



Politica della concorrenza

INDICE

0.	CONTROLLO DELLE VERSIONI.....	3
1.	INTRODUZIONE	4
2.	AMBITO DI APPLICAZIONE	4
3.	FINALITÀ.....	4
4.	QUADRO GIURIDICO.....	5
4.1	Normativa.....	5
4.2	Conseguenze	5
5.	PRINCIPI DI COMPORTAMENTO NEI CONTATTI O RAPPORTI CON I CONCORRENTI	6
5.1.	Accordi anticoncorrenziali.....	6
5.1.1.	Pratiche vietate	6
5.1.2.	Regole di comportamento	7
5.2.	Scambi di informazioni.....	7
5.2.1.	Pratiche vietate	7
5.2.2.	Regole di comportamento	8
5.3.	Associazioni di settore.....	8
5.3.1.	Pratiche vietate	8
5.3.2.	Regole di comportamento	8
5.4.	Cooperazione commerciale con i concorrenti	9
5.4.1.	Motivazione.....	9
5.4.2.	Regole di comportamento	9
6.	COMPORTAMENTI ALL'INTERNO DEL GRUPPO FCC	10

0. CONTROLLO DELLE VERSIONI

Versione	Data	Modifiche
01	23 febbraio 2022	Versione iniziale. Approvata dal Consiglio di Amministrazione.



1. INTRODUZIONE

Il Codice Etico e di Condotta del Gruppo FCC riflette l'impegno del Gruppo nei confronti delle regole e dei principi della libera concorrenza nei settori e nei mercati in cui opera.

Si tratta di un impegno prioritario e conforme ai nostri interessi strategici di dotare il Gruppo FCC di una politica aziendale per il rispetto delle normative che regolano la concorrenza.

Questo documento ("**Politica della concorrenza**" o "**Politica**") è stato creato per essere uno strumento efficace per garantire che le attività del Gruppo FCC siano sempre pienamente conformi alla normativa che regola la concorrenza.

2. AMBITO DI APPLICAZIONE

La presente Politica deve essere applicata da tutte le società che fanno parte del Gruppo FCC, nonché dal loro gruppo dirigenziale e dai dipendenti.

In particolare, i reparti commerciale, sviluppo aziendale, pianificazione e controllo strategico, offerte e acquisti devono essere particolarmente scrupolosi nell'osservare tali regole nell'esercizio della propria attività, assicurandone il rispetto, soprattutto da parte di coloro che hanno contatti con concorrenti, clienti o fornitori.

3. FINALITÀ

La Politica della concorrenza persegue i seguenti obiettivi:

- Presentare i principi fondamentali del diritto della concorrenza che i dirigenti e tutti i dipendenti del Gruppo FCC sono tenuti a conoscere; e
- Fornire alle società del Gruppo FCC, ai dirigenti e ai loro dipendenti delle linee guida per evitare di tenere comportamenti che possano rappresentare una violazione alla libera concorrenza.

La presente Politica si integra con il Modello di Conformità del Gruppo FCC e deve essere considerata un tutt'uno con le restanti politiche e procedure applicabili alle società appartenenti al Gruppo.

Il Codice Etico e di Condotta del Gruppo FCC è la normativa quadro di riferimento che stabilisce le linee guida di condotta obbligatorie in ambito etico, sociale e ambientale. La Politica della concorrenza sviluppa e amplia i concetti espressi nella dichiarazione d'impegno del Gruppo, contenuta nel Codice etico e di condotta aziendale, per quanto riguarda il rispetto della libera concorrenza e delle buone pratiche di mercato.

4. QUADRO GIURIDICO

4.1 Normativa

Le norme per la tutela della concorrenza o antitrust mirano a garantire il corretto funzionamento dei mercati, assicurando che tutti gli operatori economici decidano la propria strategia e comportamento sul mercato in modo autonomo e indipendente.

Le normative applicabili in materia di diritto della concorrenza sono simili nella maggior parte dei paesi in cui opera il Gruppo FCC, poiché si ispirano agli stessi principi.

