



ASSOGRAFICI - Associazione Nazionale Italiana  
Industrie Grafiche Cartotecniche e Trasformatrici



**GIFCO**  
Gruppo Italiano  
Fabbricanti  
Cartone Ondulato

## PROGRAMMA DI COMPLIANCE ANTITRUST

*“UN’ASSOCIAZIONE DI IMPRESE RESPONSABILE E BEN  
ORGANIZZATA CREA UNA CULTURA DI RISPETTO DELLE NORME  
ANTITRUST PER ASSICURARE AI SUOI ASSOCIATI UN AMBIENTE DI  
LAVORO SERENO E SCEVRO DA CRITICITÀ.  
PER QUESTO MOTIVO, GIFCO FA DEL RISPETTO DELLA NORMATIVA  
ANTITRUST UNA PRIORITÀ, ESIGENDO FAMILIARITÀ CON I SUOI  
PRINCIPI DAI SUOI COLLABORATORI E DAGLI ASSOCIATI COINVOLTI  
NELLE SUE ATTIVITÀ”.*

**IL PRESIDENTE GIFCO**

Sede: 20121 Milano, Piazza Castello 28  
Telefono: 02 4981051 - Fax: 02 4816947  
Internet: [www.gifco.it](http://www.gifco.it) - E-mail: [info@gifco.it](mailto:info@gifco.it)  
Codice Fiscale 02116820156



CONFINDUSTRIA

## 1. Introduzione

Le associazioni di imprese perseguono il fine certamente lecito di fornire ai propri associati un servizio di grande utilità e valore, rappresentandoli e promuovendo iniziative e interessi comuni di fronte a organi governativi, amministrativi, gruppi politici o parti sociali e al pubblico in generale. Infatti, grazie all'Associazione, le singole imprese possono perseguire con successo obiettivi che, da sole, molto difficilmente riuscirebbero a realizzare.

In questo contesto, le mere attività di *lobbying* e regolatorie promosse dall'Associazione su ambienti governativi e istituzionali non costituiscono mai violazione del diritto antitrust.

Nondimeno, le associazioni sono spesso chiamate a svolgere anche altri ruoli, come la raccolta e la successiva distribuzione di dati sensibili o, ancora, le iniziative di standardizzazione o di *benchmarking*, che le possono esporre al rischio antitrust.

In molti casi di cartelli sanzionati in un recente passato, all'Associazione è stato imputato non tanto il ruolo di coordinatore bensì di facilitatore dell'illecito commesso dalle imprese associate. Le associazioni sono state intese dalle Autorità antitrust come facilitatrici dell'illecito, talvolta per avere semplicemente prestato assistenza logistica (sale, segretariato, supporto informatico) alle imprese sue associate tra loro cartellizzate.

In altri casi, è stato rimproverato loro l'attività di raccolta, gestione e scambio di dati sensibili facilitanti l'accordo illecito tra associati.

GIFCO è un'Associazione senza scopo di lucro che persegue ormai da anni obiettivi legittimi, tra cui la rappresentanza degli interessi comuni dei propri associati presso governi, enti amministrativi ed il pubblico, conducendo attività di ricerca e di statistica. Essa informa i propri associati, i governi e l'opinione pubblica sugli andamenti e le tendenze delle sue industrie, sugli sviluppi dei prodotti, fornendo anche le statistiche relative su suoi comparti industriali. GIFCO consente alla

propria compagine di avere voce in capitolo su questioni tecniche, normative ed ambientali.

Il fatto di presentare documenti di sintesi e rappresentare i propri associati presso enti governativi ed il pubblico costituisce un compito fondamentale delle associazioni di categoria; esso è pro-competitivo ed è conforme alle leggi sulla concorrenza.

Senonché, molte aziende associate a GIFCO, come in altre associazioni analoghe, sono in concorrenza tra loro sul mercato; queste aziende inevitabilmente e legittimamente si ritrovano in ambito associativo per discutere le tematiche comuni ai loro comparti industriali. Queste tematiche possono talvolta presentare profili di sensibilità per le tematiche concorrenziali.

