

Sisal

**Politica Antitrust –
Diritto della
concorrenza e tutela dei
consumatori**

Approvata dal Consiglio di Amministrazione di Sisal in data 21/03/2024

INDICE

OBIETTIVI DELLA POLITICA ANTITRUST	2
AMBITO DI APPLICAZIONE.....	3
LA NORMATIVA ANTITRUST	4
1. INTESI RESTRITTIVE DELLA CONCORRENZA.....	4
2. ABUSI DI POSIZIONE DOMINANTE.....	5
LA NORMATIVA A TUTELA DEI DIRITTI DEI CONSUMATORI.....	6
PRINCIPI DI COMPORTAMENTO	8
CONSEGUENZE DELLA VIOLAZIONE DELLE NORME SULLA CONCORRENZA E DIRITTI DEI CONSUMATORI	10
LA COMPLIANCE ANTITRUST.....	11
1. FUNZIONE COMPLIANCE ANTITRUST	11
IL PROGRAMMA DI COMPLIANCE ANTITRUST	13
1. FORMAZIONE E PREVENZIONE	14
2. MONITORAGGIO	15
2.1 SEGNALAZIONI, RICHIESTE DI CHIARIMENTI E CONTROLLI DI SECONDO LIVELLO	15
2.2 RELAZIONE ANNUALE	16
3. SISTEMA DI INCENTIVI.....	16
RESPONSABILE AGGIORNAMENTO DELLA POLICY	17
DIFFUSIONE E COMUNICAZIONE DELLA POLICY.....	18

OBIETTIVI DELLA POLITICA ANTITRUST

Sisal (di seguito “la Società”) conduce le proprie attività commerciali in modo equo e trasparente e assicura al suo interno il pieno rispetto dei principi concorrenziali e consumeristici, essendo pienamente consapevole che un corretto incentivo alla concorrenza e all’osservanza delle norme poste a tutela dei consumatori costituiscono un elemento fondamentale per lo sviluppo dei mercati sui quali opera l’azienda.

La presente Politica Antitrust (di seguito “Policy”) si colloca pertanto nell’ambito delle numerose iniziative intraprese da Sisal per favorire la conoscenza della materia e si inserisce nel più ampio programma di *compliance antitrust* e pratiche commerciali scorrette svolto conformemente alle Linee Guida pubblicate dall’AGCM nel 2018 nonché delle *best practices* nazionali ed europee.

L’obiettivo di Sisal è quello di:

- definire le norme e le regole di comportamento che devono essere rispettate da tutti i componenti della Società, dirigenti, dipendenti e collaboratori per garantire la piena *compliance* con i principi di riferimento;
- identificare le principali aree di rischio cui la Società appare potenzialmente esposta in una prospettiva antitrust e di tutela dei consumatori;
- aumentare in modo semplice e accessibile a tutti la consapevolezza circa l’importanza di tali regole e il loro impatto sull’attività della Società;

- delineare strumenti normativi interni di dettaglio, quali procedure e istruzioni operative, volti a fornire una guida pratica sui comportamenti da adottare per prevenire eventuali comportamenti illeciti.

Il presente documento enuncia brevemente i principi posti alla base della disciplina antitrust e del Codice del Consumo e ripercorre le varie fasi lungo le quali si è articolata l'adozione del programma di *compliance* da parte della Società. I principi qui riportati vengono ripresi e declinati in maniera approfondita e puntuale nella documentazione di *compliance* divulgata all'interno di Sisal.

AMBITO DI APPLICAZIONE

La presente Policy si applica ai seguenti soggetti (di seguito "Destinatari"):

- i lavoratori di tutte le società del Gruppo Sisal (dipendenti, lavoratori autonomi, i volontari, i tirocinanti retribuiti e non retribuiti, ex dipendenti, candidati al lavoro);
- i membri dell'organo di amministrazione, direzione o vigilanza e controllo di Sisal, compresi i membri senza incarichi esecutivi;
- qualsiasi persona che lavora sotto la supervisione e la direzione di appaltatori, subappaltatori, i partner commerciali e più in generale tutti i soci in affari che operino nell'interesse o per conto della Società, comprese tutte le Società controllate e collegate al Gruppo Sisal.

Le presenti Linee Guida si applicano a tutte le società del Gruppo Sisal.

