

# **POLICY ANTITRUST DEL GRUPPO FERROVIE DELLO STATO ITALIANE**

## **ALLEGATO 1**

### ***CODICE DI CONDOTTA ANTITRUST***

*GRUPPO FERROVIE DELLO STATO ITALIANE*

## 1.1 REGOLE DI COMPORTAMENTO RELATIVE AI RAPPORTI CON I CONCORRENTI

Alla luce dei principi descritti e al fine di garantire il rispetto della normativa *antitrust*, è opportuno che tutti i dipendenti delle società del Gruppo si attengano al rispetto di quanto previsto dalla normativa interna vigente in materia di classificazione delle informazioni e alle seguenti regole di comportamento.

- a) **Non concludere con i concorrenti accordi di qualsiasi natura** (*i.e.* diretti o indiretti, vincolanti o non vincolanti, formali o informali, taciti o espressi) aventi ad oggetto la concertazione delle rispettive politiche commerciali da adottare sul mercato.

Per le sole società del Gruppo attive nel **trasporto ferroviario**, è possibile concludere con i concorrenti accordi che abbiano solamente per oggetto e per effetto l'applicazione di miglioramenti tecnici o la cooperazione tecnica.

In ambo i casi, occorre contattare la struttura competente della società del Gruppo interessata, al fine di valutare le iniziative più opportune da intraprendere.

- b) **Non scambiare Informazioni Sensibili con i concorrenti** idonee a ridurre l'incertezza circa il comportamento attuale o futuro delle società del Gruppo sul mercato (per mezzo di riunioni, contatti formali o informali, e-mail, annunci pubblici unilaterali, soggetti terzi quali clienti o fornitori, o tramite strumenti quali banche dati condivise o algoritmi, *etc.*).

Nel caso in cui si ricevano da concorrenti Informazioni Sensibili (oppure richieste di scambio), occorre opporsi immediatamente ed espressamente all'ulteriore divulgazione delle informazioni (oppure alla richiesta) chiarendo che il Gruppo stigmatizza questo genere di condotte e che non terrà conto, in ogni caso, delle eventuali informazioni già acquisite in sede di determinazione della propria politica commerciale (di seguito, “**Opposizione allo Scambio**”). In particolare:

- (i) se l'informazione è ricevuta via e-mail o, comunque, per iscritto, sarà necessario rispondere per iscritto manifestando espressamente l'Opposizione allo Scambio. In tal caso, si raccomanda altresì di conservare copia della risposta fornita;
- (ii) qualora lo scambio dovesse avvenire nel corso di una riunione, occorre far annotare a verbale l'Opposizione allo Scambio e, ove lo stesso non cessi immediatamente, sarà necessario abbandonare la riunione facendo riportare nel verbale anche tale evento. Questa precauzione è molto importante in quanto anche l'impresa che partecipa passivamente ad un incontro anticoncorrenziale può essere ritenuta responsabile dell'infrazione, salvo che non dimostri di aver manifestato pubblicamente il proprio dissenso;
- (iii) qualora lo scambio dovesse avvenire oralmente e non essere soggetto a verbalizzazione, interrompere immediatamente la discussione e dichiarare di non voler discutere tali argomenti.

In tutti i casi sopra evidenziati, così come nelle ipotesi di dubbi circa il comportamento da adottare in un caso specifico o circa il carattere sensibile di un'informazione in una prospettiva *antitrust*, è opportuno informare la struttura competente della società del Gruppo interessata, al fine di valutare le iniziative da intraprendere e/o fornire le opportune indicazioni.

- c) Non comunicare Informazioni Sensibili delle società del Gruppo ai clienti o ai fornitori (“**Soggetti Terzi**”), anche per il tramite di strumenti quali banche dati condivise o algoritmi, con la finalità di consentire loro di trasmetterle ai concorrenti.

Si suggerisce, inoltre, di **non chiedere ai Soggetti Terzi informazioni** relative alle condizioni contrattuali praticate da un concorrente. Ciò non impedisce di ricevere spontaneamente dai Soggetti Terzi questo genere di informazioni nell’ambito di una negoziazione volta ad ottenere condizioni contrattuali più favorevoli rispetto a quelle inizialmente offerte. In tal caso, qualora sia assolutamente necessario circolare internamente l’informazione ricevuta dal Soggetto Terzo e/o archivarla, è necessario **menzionare sempre la fonte da cui proviene** onde poter dimostrare, ove necessario, che non vi è stato alcun scambio di informazioni (anche indiretto) con un concorrente.