Orbene, le leggi sulla concorrenza vietano qualsiasi tipo di cartello, accordo, intesa o pratiche concertate e qualsiasi altra forma di coordinamento tra concorrenti, incluso lo scambio di informazioni e dati sensibili, allo scopo di limitare il normale gioco della concorrenza sul mercato.

Pertanto in ambito associativo, in sede di riunioni o eventi a cui partecipano aziende associate tra loro concorrenti è necessario fare molta attenzione al riguardo.

Tra i rischi d'impresa, quello antitrust assume, infatti, sempre più rilevanza nell'odierna gestione non solo di un'azienda ma anche di un'Associazione di imprese. Questo è ancor più vero per alcuni settori industriali che, come il cartone, sono già stati destinatari delle attenzioni delle Autorità di vigilanza nazionali e dell'Unione Europea.

GIFCO non teme queste iniziative, reputando che un mercato realmente concorrenziale costituisca un valore per i suoi associati, i loro clienti e, infine, i consumatori finali. In un siffatto mercato, le associazioni d'impresa devono non solo astenersi da ogni tentativo di voler coordinare le politiche commerciali delle imprese associate o di facilitare i loro intenti collusivi, ma farsi interpreti dell'esigenza di conformarsi al diritto antitrust, spiegandone i benefici agli associati.

Anche da qui nasce la decisione presa di implementare un rigoroso Programma di *compliance antitrust* (ossia di rispetto e conformità alle norme e ai principi del diritto della concorrenza), non solo per sé stessa e i suoi collaboratori, ma destinato anche ai suoi associati allorquando operano in ambito GIFCO.

**Il Programma costituisce la ferma volontà dell'Associazione di conformarsi alla normativa antitrust e di familiarizzare le imprese associate con essa.**

GIFCO vuol trasformare il rischio antitrust in un'opportunità di crescita, nel motore di una rinnovata efficienza e accresciuta competitività imprenditoriali dei comparti industriali che essa rappresenta.

Un Programma di *compliance* credibile ed effettivo non potrà prescindere dalla definizione di misure disciplinari severe nei confronti di chi lo viola, necessarie per diffondere una cultura d'impresa che faccia della tolleranza zero nei confronti delle violazioni antitrust una priorità. Tutti i dipendenti/associati operanti nelle aree di rischio dell'Associazione sono i destinatari del Programma. Essi devono conformarsi e sono tenuti a partecipare a tutte le iniziative formative previste dall'Associazione.

Nella negativa, misure opportune saranno prese contro i collaboratori e gli associati recalcitranti a conformarsi alle deliberate linee guida operative, fino all'esclusione per giusta causa.

Una seria *Compliance* ricopre un ruolo centrale in funzione preventiva, per evitare comportamenti anticoncorrenziali, ma anche successiva, permettendo di beneficiare di una riduzione delle sanzioni eventualmente comminate.

Rischio antitrust e *Compliance* antitrust sono due concetti tra loro strettamente collegati: la corretta individuazione del primo permette di meglio definire la seconda, alla luce degli specifici bisogni di ogni singola azienda/Associazione e del mercato (concentrato oppure atomizzato) nel quale essa opera.

Una cultura d'impresa attenta e familiare con i principi del diritto antitrust costituisce per l'Associazione una priorità; ciò anche per evitare le sanzioni pesantissime che colpiscono, spesso indiscriminatamente, le condotte illecite, che giungono fino al 10% del fatturato annuo dell'impresa indipendentemente dal fatto che esse abbiano effettivamente pregiudicato la concorrenza sul mercato. Nel diritto antitrust, il tentativo perfeziona già l'illecito.

Per le associazioni resta ancora dibattuto, peraltro, se il limite sanzionatorio sia costituito dal 10% del "fatturato" dell'associazione, che spesso coincide con le mere quote associative e gli eventuali servizi prestati dietro corrispettivo, o debba essere, invece, calcolato sul 10% dei fatturati di tutte le imprese associate coinvolte nel contestato illecito. Inoltre, queste sanzioni sono immediatamente esigibili, ben prima che intervenga il sindacato giurisdizionale sull'operato dell'Autorità antitrust e sulla correttezza delle sue valutazioni e ricostruzioni in fatto, pregiudicando spesso grandemente i piani aziendali.

