I dati individuali in formato informatico richiesto dovranno essere **salvati su aree di memoria accessibili esclusivamente all'utilizzatore o su supporto fisico (cd, chiave usb e simili), in ogni caso proteggendo sempre i files con opportuna password** (consigliato: file zippato protetto contenente files individuali a loro volta protetti).

I dati individuali ricevuti dovranno essere **distrutti** decorsi almeno 60 giorni a partire dalla data di distribuzione dei dati assemblati; salvo che i dati ricevuti non debbano essere utilizzati per successive elaborazioni, nel qual caso i 60 giorni decorreranno dalla data dell'ultimo utilizzo; la cancellazione dovrà avvenire garantendo l'irrecuperabilità.

Le **stampe cartacee di dati individuali,** dovute esclusivamente per fini di controllo, qualora non possano avvenire su stampanti dedicate, dovranno essere effettuate assicurando l'assoluta riservatezza.

L'assemblaggio dei dati non deve essere sottoposto a **valutazione o revisione** da parte dei partecipanti o di terzi. Eventuali errori nella trasmissione dei dati richiederanno una rielaborazione completa dell'indagine, evitando di segnalare il nominativo del soggetto i cui dati vengono rettificati.

La **segnalazione dei nominativi** partecipanti, anche in caso di recesso o di ingresso in corso di rilevazione, è consentita solo se il raffronto fra diverse segnalazioni non consente l'individuazione, anche approssimativa, di dati individuali.

I dati dovranno essere presentati ai partecipanti e ai destinatari solo in **forma assemblata**; è consentita l'indicazione dei partecipanti senza però alcuna esplicitazione quantitativa sulla singola partecipazione. In ogni caso le rilevazioni dovranno essere assemblate esclusivamente in presenza di un numero di partecipanti tale da garantire la non scomponibilità. Il numero minimo di tre partecipanti non può essere ritenuto accettabile qualora le partecipanti abbiano dimensioni non omogenee, relativamente ai dati raccolti.

La **distribuzione dei dati assemblati** a imprese associate non partecipanti all'indagine e/o ad operatori esterni all'associazione deve essere preventivamente concordata con i partecipanti all'indagine.

La particolare elaborazione, definita "**stima dei consumi di cosmetici**" può essere realizzata anche con discussione e valutazione dei dati a condizione che i dati in argomento non siano una

sommatoria di dati individuali e che, in ogni caso, rappresentino una valutazione del mercato globale ad un livello di commercializzazione successivo a quello dei partecipanti (valutazione del sell out effettuato da imprese che non vendono al consumatore o all'ultimo utilizzatore).

Procedura per l'organizzazione delle riunioni

Qualsiasi riunione di imprese, associate o meno, o di enti esterni che avvenga sotto l'organizzazione, anche solo logistica, dell'Associazione o degli Enti ad essa collegati **deve** prevedere un funzionario e/o dirigente dell'Associazione o di un Ente ad essa collegato, incaricato di effettuare e verificare quanto di seguito al fine di garantire il rispetto della normativa sulla libera concorrenza. Detto incaricato può o meno coincidere con il dirigente o il funzionario che operativamente organizza e/o coordina l'attività e le materie oggetto della riunione.

L'incaricato deve:

- ✓ verificare che sia stato realizzato e messo a disposizione della Reception un elenco dei presenti con l'indicazione delle eventuali assenze giustificate e lo spazio per apporre firma di presenza anche per i nominativi non espressamente compresi nell'elenco; nell'elenco deve figurare anche il suo nominativo quale **incaricato del rispetto della norma sulla libera concorrenza**;
- ✓ preventivamente verificare che ai partecipanti sia stato distribuito l'**ordine del giorno**, documento obbligatoriamente **dovuto**;
- ✓ **assistere alla riunione** per l'intera sua durata; in caso di impossibilità pratica dovrà provvedere ad opportuna sostituzione garantendo il rispetto di quanto qui previsto;
- ✓ **garantire la realizzazione di un verbale** degli argomenti affrontati, previsti nell'ordine del giorno, in modo particolare con riferimento alle "varie ed eventuali" quando sotto questa voce vengono esposti argomenti di peso rilevante;
- ✓ **intervenire interrompendo discussioni o dibattiti su temi che possano violare le disposizioni delle presenti linee guida o che possano ritenersi di dubbia legittimità**. Nel caso, dovrà richiedere il rinvio dell'argomento a successiva riunione previa verifica della liceità del tema in argomento con un legale esperto in tematiche sulla libera concorrenza;
- ✓ **assicurare la verbalizzazione dell'intervento interruttivo**;
- ✓ **garantire l'archiviazione** quantomeno informatica delle lettere di convocazione e dei verbali e, qualora non dettagliato nella verbalizzazione, dell'elenco dei partecipanti alle riunioni.

