

Cartelli

– COME AGIRE CON I CONCORRENTI

Ogni azienda deve sviluppare la propria strategia commerciale e deve agire in maniera indipendente dai suoi concorrenti, fornitori, clienti e parti interessate.

Qualsiasi accordo o intesa tra concorrenti avente per oggetto o per effetto la restrizione della libera concorrenza è vietato. Ciò può includere accordi che:

- › Fissano prezzi o altre condizioni contrattuali (ad es., garanzie, termini di pagamento, ecc.);
- › Limitano la libertà di concorrenza di altri operatori del mercato (ad es., limitando l'accesso al mercato, lo sviluppo o gli investimenti);
- › Ripartiscono clienti, mercati o fonti di approvvigionamento.

Non importa quale forma assuma l'accordo, né che lo stesso sia in forma scritta o formalizzato in alcun modo. Anche un semplice scambio di informazioni orale può essere considerato un cartello.

– COSA FARE

- ✓ – Ottenere informazioni riguardo a mercati e/o concorrenti da fonti pubbliche indipendenti
- ✓ – Discutere informazioni generali e pubbliche sul mercato e/o sui concorrenti

– COSA NON FARE

- ✗ – Stipulare un accordo, discutere o scambiare informazioni commerciali sensibili (“informazioni sensibili”) con concorrenti in relazione a:
 - › Prezzi, termini e condizioni di vendita e acquisto, compresi sconti e riduzioni
 - › Margine, profitti e costi
 - › Quote di mercato
 - › Volumi di vendite
 - › Clienti (nome, solvibilità, termini di pagamento)
 - › Dettagli di offerte in gare d'appalto
- ✗ – Accordarsi con concorrenti su prezzi o altre condizioni commerciali per i loro fornitori o clienti
- ✗ – Accordarsi con un concorrente al fine di favorire o eliminare un altro concorrente
- ✗ – Accordarsi con un concorrente per non fare affari con determinati fornitori o clienti
- ✗ – Accordarsi con un concorrente per condividere o ripartirsi vendite, prodotti, territori, clienti o fornitori