In particolare sono vietati i seguenti comportamenti:

- Accordi anticoncorrenziali tra imprese che abbiano lo scopo o l'effetto di restringere il gioco della concorrenza.
- L'abuso di posizione dominante sul mercato.

4.2 Conseguenze

Il mancato rispetto delle norme sulla concorrenza può comportare gravi conseguenze, sia per le società del Gruppo che per i loro dipendenti.

Conseguenze per le società del Gruppo:

- **Multe elevate:** un'infrazione alle norme sulla concorrenza può essere castigata con una sanzione pecuniaria fino al 10% del fatturato complessivo del gruppo.
- **Divieto di contrattare con la pubblica amministrazione:** un'infrazione grave alle norme che regolano la concorrenza può comportare il divieto di contrattare con la pubblica amministrazione per diversi anni.
- **Richieste di risarcimento danni:** una violazione delle norme che regolano la concorrenza può nuocere a clienti, concorrenti, fornitori o pubbliche amministrazioni. I soggetti lesi da una pratica anticoncorrenziale possono chiedere il risarcimento del danno arrecato. L'importo delle richieste di risarcimento danni può essere superiore anche all'ammenda inflitta dalle autorità garanti della concorrenza.
- **Nullità degli accordi:** gli accordi contrari alle norme sulla concorrenza sono nulli e pertanto non possono essere applicati.
- **Danno d'immagine:** Le decisioni delle autorità garanti della concorrenza sono pubbliche e hanno un impatto mediatico significativo. Una sanzione per comportamento lesivo della concorrenza o anche la mera apertura di un procedimento disciplinare nuoce all'immagine della società e del Gruppo. Questo danno d'immagine può avere effetti deleteri anche sul possibile appalto di lavori o servizi, portare alla perdita di potenziali investitori o alla risoluzione anticipata dei contratti.

Conseguenze per i dipendenti del Gruppo:

- **Sanzioni di carattere personale:** i dirigenti o qualunque soggetto che assuma decisioni o agisca per conto della società in violazione delle norme che regolano la concorrenza possono essere sanzionati, anche a livello personale, dalle autorità garanti della concorrenza.
- **Danno alla reputazione personale:** Anche le sanzioni di carattere personale inflitte dalle autorità garanti della concorrenza sono di dominio pubblico e suscitano clamore sulla stampa. La partecipazione a una violazione delle norme che regolano la concorrenza lede l'onorabilità della persona coinvolta, e può pregiudicarla sia professionalmente che nei rapporti personali.
- **Responsabilità lavorativa:** La partecipazione a comportamenti contrari alle norme che regolano la concorrenza da parte di un dipendente del Gruppo FCC comporterà provvedimenti disciplinari, fino a un licenziamento per giusta causa.
- **Possibili ripercussioni a livello penale:** Alcuni paesi prevedono conseguenze penali per coloro che si rendono colpevoli di una violazione del diritto della concorrenza.

5. PRINCIPI DI COMPORTAMENTO NEI CONTATTI O RAPPORTI CON I CONCORRENTI

Qualsiasi accordo, intesa o cooperazione con un concorrente che abbia lo scopo o l'effetto effettivo o potenziale di restringere la concorrenza (ad esempio, un accordo sui prezzi o la ripartizione del mercato) costituisce una violazione molto grave del diritto della concorrenza.

Il concetto di "accordo" è molto ampio. Non è necessaria l'esistenza di un accordo scritto, è sufficiente la presenza di una "intesa" (anche se tacita) tra concorrenti.