- d) Il divieto di scambio di Informazioni Sensibili si applica in linea di principio anche ai contatti occorsi nell’ambito di partecipazioni in **JV** con i concorrenti, nell’ambito della valutazione/negoziazione/realizzazione di **operazioni di concentrazione** o di leciti **contratti di cooperazione**. Ove lo scambio di informazioni sia necessario per l’adempimento di obblighi di legge o per la negoziazione, conclusione, esecuzione di operazioni o contratti leciti, occorrerà consultare preventivamente la struttura competente della società del Gruppo interessata e:

- i. assicurarsi che lo scambio di informazioni sia preceduto da un accordo di riservatezza (NDA) che disciplini anche le finalità ed i limiti dello scambio di informazioni;
- ii. limitare lo scambio di informazioni a quanto necessario per il perseguimento degli obiettivi leciti e restringere l’accesso alle informazioni ad un limitato numero di persone, che abbiano effettiva necessità di accedervi in ragione delle loro funzioni.

- e) Poiché le **associazioni di categoria** sono ritenute dalle autorità di concorrenza sedi privilegiate per lo scambio di Informazioni Sensibili – con la conseguenza che sono spesso oggetto di ispezioni – è opportuno:

- (i) esaminare preventivamente l’ordine del giorno della riunione e, nel caso in cui lo stesso contenga materie di rilevanza *antitrust*, inviarlo alla struttura competente della società del Gruppo interessata per rappresentarne i rischi sotto il profilo *antitrust*, nonché alla funzione associazioni di FS SpA per valutare opportunità, forme e modi della partecipazione;
- (ii) adottare le regole di comportamento indicate al punto b), *sub* (ii) – ovvero Opporsi allo Scambio – qualora nell’ambito dell’incontro si dovessero trattare argomenti potenzialmente critici;
- (iii) dopo ogni riunione in cui siano stati trattati temi di particolare rilevanza ai sensi della disciplina a tutela della concorrenza, al fine di verificare la conformità delle discussioni alla normativa *antitrust*, devono essere comunicati alla struttura competente della società del Gruppo interessata: l’ordine del giorno, ogni documento distribuito durante l’incontro, la lista dei partecipanti e le relative imprese di appartenenza, eventuali verbali dell’incontro e gli ulteriori argomenti trattati qualora i verbali non fossero esaustivi
- (iv) non partecipare a rilevazioni statistiche o altri progetti che prevedono la fornitura di Informazioni Sensibili senza aver prima consultato la struttura competente della società del Gruppo interessata.

- f) **Evitare di annunciare pubblicamente strategie commerciali delle società del Gruppo**, specie quando la relativa adozione avverrà a distanza di molto tempo dall'annuncio e quando la loro attuazione possa essere pregiudizievole per i clienti/consumatori (ad esempio, aumento dei prezzi).

Prima di effettuare annunci pubblici aventi ad oggetto strategie commerciali future delle società del Gruppo, incluse Informazioni Sensibili, rivolgersi preventivamente alla struttura competente della società del Gruppo interessata al fine di consentirle di verificare se e in che misura è opportuno procedere all'annuncio.

Nel caso in cui un concorrente annunci pubblicamente le sue future strategie commerciali, soprattutto se potenzialmente pregiudizievoli per i clienti/consumatori:

- (i) evitare di replicare con annunci analoghi perché è fondamentale non dare l'impressione che le imprese del settore stiano “dialogando” per mezzo di annunci pubblici al fine di coordinare le loro strategie commerciali;
  - (ii) valutare con attenzione l'opportunità di redigere e diffondere internamente analisi che ipotizzano l'adozione di comportamenti analoghi a quelli prospettati dall'impresa concorrente;
  - (iii) valutare con la struttura competente della società del Gruppo interessata eventuali “reazioni” alle iniziative assunte dai concorrenti.
- g) In occasione di **gare d'appalto**, è **vietata qualsiasi concertazione con i concorrenti** volta a definire le rispettive strategie di partecipazione (concordando, ad esempio, di spartirsi i lotti, di boicottare la gara, di presentare offerte di appoggio, *etc.*).

Nel caso in cui si stia valutando di **costituire un'ATI/RTI** con operatori concorrenti, nonostante la società del Gruppo abbia tutti i requisiti per partecipare singolarmente alla gara, occorre informare preventivamente la struttura competente della società del Gruppo interessata, al fine di verificare le condizioni che rendono la partecipazione congiunta compatibile con la normativa *antitrust*.