## 2. Finalità del Programma di conformità

Da quanto precede nasce l'esigenza per GIFCO di adottare il Programma di conformità la cui finalità consiste nell'inquadrare meglio e disciplinare più rigidamente di quanto già è stato fatto (i) il ruolo dell'Associazione, (ii) i contatti tra gli associati, così come (iii) la natura dello scambio di informazioni sensibili tra imprese in ambito associativo e tra queste e l'Associazione.

- Il Programma è da intendersi come uno strumento indispensabile per:
- familiarizzare tutti i collaboratori e soci di GIFCO, nonché i dirigenti e dipendenti apicali dell'aziende associate con i principi base del diritto antitrust;
  - accrescere la consapevolezza di quanto sia importante e utile per tutti i dipendenti e i dirigenti agire in conformità con la normativa antitrust;
  - rendere omogenee le attività di gestione del rischio antitrust in Associazione, con la nomina di un ACO nella persona apicale del

Direttore Generale di ASSOGRAFICI che avrà competenza su tutti i gruppi;

- rendere obbligatoria l'osservanza del manuale operativo (Vademecum), sotto pena di pesanti sanzioni disciplinari per gli inadempienti, giacché essi mettono a repentaglio l'immagine e le risorse finanziarie di GIFCO e delle aziende sue associate.

Costituisce responsabilità individuale di ciascuno in Associazione agire secondo tali principi, non mettendo mai in atto comportamenti che possono avere come oggetto o effetto quello di restringere illecitamente la concorrenza sul mercato tra le imprese associate.

### **3. Lo scambio di informazioni sensibili tra imprese associate La posizione di GIFCO**

Le informazioni di mercato costituiscono una parte essenziale affinché la concorrenza funzioni, dispiegando i suoi effetti positivi. Informazioni di mercato sicure per le imprese non sono solo un requisito necessario per un'efficace collocazione delle risorse ma soprattutto sono indispensabili per lo sviluppo di strategie aziendali sostenibili ed efficaci.

Questo vale soprattutto per le informazioni relative al posizionamento, alle capacità e alle iniziative annunciate dei concorrenti. Sono proprio queste informazioni sui concorrenti che innescano la concorrenza nel merito.

Lo scambio di informazioni tra concorrenti ha un valore competitivo particolare in quanto consente loro di posizionarsi insieme per affrontare sfide comuni (ad es. di natura normativa, problemi di sicurezza o importazioni oggetto di dumping) e quindi consentire anche una concorrenza inter-prodotto con prodotti alternativi che rispondono ad una domanda analoga. Lo scambio di informazioni tra concorrenti è pertanto in linea di principio favorevole alla concorrenza.

Tuttavia, situazioni di scambio, divulgazione o discussione di informazioni tra concorrenti possono, in determinate circostanze, essere in conflitto con il diritto della concorrenza.

Non esiste alcun quadro giuridico conciso, esaustivo ed inequivocabile che possa consentire all'Associazione/impresa di stabilire con esattezza in ogni singolo caso se un determinato scambio, divulgazione o discussione di informazioni costituiscano o potrebbero costituire o meno attività anti-concorrenziali. Infatti, la compatibilità di un determinato scambio di informazioni con il diritto antitrust non può essere stabilito in astratto ma va piuttosto valutato e stabilito prendendo in considerazione tutti gli aspetti rilevanti del caso specifico.

I partecipanti alle riunioni GIFCO non saranno spesso in grado di giudicare sul momento e con sufficiente tranquillità e serenità se un determinato scambio, divulgazione o discussione di informazioni vadano al di là di quanto consentito dal diritto antitrust.

GIFCO ha pertanto elaborato alcune linee guida, riassunte in un grafico/modello, allo scopo di ottenere il pieno rispetto del diritto della concorrenza e permettere allo stesso tempo lo scambio di informazioni, per quanto ciò sia lecito e possibile.