5.1. Accordi anticoncorrenziali

5.1.1. Pratiche vietate

Sono assolutamente vietati i seguenti tipi di accordi con i concorrenti, anche se non messi in pratica, in quanto costituiscono una gravissima violazione delle normative relative alla concorrenza:

- **Coordinamento dei comportamenti commerciali o delle strategie** con i concorrenti all'interno di un mercato, salvo nell'ambito di accordi di cooperazione giustificati dal punto di vista della concorrenza.
- **La ripartizione o l'alterazione di gare di appalto**, ad esempio, coordinando le offerte con i concorrenti, allineando i termini dell'offerta, accettando di non fare offerte o presentare offerte artificialmente alte o basse, fissando compensi per le aziende che non risultano vincitrici, ecc.

- **Scambi di informazioni commercialmente sensibili** con i concorrenti, compresa la mera ricezione o consegna di informazioni (ad esempio, informazioni su prezzi, costi, condizioni commerciali o di servizio, scelta dei fornitori o partecipazione a gare).
- **Ripartizione dei clienti o del territorio** con i concorrenti.
- **Accordi su volumi di vendita o quote di mercato.**
- **Accordi che limitano la produzione.**

5.1.2. Regole di comportamento

- Se si verifica un contatto con un concorrente che costituisce un'infrazione alle norme che regolano la concorrenza, questo deve essere interrotto, dichiarando per iscritto (ad esempio via e-mail) che è inappropriato e indicando che non dovrà ripetersi.
- Prestare particolare attenzione al vocabolario utilizzato nelle comunicazioni verbali o scritte con i concorrenti. In particolare, devono essere evitate espressioni che potrebbero essere fraintese e indurre in errore un'autorità garante della concorrenza, portandola a interpretare un comportamento come anticoncorrenziale.

5.2. Scambi di informazioni

5.2.1. Pratiche vietate

La normativa che regola la concorrenza vieta gli scambi di informazioni commercialmente sensibili tra concorrenti in quanto riducono l'incertezza sul loro comportamento attuale o futuro sul mercato.

Tali scambi di informazioni sono vietati, indipendentemente dal fatto che avvengano direttamente tra concorrenti o indirettamente (tramite terzi). Il mezzo utilizzato è irrilevante (anche se si tratta di una conversazione, un'e-mail o un'applicazione di messaggistica istantanea).

È altresì vietato richiedere a clienti o fornitori di fornire informazioni sulle specifiche condizioni commerciali offerte dai concorrenti.

- **Quali informazioni sono ritenute commercialmente sensibili?**

La riservatezza delle informazioni in un'ottica di concorrenza dipende dalle caratteristiche specifiche del mercato, dalla natura strategica dei dati, dalla frequenza degli scambi, nonché dalla portata e dall'attualità delle informazioni scambiate.

Qualsiasi scambio di informazioni tra concorrenti che riduca l'incertezza sul comportamento commerciale o strategico delle imprese nel mercato costituisce una violazione della concorrenza.

Aumento del rischio	Riduzione del rischio
Informazioni sul comportamento attuale o futuro	Informazioni storiche
Informazioni sulla strategia commerciale	Informazioni pubbliche

Informazioni individualizzate	Informazioni complessive
All'interno di un mercato concentrato	All'interno di un mercato poco concentrato

5.2.2. Regole di comportamento

- Se si ricevono informazioni commercialmente sensibili da un concorrente, è necessario registrare per iscritto (ad es. via e-mail) che la comunicazione è inappropriata per poter potenzialmente rappresentare una violazione delle normative che regolano la concorrenza.
- Se riceviamo informazioni commercialmente sensibili su un concorrente (es. prezzi), anche attraverso fonti lecite (come in una trattativa con un cliente), la fonte e la data devono essere indicate nel documento interno per dimostrare, se necessario, che queste non sono state ricevute da un concorrente.

5.3. Associazioni di settore

5.3.1. Pratiche vietate

Nell'ambito delle associazioni di settore sono comuni i contatti con i concorrenti. Per questo motivo devono essere prese delle precauzioni per evitare che si verifichi una violazione del diritto della concorrenza. In particolare sono assolutamente vietate le seguenti pratiche:

- Accordi o pratiche concordate con i concorrenti relativamente alla politica commerciale o alle strategie di mercato.
- Scambio di informazioni commercialmente sensibili.
- Azioni collettive nei confronti di società che non fanno parte dell'associazione.