In ogni caso, sia nell'ambito della partecipazione a gare che in merito alla scelta di costituire ATI/RTI, si suggerisce di mantenere sempre traccia scritta delle valutazioni economiche e tecniche adottate dalla società (in merito, ad esempio, alla scelta dei lotti su cui puntare, piuttosto che al razionale sottostante alla necessità di costituire un'ATI).

Se vi sono fondati sospetti che, nell'ambito di una gara d'appalto o di altra procedura competitiva in cui una società del Gruppo FS riveste il ruolo di **stazione appaltante**, un illecito anticoncorrenziale sia stato commesso da parte delle imprese partecipanti, occorrerà informare tempestivamente la struttura competente della società del Gruppo interessata per valutare le eventuali azioni da intraprendere al fine di coinvolgere le Autorità competenti, tra cui, a titolo esemplificativo, per quello che qui rileva, l'AGCM.

## 1.2 REGOLE DI COMPORTAMENTO PER LE RELAZIONI VERTICALI

Alla luce dei principi del diritto della concorrenza sopra illustrati, è opportuno attenersi alle seguenti regole di comportamento.

- a) In caso di vendita attraverso distributori, non fare pressioni (o fornire incentivi) finalizzate a fare osservare al distributore un prezzo di vendita raccomandato (“**PVR**”) oppure un prezzo di vendita minimo, come ad esempio:
  - garantire uno sconto e/o altri tipi di incentivi (ad esempio, sussidi per le campagne pubblicitarie) solo ai distributori che applicano il PVR o comunque non vendono mai i prodotti/servizi al di sotto del PVR;
  - bloccare le forniture al distributore che pratica (o si tema possa praticare) un prezzo inferiore al PVR;
  - minacciare penalizzazioni al distributore che non rispetta il PVR oppure vende sottocosto (ad esempio, l'interruzione delle forniture in corso oppure la cessazione dei servizi di assistenza nell'attività di *marketing*).
- b) Ove necessario, verificare con la struttura competente della società del Gruppo interessata se le comunicazioni dirette ai distributori contengono indicazioni che potrebbero essere considerate divieti a pubblicizzare o a vendere i prodotti/servizi attraverso Internet.
- c) Sottoporre preventivamente alla struttura competente della società del Gruppo interessata i contratti e gli accordi aventi ad oggetto:
  - limitazioni del territorio in cui e/o dei clienti ai quali il distributore può vendere i prodotti/servizi oggetto del contratto;
  - obblighi di acquisto di quantitativi minimi;
  - obblighi di non concorrenza e/o clausole di fornitura esclusiva, specie laddove aventi durata indeterminata o superiore a cinque anni;
  - rapporti con gli agenti ed eventuali modifiche ai contratti in essere con gli stessi.
- d) In caso di vendita sia diretta che attraverso distributori diretti concorrenti delle società del Gruppo, limitare lo scambio di informazioni con i distributori a quelle direttamente connesse all'esecuzione dell'accordo o necessarie per migliorare la produzione o la distribuzione dei beni o servizi oggetto del contratto. Esempi di informazioni il cui scambio è generalmente permesso riguardano i prezzi al dettaglio suggeriti, informazioni tecniche, logistiche, di *marketing* e promozionali e i *feedback* dei clienti; esempi di informazioni generalmente ritenute **non** direttamente connesse all'esecuzione del contratto o necessarie per migliorare la produzione o distribuzione dei beni o servizi oggetto del contratto il cui scambio è vietato riguardano i prezzi futuri e le informazioni su clienti specifici dei distributori.

### 1.3 REGOLE DI COMPORTAMENTO NEI MERCATI IN CUI IL GRUPPO È DOMINANTE E NEI RAPPORTI CON IMPRESE IN POSIZIONE DI DIPENDENZA ECONOMICA

Alla luce di quanto precede, è opportuno che nei mercati in cui le società del Gruppo detengono una posizione dominante e nei rapporti commerciali con imprese in posizione di dipendenza economica vengano rigorosamente osservati i limiti imposti dalla normativa *antitrust*.

Occorre tenere presente che l'individuazione dei mercati in cui le società del Gruppo potrebbero detenere una posizione dominante, nonché dei rapporti in cui le stesse potrebbero vantare una "dominanza relativa" è un'operazione complessa, che deve essere necessariamente condotta con il supporto delle Strutture Competenti delle società del Gruppo ed i cui risultati potrebbero peraltro variare a seconda del periodo preso a riferimento.