GIFCO intraprenderà ogni ragionevole sforzo atto a mitigare il rischio di scambi, divulgazioni o discussioni di informazioni anti-concorrenziali. La responsabilità per un comportamento conforme alle norme spetta anche agli associati e ai loro delegati in sede di riunioni indette da ASSOGRAFICI e dai suoi Gruppi.

Gli associati GIFCO ed i partecipanti alle riunioni dei gruppi GIFCO si trovano nella posizione migliore per giudicare se ed in quale misura le informazioni sono sensibili in termini di concorrenza in modo tale che la responsabilità spetti in primo luogo a loro. Gli associati sono caldamente esortati a contattare l'ACO in caso di perplessità.

I principi guida generali per gli scambi, le divulgazioni o le discussioni di informazioni in GIFCO tengono conto di quanto segue:

- devono essere sempre considerate come commercialmente sensibili le informazioni relative ai prezzi (sconti, aumenti, riduzioni o abbuoni, componenti di prezzo, quali i prezzi base, prezzi extra, supplementi di prezzo, costi di trasporto e sconti ai

clienti) e le altre informazioni specifiche dell'azienda, quali quote di produzione, elenchi di clienti, costi di produzione, fatturato, vendite, capacità, margini, piani di marketing ed investimenti;

- l'ammissibilità di uno scambio, una divulgazione o una discussione di informazioni dipende da tre aspetti fondamentali: (i) il tema, (ii) la tempestività delle informazioni ed (iii) il loro livello di aggregazione;
- sono consentiti lo scambio, la divulgazione o la discussione di informazioni disaggregare solamente se storiche, ossia per dati aziendali individuali antecedenti a 6 mesi;
- sono consentiti lo scambio, la divulgazione o la discussione di informazioni e dati aggregati, anche recenti, **su mercati in cui operano almeno 5 imprese associate** (la c.d. *5 players rule*, che assicura la massima tranquillità in caso di verifica antitrust);
- sono consentiti lo scambio, la divulgazione o la discussione di informazioni relative ad aspetti normativi o ad altri aspetti non commerciali (ad es. regolamenti doganali, norme di sicurezza, norme ambientali e fiscali, misure antidumping (AD));
- sono vietati lo scambio, la divulgazione o la discussione di informazioni nella misura in cui queste consentono – da sole o abbinate ad altre informazioni generalmente disponibili – di trarre conclusioni relative alla situazione concorrenziale e a situazioni dei singoli concorrenti;
- sono vietate prospettive e previsioni, ad eccezione di informazioni altamente aggregate o, se dette prospettive e previsioni si riferiscono ad un argomento non commercialmente sensibile;
- sono vietati lo scambio, la divulgazione o la discussione dei prezzi di vendita, delle condizioni di pagamento, dei margini, o della quantità prodotta (compresa capacità produttiva, percentuali di utilizzo e scorte di magazzino) a meno che le informazioni siano di natura storica o ad elevato grado di aggregazione.

Al fine di assicurare sempre il pieno rispetto del diritto della concorrenza, GIFCO ha attivato ulteriori cautele, quali ad esempio



incontri formativi periodici sul diritto antitrust per i partecipanti alle riunioni GIFCO.

GIFCO ritiene inoltre opportuno definire norme più severe per quanto riguarda l'applicazione del modello ASSOGRAFICI negli incontri personali. Le linee guida che definiscono la sensibilità degli argomenti in discussione per incontri personali di gruppi di specifiche commissioni GIFCO saranno messe a disposizione dei membri delle commissioni GIFCO.

Il fatto che alcune informazioni sensibili siano contenute in forma aggregata nelle presentazioni fornite nel corso di riunioni dei Gruppi di ASSOGRAFICI non dà diritto ai partecipanti alle riunioni di discutere ulteriormente e liberamente queste informazioni o di commentarle.

### **Panoramica delle misure messe in atto in merito alle pratiche di conformità in ambito GIFCO.**

Viene applicata la "regola di almeno cinque operatori" per la comunicazione di dati relativi alla domanda e all'offerta, preferita, per dare ancora maggior sicurezza a tutti gli interessati, alla "regola dei tre operatori" che pure è stata valutata conforme al diritto della concorrenza.

