

Policy antitrust

Innova Semplice S.p.A. e le società del Gruppo ritengono che una concorrenza leale costituisca elemento fondante della cultura e della politica aziendale e si impegnano, con la presente policy, ad attuare pratiche commerciali corrette nel pieno rispetto di tutte le leggi e normative antitrust applicabili al business aziendale.

In ottemperanza a quanto premesso, i dipendenti, i collaboratori, i funzionari e i dirigenti di Innova Semplice e delle società del Gruppo sono chiamati ad evitare, nella conduzione delle attività della Società, qualsiasi attività che violi leggi o normative sull'antitrust e la libera concorrenza applicabili al contesto nel quale il Gruppo opera.

Si riportano, a titolo esemplificativo e non esaustivo, alcuni ambiti di rischio connessi all'attività che, se non gestiti in modo appropriato, potrebbero comportare la violazione di leggi o normative sull'antitrust e sulla libera concorrenza.

Relazioni con i concorrenti

Un'area di rischio potenziale nella quale possono annidarsi comportamenti lesivi della libera concorrenza di mercato risiede nelle relazioni con i competitor aziendali, ovvero con le società che producono o vendono i nostri stessi prodotti o servizi.

Qualsiasi tipo di accordo, intesa o disposizione fra concorrenti, in modo formale o informale, espresso o implicito, che limiti o abbia un impatto sulla libera concorrenza può essere soggetto al controllo dell'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato e può, in casi estremi, determinare gravi sanzioni penali sia per Innova Semplice sia per i dipendenti coinvolti nella condotta illecita.

Relazioni con i clienti

Ancora maggiore, in considerazione dell'attività di comparazione svolta da Innova Semplice e dalle società del Gruppo, è il rischio che potenzialmente potrebbe derivare dalle relazioni con le società clienti che utilizzano i siti di comparazione aziendali per proporre i propri prodotti sul mercato. È importante che qualunque informazione acquisita o scambiata su prezzi o condizioni commerciali, acquisita in ragione dei servizi da noi prestati, non divenga mai oggetto di comunicazione, anche informale, con altri clienti.

Ogni dipendente o collaboratore di Innova Semplice deve evitare che le comunicazioni legittime nel rapporto fornitore/cliente devino su argomenti che possano riguardare aspetti di concorrenza tra aziende e deve attivare tutte le misure precauzionali per assicurare che le informazioni e le comunicazioni vengano condivise solo con le persone autorizzate e utilizzate solo per i fini appropriati.

È necessario, pertanto, fare attenzione ed evitare incontri o conversazioni telefoniche a tu per tu con i clienti. Se vi ritrovate inevitabilmente in una situazione del genere, è saggio mettere in chiaro che non parlerete di nulla che abbia a che fare con prezzi o pratiche commerciali dei competitor.

Anche conversazioni all'apparenza innocenti con dipendenti, rappresentanti dei clienti o clienti finali dei prodotti/servizi venduti, possono essere oggetto di indagine in presenza di istruttorie antitrust da parte dell'AGCM.

Dati commerciali

È altresì di fondamentale importanza che non vengano condivisi, a titolo esemplificativo e non esaustivo e al di fuori degli adempimenti di corretta informazione contrattuale legati al rapporto con il singolo cliente, report sul posizionamento dei concorrenti sui portali di comparazione, le politiche di prezzo, le condizioni di vendita, la differenza con le quotazioni dei concorrenti, i dati dei consumatori e quelli dei preventivi.

È fatto divieto a collaboratori, dipendenti, funzionari e dirigenti fornire ed utilizzare qualunque dato o informazione sensibile da un punto di vista concorrenziale che possa essere utilizzato dalle società clienti per creare un sistema coordinato di strategie commerciali che possa ledere il principio di concorrenza leale e danneggiare i consumatori finali.

Regole generali

È vietato a collaboratori, dipendenti, funzionari e dirigenti realizzare i seguenti comportamenti. Si precisa che tale elenco non rappresenta tutte le situazioni che possono potenzialmente creare il rischio di lesione della libera concorrenza, ma possono fornire alcuni esempi che mostrano l'orientamento dell'azienda in merito.

- ▶ Fornire dichiarazioni relative a clienti e/o concorrenti o ai loro prodotti o servizi che non possono essere comprovate e possono violare norme e leggi sulla concorrenza leale o corrette pratiche commerciali;
- ▶ Partecipare a discussioni pubbliche o private, o definire accordi rispetto alle seguenti questioni relative ad aree di interesse concorrenziale dei nostri clienti:
 - politiche su prezzi, sconti, margini di profitto, rimborsi e altri termini e condizioni di vendita;
 - pratiche o tendenze relative a prezzi di fornitori, distributori o clienti;
 - profitti previsti, margini di profitto, quote di mercato, o concentrazioni di prodotti o servizi nell'ambito di un mercato identificato;
 - piani di business, marketing e promozionali, incluso date di lancio di prodotti o servizi, o controlli o limitazioni su iniziative pubblicitarie;
 - attività di ricerca attuali o potenziali;
 - retribuzione dei dipendenti o politiche di gestione del personale;
 - dati di clienti, elenchi di clienti, o attività particolari di un cliente;
- ▶ Forzare la vendita di un prodotto/servizio fornendo al consumatore finale informazioni sensibili non di dominio pubblico o non veritiere;
- ▶ Indurre i clienti a terminare o violare contratti con i concorrenti.