

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 altro 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

X — Accordarsi con concorrenti su prezzi o altre condizioni commerciali per i loro fornitori o clienti

X — Accordarsi con un concorrente al fine di favorire o eliminare un altro concorrente

X — Accordarsi con un concorrente per non fare affari con determinati fornitori o clienti

X — Accordarsi con un concorrente per condividere o ripartirsi vendite, prodotti, territori, clienti o fornitori