I dati sensibili raccolti dagli associati restano conservati in un *data base* e protetti da una *password* conosciuta solamente dall'ACO e dalla persona che raccoglie i dati in GIFCO.

Il modello "ASSOGRAFICI per la valutazione di scambi, divulgazioni o discussioni di informazioni ai sensi del diritto antitrust" verrà usato per la valutazione dello scambio di informazioni orali e scritte nell'ambito generale delle riunioni GIFCO. Il modello proposto tenta di conciliare l'esigenza di conformità evitando l'eccessiva e onerosa *over-compliance*. Il grafico del modello verrà prodotto in allegato alle Linee Guida ASSOGRAFICI di Conformità antitrust e sarà distribuito e affisso in ogni sala riunioni dell'Associazione.

#### 4. Strumenti e iniziative reputate necessarie per implementare il Programma di conformità

Il Programma si basa sui seguenti elementi da considerarsi come essenziali:

**a) impegno visibile della Presidenza e della Direzione a implementare in Associazione il Programma.**

Esse forniranno sempre un sostegno chiaro, costante e proattivo alla promozione del Programma ed alla sua effettiva attuazione in Associazione;

**b) Manuale, Vademecum e Procedure antitrust. L'ACO.**

ASSOGRAFICI ha predisposto un Manuale antitrust e un Vademecum operativo per i suoi dipendenti e per i rappresentanti degli associati quando operanti in Associazione, inteso come un compendio che raccoglie tutti i principi del diritto antitrust e le linee guida operative, il cui rispetto è reso obbligatorio. Nessuna deroga sarà permessa.

Tanto il Manuale quanto il Vademecum descriveranno in modo quanto possibile chiaro e conciso i principi del diritto antitrust, descrivendo i comportamenti leciti e quelli illeciti, fornendo consigli e indicazioni su come affrontare situazioni potenzialmente a rischio.

Essi forniranno i recapiti (telefono cellulare e indirizzo email) dell'*Antitrust Compliance Officer* (ACO), ossia della persona in Associazione incaricata (i) di assicurare la corretta implementazione del Programma, (ii) di monitorare il rispetto dei principi antitrust, (iii) d'interloquire con tutti coloro che, nello svolgimento della loro attività in Associazione, abbiano dubbi e perplessità di natura antitrust sul loro operato o su quello di terzi.

Il dr. Maurizio d'Adda, Direttore Generale (DG) di ASSOGRAFICI, è incaricato di assolvere tale delicato ruolo, essenziale per assicurare l'efficacia e la tenuta dell'intero programma di prevenzione del rischio antitrust. A lui tutti i dipendenti dell'Associazione e gli associati dovranno rivolgersi in caso di dubbio. La scelta del DG come ACO mostra inequivocabilmente l'impegno di ASSOGRAFICI

nel progetto, affinché i risultati attesi dall'implementazione del Programma siano in linea con le aspettative.

Infine, un legale esterno specializzato in antitrust resterà in *stand by* per assistere immediatamente l'ACO nei suoi compiti. In questo modo, l'Associazione ridurrà al minimo il rischio antitrust per sé e per i suoi associati.

Il Manuale e il Vademecum forniranno chiare Regole e Procedure da seguire in ambito associativo in tema di:

- contatti tra imprese associate concorrenti;
- criteri per la raccolta e condivisione di dati e informazioni;
- attività istituzionali in tema di *lobbying*, standardizzazione e *benchmarking*;
- partecipazione di GIFCO ad altre associazioni e consorzi;
- cooperazione con le Autorità antitrust in caso di ispezioni a sorpresa.

**c) Audit Antitrust.**

Sotto l'egida e su iniziativa dell'ACO, un Audit antitrust commissionato a legali esterni esperti della materia sarà implementato in ASSOGRAFICI.

**d) Formazione continua.**

L'Associazione diffonderà tra i suoi collaboratori e associati coinvolti nelle sue attività istituzionali i principi del diritto antitrust attraverso incontri di formazione periodica per assicurarne l'utilità.

*Per GIFCO*

**IL PRESIDENTE**