LA NORMATIVA ANTITRUST

La finalità principale del diritto antitrust è quella di incentivare un processo concorrenziale leale che porti benefici ai consumatori, favorendo la diffusione di prodotti migliori a costi più contenuti e consentendo al tempo stesso un'efficiente allocazione delle risorse produttive. Sulla base di questi presupposti le norme antitrust mirano ad assicurare che:

- le imprese concorrenti stabiliscano in maniera autonoma la propria strategia commerciale, senza ripiegare su comportamenti coordinati o volutamente collusivi (divieto di intese restrittive della concorrenza);
- le imprese in posizione dominante non adottino comportamenti finalizzati ad escludere i concorrenti o a sfruttare indebitamente il loro potere a danno dei consumatori (divieto di abuso di posizione dominante).

1. INTESE RESTRITTIVE DELLA CONCORRENZA

Le **intese restrittive della concorrenza** sono vietate dall'art. 101 del TFUE e dall'art. 2 della legge n. 287/1990. Con tale termine ci si riferisce a qualsiasi tipo di accordo, collaborazione o concertazione tra imprese, che abbia per oggetto o per effetto di impedire, restringere o falsare in maniera consistente il gioco della concorrenza sul mercato. A titolo esemplificativo, rientrano nel divieto in parola gli accordi di fissazione in comune dei prezzi o di altre condizioni contrattuali, quelli di ripartizione

del mercato, le pratiche volte al contingentamento della produzione e gli scambi di informazioni sensibili tra concorrenti.

A seconda dei soggetti che partecipano all'intesa e la relativa collocazione sul mercato, si distingue tra: (i) intese orizzontali, che intervengono tra concorrenti attuali o potenziali (ad es. tra Sisal ed un'altra società attiva nell'organizzazione e gestione di scommesse), e (ii) intese verticali, che coinvolgono imprese operanti a livelli diversi del medesimo processo produttivo (ad es. tra Sisal ed un fornitore o un rivenditore).

Per la sussistenza di un'intesa risultano irrilevanti sia l'esistenza di un accordo espresso sia la veste formale o meno assunta dalla collaborazione.

2. ABUSI DI POSIZIONE DOMINANTE

Gli **abusi di posizione dominante** sono vietati dall'art. 102 del TFUE e dall'art. 3 della legge n. 287/1990. In particolare, la normativa vieta all'impresa che detiene una posizione dominante sul mercato lo sfruttamento abusivo della stessa a danno della concorrenza.

Per valutare se sussista una violazione, occorre innanzitutto individuare il mercato del prodotto e geografico in cui opera l'impresa. In secondo luogo, occorre accertare se l'impresa interessata sia in "posizione dominante", ovvero se abbia o meno un potere di mercato che le consente di operare indipendentemente dai concorrenti, dai clienti e dai consumatori finali e sia quindi in grado di influenzare in maniera considerevole i

principali parametri della concorrenza. Infine, occorre verificare se i comportamenti posti in essere possano integrare o meno un abuso: solo in quest'ultimo caso è possibile ricadere nel divieto.

Nella prassi le pratiche abusive sono convenzionalmente divise in due categorie: (i) abusi di sfruttamento, che comprendono le pratiche con cui l'impresa in posizione dominante realizza profitti sovra competitivi, sfruttando il proprio potere di mercato (l'imposizione di prezzi eccessivamente elevati o l'attuazione di pratiche discriminatorie nei confronti dei clienti rappresentano gli esempi tipici di condotte rientranti in questa categoria); e (ii) abusi escludenti, vale a dire strategie dirette ad ostacolare l'attività dei concorrenti, con lo scopo di monopolizzare il mercato (come ad esempio l'attuazione di strategie di prezzo di carattere predatorio o il rifiuto a contrarre).

LA NORMATIVA A TUTELA DEI DIRITTI DEI CONSUMATORI

Allo stesso modo, anche le norme previste dal **Codice del Consumo**, specie quelle in materia di pratiche commerciali scorrette, hanno ormai assunto un ruolo centrale nell'attività delle imprese. La finalità posta alla base di tale disciplina è quella di assicurare ai consumatori un trattamento equo e orientato a garantire scelte consapevoli sul mercato. Le imprese hanno un conseguente obbligo di fornire

informazioni trasparenti sulle caratteristiche dei prodotti o servizi offerti in vendita e di garantire ai propri clienti il pieno esercizio dei diritti riconosciuti dall'ordinamento.

Una pratica commerciale viene ritenuta **scorretta** nel momento in cui è contraria alla diligenza professionale ed è idonea a falsare in misura apprezzabile il comportamento economico del consumatore medio.