5.3.2. Regole di comportamento

- La mera partecipazione o presenza a una riunione in cui si definisca o svolga una pratica anticoncorrenziale può essere considerata dalle autorità garanti della concorrenza come partecipazione a comportamenti anticoncorrenziali.
- Se possibile, l'ordine del giorno deve essere richiesto prima della riunione per poter verificare che non sia previsto alcuno scambio di informazioni commercialmente sensibili o che non sia contemplato il raggiungimento di un qualsiasi tipo di accordo che possa essere considerato anticoncorrenziale (cfr. paragrafo 5.1).
- Si consiglia di richiedere la redazione di un verbale degli incontri a cui hanno partecipato i concorrenti e di ottenerne copia.

5.4. Cooperazione commerciale con i concorrenti

5.4.1. Motivazione

Gli accordi di cooperazione tra concorrenti (alleanze, consorzi, ATI o *joint venture*, ecc.), comportano un rischio per quanto riguarda una possibile violazione delle norme sulla concorrenza, pertanto è necessario esercitare la massima cautela al momento della loro conclusione.

Gli accordi di cooperazione tra concorrenti, come le ATI, sono pienamente giustificati quando esista un'oggettiva necessità che le società si associno per realizzare un progetto o partecipare a una gara, per mancanza di capacità tecnica, professionale, economica, organizzativa o operativa sufficiente. Questi possono essere giustificati anche laddove sia irragionevole o meno attraente procedere da soli per non consentire di ottenere la stessa efficienza a livello economico, gli stessi vantaggi operativi o riduzione dei rischi finanziari.

Situazioni in cui la costituzione di una ATI è considerata sempre come anticoncorrenziale:

- Se lo scopo dell'ATI è quello di evitare la concorrenza tra le società che lo compongono.
- Se l'ATI è costituita per alterare o manipolare una gara d'appalto (ad esempio, determinare l'offerta vincente, evitare le offerte al ribasso estreme, ecc.).

Situazioni in cui è necessario prendere precauzioni quando si crea un'ATI:

- Quando una qualsiasi delle società che fanno parte dell'ATI ha partecipato in passato, vincendole, a gare di appalto simili. In questo caso, è opportuno annotare nei contratti preliminari dell'ATI (ad esempio dossier, *lettere d'intenti*, eccetera.) le circostanze specifiche relative alla società o al mercato che giustifichino la necessità di partecipare alla gara congiuntamente ad altre imprese.
- Quando una qualsiasi delle società che fanno parte dell'ATI dispone della capacità tecnica, professionale ed economica richiesta e/o la disponibilità di risorse materiali e personale necessarie per competere da sola.
- Quando l'impresa partecipa individualmente alla gara e subappalta l'esecuzione dei lavori a concorrenti che avrebbero potuto partecipare direttamente alla stessa.

5.4.2. Regole di comportamento

- Si deve documentare che la cooperazione è motivata, al fine di provare, se necessario, che questa non abbia finalità anticoncorrenziali. A tale scopo, deve essere redatto un **dossier o un rapporto** che comprovino che la collaborazione sia dovuta a **(i) mancanza di capacità tecnica o disponibilità di risorse** (impossibilità di competere da soli) o **(ii) a motivi logici legati all'efficienza economica o operativa** che portino alla creazione di un'ATI (ad esempio, rischio finanziario, garanzia di un margine di profitto o di un limite di perdita, capacità operativa o il vantaggio di poter beneficiare delle conoscenze o dell'esperienza di un partner locale, ecc.).

- Devono essere prese precauzioni nel corso dei contatti preliminari alla costituzione di una ATI con i concorrenti e deve essere evitato qualsiasi scambio di informazioni al di fuori dell'ATI.
- Evitare la conclusione di accordi quadro di ATI o che coprano più di un progetto, dovendo ogni ATI costituita, essere limitata a singole opere o progetti specifici.
- L'ATI dovrà essere sciolta una volta conclusi il progetto o l'opera per la quale questa è stata costituita, salvo situazioni eccezionali giustificate.