Procedura per l'organizzazione delle riunioni presso uffici di Unipro da parte di ente esterno

Qualora un ente o una società esterni ad UNIPRO e agli enti ad esso collegati, intendano organizzare propria riunione utilizzando locali e/o le strutture dell'Associazione, sia a titolo oneroso che gratuito, la concessione del/dei locale/i da parte di Unipro o degli enti ad esso collegati deve essere subordinata a quanto segue.

Il responsabile di Unipro o degli enti ad esso collegati che ha accettato l'organizzazione della riunione nei propri locali da parte di soggetti esterni dovrà:

1. trasmettere o verificare che siano già in possesso dei promotori della riunione le Linee Guida di Unipro sul rispetto delle regole sulla libera concorrenza;
2. ricevere con almeno sei giorni di anticipo rispetto alla data prevista per la riunione, richiesta scritta dell'organizzatore ove venga specificato, oltre ai normali elementi logistici, l'ordine del giorno, l'elenco delle imprese convocate e dei rispettivi partecipanti e l'indicazione nominativa della persona partecipante che si assume la responsabilità del rispetto delle norme sulla libera concorrenza. Tale richiesta deve essere corredata, nel corpo o con documento a parte, da assunzione di responsabilità da parte del soggetto designato a garantire il rispetto della normativa formulata in conformità allo schema allegato;
3. sottoporre, qualora lo ritenesse indispensabile, i documenti di cui al punto precedente all'organo esterno di controllo di Unipro per un assenso preventivo, anche tacito, allo svolgimento della riunione; nel caso potrà essere richiesta una proroga della data di inizio della riunione;
4. qualora alla data della riunione il soggetto designato a garantire il rispetto della norma sia impossibilitato ad intervenire, dovrà prima dell'inizio della riunione essere indicato un partecipante in sostituzione, il quale ne assumerà l'incarico sottoscrivendo il documento di cui al punto 2 che dovrà essere consegnato, prima dell'inizio della riunione, al responsabile di Unipro o dell'ente collegato che ha deliberato la riunione; qualora non sia possibile indicare il partecipante in sostituzione la riunione verrà rinviata a successiva data;
5. entro il termine di 10 giorni lavorativi dovrà ricevere il verbale della riunione ed archiviarlo unitamente alla documentazione di cui ai punti precedenti; il mancato rispetto di tale adempimento comporterà elemento negativamente rilevante nella valutazione di successiva richiesta di disponibilità per incontri.

Allegato a:
Procedura per l'organizzazione delle riunioni presso uffici di Unipro da parte di ente esterno

DICHIARAZIONE DI ASSUNZIONE DI RESPONSABILITA' PER GARANTIRE IL RISPETTO DELLE REGOLE SULLA LIBERA CONCORRENZA

Il sottoscritto_____

per conto dell'impresa _____

parteciperà alla riunione dell'Ente/dell'Associazione _____

che si terrà il giorno _____ presso gli uffici di Unipro in _____

avendo preso visione delle Linee guida di Unipro relativamente ai comportamenti volti a tutelare la libera concorrenza,

si impegna a vigilare

che nel corso della riunione in argomento tali dettami non vengano violati.

Qualora si ravvisasse tale eventualità, provvederà a sospendere la discussione sul punto in questione e, qualora si rendesse indispensabile, a sospendere e rinviare la riunione a nuova data, facendo evidenziare il fatto nella verbalizzazione della riunione.

In fede.

Data e firma
_____