Sono vietate le **pratiche commerciali ingannevoli** (artt. 21, 22 e 23 del Codice del Consumo), ossia quelle azioni, omissioni, condotte o dichiarazioni commerciali che (i) contengono informazioni false; (ii) ingannano o possono ingannare il consumatore, anche se le informazioni fornite sono di fatto corrette; (iii) omettono informazioni rilevanti di cui il consumatore medio ha bisogno per prendere una decisione consapevole; (iv) occultano o presentano in modo oscuro, ambiguo o non tempestivo le informazioni rilevanti. Affinché la pratica sia ingannevole, è sufficiente che la stessa sia idonea ad indurre in errore il consumatore e non è necessario che lo stesso sia stato effettivamente ingannato né che il professionista abbia voluto ingannarlo con intenzione o negligenza.

Sono vietate anche le **pratiche commerciali aggressive** (artt. 24, 25 e 26 del Codice del Consumo), ossia quelle che, tenuto conto di tutte le caratteristiche e circostanze del caso, limitano la libertà di scelta o di comportamento del consumatore mediante molestia, coercizione o indebito condizionamento.

PRINCIPI DI COMPORTAMENTO

Con l'obiettivo di uniformarsi pienamente ai principi elencati e consapevole dell'importanza delle **norme antitrust** in un'ottica di corretto sviluppo dell'impresa, Sisal:

- definisce in maniera autonoma la propria politica commerciale e opera unicamente sulla base di proprie scelte strategiche;
- si astiene dal partecipare a colloqui o discussioni con altre aziende concorrenti che possano condurre a pratiche anti competitive, comprese conversazioni su prezzi, quote di mercato, limitazioni alla produzione o restrizioni alla concorrenza;
- non conclude 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;
- non scambia informazioni sensibili che siano idonee a ridurre l'incertezza circa il comportamento attuale o futuro della Società (per mezzo di riunioni, contatti formali o informali, email o annunci pubblici);
- non pone in essere atti di sfruttamento abusivo della posizione dominante laddove detenuta in specifici mercati ed evita di attuare comportamenti quali obbligare i clienti ad acquistare esclusivamente o prevalentemente dalla Società,

concedere incentivi o sconti retroattivi e non legati ad aspetti quantitativi/risparmi di costo, attuare discriminazioni immotivate tra i propri clienti.

Inoltre, Sisal è consapevole dell'importanza delle norme a tutela dei consumatori, e infatti:

- non svolge alcuna forma di pubblicità, anche indiretta, relativa a giochi o scommesse con vincite in denaro, nonché al gioco d'azzardo, in conformità con le disposizioni del Decreto Legge n. 87 del 2018;
- redige informative chiare e trasparenti per permettere al consumatore di assumere scelte consapevoli;
- presenta eventuali offerte speciali riportandone in modo chiaro i limiti di fruibilità e specificando tutte le condizioni affinché il consumatore possa avvalersene;
- pubblicizza come gratuiti solo prodotti e servizi che non prevedono alcun onere a carico del consumatore;
- presta assistenza ai propri clienti fornendo tutte le informazioni necessarie ad assumere una scelta ragionata e a loro favorevole;
- esercita un controllo puntuale sull'operato dei terzi coinvolti nel processo di vendita, al fine di prevenire fenomeni di vendita ingannevole e/o aggressiva.

CONSEGUENZE DELLA VIOLAZIONE DELLE NORME SULLA CONCORRENZA E DIRITTI DEI CONSUMATORI

La violazione delle **norme poste a tutela della concorrenza** espone le imprese non solo a sanzioni amministrative significativamente elevate (i.e. fino al 10% del loro fatturato complessivo), ma anche a danni di tipo reputazionale, ad azioni di risarcimento del danno promosse in sede civile e al rischio di essere estromesse da procedure di gara pubbliche. Inoltre, in un numero crescente di giurisdizioni, i manager e i dipendenti che abbiano materialmente posto in essere le condotte illecite sono esposti all'applicazione di sanzioni amministrative e penali (in aggiunta ad eventuali sanzioni di natura disciplinare).

Con riferimento alla **tutela dei diritti dei consumatori**, la violazione di tali norme comporta non solo l'imposizione di sanzioni pecuniarie, che possono arrivare fino a 10.000.000 euro, ma anche il rischio di azioni risarcitorie sia individuali che collettive, oltre a rilevanti danni di immagine dovuti alla pubblicazione di estratti del provvedimento sanzionatorio dell'AGCM sul sito web della società e/o su testate giornalistiche di rilevanza nazionale. Inoltre, in caso di sanzioni inflitte a norma dell'articolo 21 del Regolamento (UE) 2017/2394 (infrazione diffusa/infrazione diffusa avente una dimensione unionale), l'importo massimo della sanzione irrogata dall'AGCM è pari al 4% del fatturato annuo del professionista realizzato in Italia ovvero negli Stati membri dell'UE interessati dalla relativa violazione.