Con riferimento ai prodotti/servizi del mercato nel quale l'impresa è dominante, nonché dei rapporti commerciali con altre imprese in cui è riscontrabile una situazione di dipendenza economica, è consigliabile attenersi alle seguenti regole di comportamento:

- a) valutare preventivamente con la struttura competente della società del Gruppo interessata le modalità di determinazione dei prezzi di prodotti o servizi quando non tengano conto del loro reale valore commerciale (o perché troppo elevati, o perché troppo bassi);
- b) verificare preventivamente con la struttura competente della società del Gruppo interessata eventuali promozioni, sconti o incentivi che potrebbero risultare incompatibili con la normativa *antitrust*;
- c) verificare preventivamente con la struttura competente della società del Gruppo interessata che le condizioni contrattuali diverse dal prezzo (ad esempio, modalità di pagamento, restrizioni alle esportazioni o alla rivendita di beni, etc.) siano sorrette da evidenti giustificazioni economiche/commerciali;
- d) non imporre ai clienti l'obbligo di informare l'impresa dominante di eventuali offerte migliorative ricevute dalla concorrenza, né il divieto di accettarle se l'impresa dominante si rende disponibile a pareggiare l'offerta;
- e) non obbligare i clienti ad acquistare esclusivamente o principalmente i prodotti/servizi dall'impresa dominante;
- f) verificare preventivamente con la struttura competente della società del Gruppo interessata eventuali iniziative di vendita di prodotti abbinati (*tying/ bundling*) che potrebbero risultare incompatibili con la normativa *antitrust*;
- g) evitare discriminazioni non obiettivamente giustificabili tra clienti o tra imprese facenti parte del Gruppo e imprese terze. È quindi opportuno verificare preventivamente con la struttura competente della società del Gruppo interessata– che la concessione a determinati clienti di sconti o condizioni commerciali più favorevoli sia giustificata da risparmi di costo o guadagni di efficienza e fondata su criteri oggettivi e trasparenti;
- h) valutare preventivamente con la struttura competente della società del Gruppo interessata eventuali rifiuti di fornitura (nonché ingiustificati e prolungati ritardi nel riscontro delle relative richieste) a

imprese che necessitano di tali forniture per operare in un mercato in cui sono in concorrenza con l'impresa dominante

- i) con riferimento alle sole società del Gruppo che per disposizione di legge o in virtù di una concessione esercitano la gestione di servizi di interesse economico generale, ovvero operano in regime di monopolio sul mercato, verificare preventivamente con la struttura competente della società del Gruppo interessata l'adempimento degli obblighi connessi allo svolgimento di attività su mercati diversi da quelli in cui agiscono in virtù della suddetta disposizione di legge o concessione.

#### 1.4 REGOLE DI COMPORTAMENTO RELATIVE ALLE CONCENTRAZIONI E FSR

Alla luce dei principi descritti e al fine di garantire il rispetto della normativa *antitrust*, è opportuno che tutti i dipendenti delle società del Gruppo si attengano alle seguenti regole di comportamento.

In tutti i casi in cui le Società del Gruppo intendano realizzare operazioni societarie che comportino (i) l'acquisizione di partecipazioni azionarie in altre società, (ii) la costituzione di una impresa comune; (iii) la fusione con altre società, è necessario avvisare con **adeguato preavviso** la struttura competente della società del Gruppo interessata al fine di verificare che:

- (i) l'operazione costituisca o meno una concentrazione in una prospettiva *antitrust*;
- (ii) in caso positivo, sia soggetta ad obblighi di notifica alle autorità di concorrenza competenti, inclusi quelli imposti dalla normativa sulle sovvenzioni estere (FSR).

In tutti i casi in cui le Società del Gruppo intendano partecipare a gare d'appalto pubblico è necessario avvisare con adeguato preavviso la struttura competente della società del Gruppo interessata al fine di verificare se la partecipazione sia soggetta agli obblighi di notifica imposti dalla normativa sulle sovvenzioni estere (FSR).