6. COMPORTAMENTI ALL'INTERNO DEL GRUPPO FCC

Il gruppo dirigente e i lavoratori del Gruppo FCC sono tenuti a conoscere e rispettare le normative che regolano la concorrenza. A tal fine, saranno messi a disposizione sia materiale formativo che consulenze specifiche per garantire una cultura del rispetto delle normative sulla concorrenza.

In tal senso, il gruppo FCC si impegna a fornire al proprio personale gli strumenti adeguati per svolgere il proprio lavoro, evitando di violare le normative sulla concorrenza. Inoltre, ogni singola area di business o filiale del Gruppo potrà sviluppare ulteriori azioni specifiche in base al proprio grado di esposizione a una possibile violazione.

In generale, nel Gruppo FCC verranno adottate le seguenti linee di azione:

- **Formazione:** La conoscenza e la sensibilizzazione di tutti gli appartenenti al Gruppo FCC in tema di tutela della concorrenza è fondamentale per limitare l'esposizione al rischio di incorrere in infrazioni. A tal proposito, si implementerà un programma di formazione continuo, che comprenderà materiali didattici e guide comportamentali.
- **Consulenza:** I responsabili della conformità normativa e dell'assistenza legale di ogni area di attività o filiale del Gruppo FCC risolveranno eventuali dubbi o risponderanno alle domande che possano sorgere in merito al rispetto della presente Politica e delle normative sulla concorrenza.
- **Canale etico:** eventuali comportamenti all'interno del Gruppo FCC che violino i principi della libera concorrenza dovranno essere denunciati attraverso il Canale etico, con la garanzia dell'anonimato.
- **Rilevamento:** Le aziende che compongono il Gruppo FCC effettueranno i controlli del caso relativi alla propria attività al fine di rilevare possibili infrazioni.

Le presenti istruzioni saranno valutate e riviste periodicamente al fine di implementare azioni complementari, ove opportuno.

Inoltre, potranno essere create delle procedure specifiche per la gestione di determinate situazioni che possano comportare un maggior rischio di esposizione a violazioni della concorrenza, in particolare per quanto riguarda:

- **Associazioni di settore:** creazione di un registro in cui si descrivano chiaramente le associazioni di categoria o fori professionali a cui si partecipa, nonché una revisione dell'appartenenza ad esse.
- **Cooperazione commerciale:** Qualsiasi progetto che comporti la cooperazione commerciale con concorrenti (consorzi, accordi commerciali, ATI o *"joint venture"*) dovrà contenere una motivazione preliminare per tale collaborazione. In particolare dovranno essere stilati un dossier o una relazione che includano una valutazione tecnica ed economica per la loro autorizzazione interna.
- **Contratti di distribuzione commerciale:** Le aree di business o filiali del Gruppo FCC che stipulino accordi di distribuzione dovranno prestare particolare attenzione a evitare infrazioni specifiche come fissare i prezzi di rivendita, ripartire i mercati o come gli accordi di distribuzione esclusiva in grado di restringere il gioco della concorrenza (quando la quota di mercato supera il 30% o la durata del contratto è superiore a 5 anni).
- **Posizione dominante:** per prevenire azioni che possano essere interpretate come abuso di posizione di dominio, le imprese dominanti devono agire sul mercato evitando azioni unilaterali qualificabili come abusive. A tal fine, il Gruppo FCC verificherà periodicamente la propria posizione o potere di mercato nei settori in cui opera, al fine di evitare comportamenti abusivi che possano comportare l'esclusione dei concorrenti (quali i prezzi predatori, gli sconti fedeltà, l'abbinamento di prodotti, ecc.) o lo sfruttamento abusivo dei clienti (come prezzi iniqui, discriminazione o rifiuto di fornitura).

23 febbraio 2022