LA COMPLIANCE ANTITRUST

La compliance antitrust è volta a prevenire e a minimizzare il rischio di eventuali violazioni della normativa italiana ed europea in materia di tutela della concorrenza, nonché a diffondere la cultura antitrust all'interno di Sisal.

Attraverso la presente Policy, Sisal riafferma il proprio impegno al rispetto delle normative antitrust e tutela dei diritti del consumatore. Il programma di Compliance Antitrust, la cui struttura è descritta nei successivi paragrafi, esprime principi e valori contenuti nel Codice Etico, che devono guidare i comportamenti di Sisal nei mercati in cui opera e nei rapporti con concorrenti, clienti, fornitori e consumatori.

1. FUNZIONE COMPLIANCE ANTITRUST

Nel contesto del programma di compliance, la Società ha ritenuto opportuno dotarsi anche di procedure volte a garantire la conformità del proprio programma con i più elevati standard nazionali ed internazionali. L'attuazione del programma viene affidata nell'ambito della Direzione Risk & Compliance di Sisal, in particolare alla Funzione Compliance Antitrust.

La Funzione Compliance Antitrust è responsabile di fornire assistenza specialistica in materia di antitrust alle funzioni di Sisal e delle società controllate secondo quanto previsto dagli strumenti normativi interni in materia.

La Funzione Compliance Antitrust è, tra l'altro, incaricata di:

- sovrintendere e coordinare l'attuazione del programma di Compliance Antitrust;
- riesaminare periodicamente l'efficacia della presente Policy e del programma di Compliance Antitrust, anche sulla base delle best practice di riferimento e di eventuali gap o criticità riscontrati, e assumere le conseguenti opportune iniziative.

A tali fini, la Funzione Compliance Antitrust:

- in collaborazione con le competenti funzioni, organizza e richiede la partecipazione a training o eventi formativi, per promuovere la conoscenza della normativa antitrust e un'adeguata sensibilità ai temi della compliance antitrust all'interno dell'azienda;
- svolge valutazioni preventive circa la conformità delle iniziative di business alla normativa antitrust in tutti i casi previsti dalla presente Policy o svolge attività di advisory rispetto all'applicazione della normativa o della presente Policy;
- chiede e ottiene informazioni dettagliate sulle attività oggetto di richieste di analisi preventiva o sulle attività che la stessa Funzione Compliance Antitrust ritenga comunque opportuno valutare;
- stabilisce procedure e meccanismi finalizzati ad assicurare le attività di monitoraggio, anche attraverso controlli di secondo livello, e a prevenire il rischio di illeciti antitrust nelle aree ritenute più esposte, anche supportando le funzioni interessate nell'aggiornamento dei propri strumenti normativi interni.

Nello svolgimento delle proprie attività, la Funzione Compliance Antitrust potrà:

- agire in maniera indipendente, senza che la sua condotta sia sindacabile dagli organi amministrativi e di controllo presenti nella Società;
- avere libero accesso a tutte le funzioni della Società, senza necessità di alcun preventivo consenso, al fine di ottenere ogni informazione ritenuta necessaria per lo svolgimento dei suoi compiti;
- avvalersi – laddove ritenuto opportuno – dell’ausilio di tutte le strutture della Società ovvero di consulenti esterni esperti in materia antitrust.

Per lo svolgimento di tali funzioni – e al fine di garantire la completa autonomia e indipendenza dell’Antitrust Compliance Manager – la stessa è dotata di un apposito budget da destinare alle attività connesse all’implementazione del programma.

La Funzione Compliance Antitrust è tenuta ad adottare alcune specifiche iniziative volte ad assicurare che il programma di compliance sia correttamente attuato ed adattato nel tempo alle nuove circostanze.

IL PROGRAMMA DI COMPLIANCE ANTITRUST

Il programma di Compliance Antitrust di Sisal si basa su tre pilastri fondamentali:

- formazione e prevenzione;
- monitoraggio;
- sistema premiale di incentivi.

1. FORMAZIONE E PREVENZIONE

La Funzione Compliance Antitrust, in collaborazione con le Risorse Umane, si occupa di individuare coloro che svolgono ruoli potenzialmente sensibili in una prospettiva antitrust e di tutela dei consumatori (di seguito “Personale a Rischio”).