## 1.5 REGOLE DI COMPORTAMENTO DURANTE LE ISPEZIONI

Nell'eventualità di un'ispezione dell'AGCM o della Commissione è opportuno che **le società del Gruppo**, avvalendosi della struttura competente:

- a) assicurino la presenza, durante l'intero accertamento, del responsabile della funzione interessata dall'ispezione e della struttura competente della società del Gruppo interessata, che provvederà a coinvolgere eventuali altri soggetti;
- b) verifichino attentamente l'oggetto e lo scopo dell'accertamento, che dovrà risultare dal documento che i funzionari incaricati sono tenuti ad esibire all'inizio dell'accertamento stesso (le imprese hanno il diritto di impedire ispezioni relative a istruttorie che non siano state loro notificate);
- c) vigilino affinché, in ogni stadio dell'accertamento, ci sia piena rispondenza tra l'oggetto, lo scopo e l'arco temporale dell'accertamento ed i singoli atti di accertamento (ad esempio, non sarebbe consentito all'autorità di concorrenza, nel caso di un accertamento su eventuali pratiche restrittive relative al prodotto Z, esaminare la documentazione relativa al prodotto K);
- d) si assicurino che i funzionari incaricati non siano ostacolati nello svolgimento dell'attività ispettiva e che l'integrità di eventuali sigilli, ove apposti, non sia compromessa;
- e) consentano ai funzionari incaricati l'accesso a tutta la documentazione legittimamente richiesta, nonché di estrarre copie cartacee e/o digitali;
- f) assicurino che, ove i funzionari incaricati richiedano loro delle informazioni, i dirigenti e i dipendenti rispondano in modo veritiero e completo, per quanto a loro conoscenza e fermo restando il diritto di non rendere dichiarazioni autoaccusatorie, e che, in caso di dubbi su una risposta, ci si riservi di fornire elementi/precisazioni in seguito;
- g) verifichino che i funzionari incaricati acquisiscano la sola documentazione rilevante ai fini dell'accertamento notificato, prestando attenzione anche ad eventuale corrispondenza con legali esterni, coperta dal c.d. *legal privilege*, redigano e appongano la firma ad un verbale dell'accertamento, che enumeri ed identifichi, con la massima precisione, tutti i documenti di cui essi abbiano effettuato copia.

Valgono, ad ulteriore supporto, le procedure interne al Gruppo FS che declinano le linee di condotta da tenere in caso di ispezioni e/o di interazioni con le autorità amministrative.

## 1.6 ALTRE REGOLE DI CONDOTTA GENERALI

### 1. Linguaggio nelle comunicazioni interne ed esterne

L'uso di un linguaggio inappropriato e l'impiego inconsapevole di alcuni termini su qualunque documento interno o esterno (incluse presentazioni, e-mail, appunti, verbali di riunione) può generare falsi convincimenti circa la posizione o le condotte delle società del Gruppo nei mercati in cui operano e/o essere valutato come elemento di prova dell'esistenza di una violazione del diritto della concorrenza anche se in realtà si intendeva dire altro rispetto al significato apparente.

Pertanto, i dipendenti delle società del Gruppo devono:

- avere cura di utilizzare nelle comunicazioni interne ed esterne un **linguaggio appropriato** e coerente con i valori del Gruppo FS, **evitando espressioni equivocate** ed evitando espressioni che possano falsamente suggerire l'esistenza di condotte contrarie al diritto della concorrenza e alle regole contenute nel presente Codice di Condotta Antitrust.

### 2. Segnalazione di sospette violazioni del diritto della concorrenza

È importante che possibili violazioni del diritto della concorrenza vengano rilevate nella loro fase iniziale, in quanto (i) la tempestiva scoperta di una possibile infrazione permette di impedire che la condotta illecita si consumi o comunque di evitare che si prolunghi ulteriormente e di attenuarne gli effetti dannosi; e (ii) attraverso la denuncia di violazioni di cui è a conoscenza la società ha la possibilità di accedere ai programmi di *leniency* previsti dalla legge, che consentono di accedere al beneficio dell'immunità o della riduzione della sanzione in caso di accertamento dell'infrazione da parte delle autorità della concorrenza.

Pertanto, si incoraggiano i dipendenti delle società del Gruppo:

- in caso di sospetta violazione del diritto della concorrenza, ad effettuare una **segnalazione** secondo le modalità previste nella procedura per la gestione delle segnalazioni (c.d. Whistleblowing) vigente.

### 3. Trattamento dei Dati Personali

Tutti i dipendenti delle società del Gruppo conformano la propria condotta al rispetto della normativa vigente in materia di protezione dei dati personali (Regolamento EU 679/2016 e al D.Lgs. 196/2003, così come modificato dal D.Lgs. 101/2018), ed in particolare, del Framework di Data Protection.