Una volta identificato il Personale a Rischio, la Funzione Compliance Antitrust, d’intesa con le Risorse Umane, organizza, su base periodica, adeguate attività formative volte ad illustrare i principi fondamentali del diritto della concorrenza e dei consumatori, nonché i principali elementi delle relative normative.

Inoltre, specifiche sessioni possono essere programmate nei casi in cui Sisal, ad esempio, acquisisca una Società o un ramo di azienda, o estenda il proprio business in settori in cui prima era assente, dando risalto alle eventuali specificità dei nuovi mercati in cui la Società intende operare.

La Funzione Compliance Antitrust si adopera, d’intesa le Risorse Umane, affinché i nuovi assunti e/o coloro che svolgevano incarichi diversi, prima di assumere funzioni rilevanti alla luce della normativa antitrust e del Codice del Consumo, siano inclusi nelle attività formative sopra elencate.

2. MONITORAGGIO

2.1 SEGNALAZIONI, RICHIESTE DI CHIARIMENTI E CONTROLLI DI SECONDO LIVELLO

La Funzione Compliance Antitrust è tenuta ad assicurare che il programma sia correttamente attuato e adattato nel tempo alle nuove circostanze. A tal fine:

- da un lato, garantisce la possibilità per i dipendenti di Sisal di segnalare criticità antitrust e consumeristiche, domandare chiarimenti su specifiche questioni, ed eventualmente denunciare in forma anonima possibili violazioni, senza correre il rischio di essere per ciò esposti al rischio di ritorsioni da parte dei colleghi e/o dei superiori gerarchici (assicurandone quindi la riservatezza);
- dall'altro, monitora e aggiorna nel medio-lungo termine le aree di rischio identificate, conducendo controlli di secondo livello per approfondire periodicamente particolari aree di attività di Sisal e individuare l'esistenza di condotte suscettibili di violare il diritto della concorrenza e dei consumatori.

A seguito di tale attività di monitoraggio, la Funzione Compliance Antitrust può adottare tutte le iniziative opportune per mitigare rischi eventualmente emersi.

2.2 RELAZIONE ANNUALE

Con cadenza annuale, la Funzione Compliance Antitrust redige una relazione sull'insieme delle attività svolte in materia di compliance antitrust e pratiche commerciali scorrette, dando evidenza:

- delle eventuali segnalazioni ricevute e delle misure conseguentemente adottate;
- delle attività di informazione e formazione eseguite, sia tramite training online, sia tramite corsi di formazione in aula;
- degli assessment e dei controlli di secondo livello svolti, dei risultati emersi e delle misure adottate per rimediare alle criticità eventualmente rilevate;
- delle attività pianificate per l'anno successivo per la corretta ed efficiente attuazione del programma.

Tale relazione annuale dovrà essere trasmessa al Consigli di Amministrazione di Sisal, al fine di consentire di avere contezza delle procedure di controllo effettuate e degli esiti rilevati.

3. SISTEMA DI INCENTIVI

Al fine di garantire una maggiore diffusione della cultura antitrust e consumeristica presso i dipendenti e/o manager della Società e di prevenire eventuali comportamenti

illeciti da parte degli stessi, la Funzione Compliance Antitrust adotta un sistema volto a incentivare la partecipazione attiva al programma e a disincentivare la violazione della normativa antitrust e del Codice del Consumo.

In particolare, oltre a quanto già previsto in materia di sanzioni disciplinari, la Funzione Compliance Antitrust, di concerto con le competenti strutture di Risorse Umane, prevede che, nell'applicazione dei meccanismi premiali legati alle performance ottenute nello svolgimento delle rispettive mansioni, si tenga conto di uno specifico requisito qualitativo connesso al pieno e puntuale rispetto della normativa antitrust e in materia di tutela dei consumatori.

Tale requisito si considera soddisfatto laddove il soggetto in questione abbia partecipato agli eventi formativi con diligenza e attenzione e non abbia violato le disposizioni contenute nella presente Policy e negli strumenti normativi interni di dettaglio.

RESPONSABILE AGGIORNAMENTO DELLA POLICY

Responsabile della presente Policy è la Funzione Compliance Antitrust, che provvede a un suo periodico aggiornamento.

DIFFUSIONE E COMUNICAZIONE DELLA POLICY

La Società provvede a informare tutti i Destinatari della Policy della sua esistenza e del suo contenuto, pubblicandola sulla Intranet e sul sito internet di Sisal.