

## LINEE GUIDA AITEC IN MATERIA DI DIRITTO DELLA CONCORRENZA

Aitec rispetta rigorosamente le norme comunitarie e nazionali a tutela della libera concorrenza. Le seguenti linee guida, coerenti con quelle adottate da Cembureau, hanno lo scopo di garantire che nulla posto in essere da Aitec e/o dai suoi Associati possa sollevare dubbi di compatibilità con il diritto della concorrenza.

Tutti i partecipanti alle riunioni Aitec devono conoscere e rispettare le presenti linee guida che sono disponibili sul sito internet di Aitec e vengono inoltre richiamate in occasione di tutte le riunioni associative.

<b>COSA FARE</b>	<b>COSA NON FARE</b>
<p>Riunioni:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Prevedere la presenza del Compliance Officer o di un funzionario Aitec verbalizzante per ogni incontro.</li> <li>• Limitare il più possibile gli argomenti discussi a quanto stabilito nell'ordine del giorno.</li> <li>• Il Compliance Officer si oppone a qualsiasi dibattito o attività che violi o sembri violare le presenti linee guida; interrompendo la riunione associativa se necessario e facendo verbalizzare l'accaduto.</li> </ul> <p>Organizzazione:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Inviare l'ordine del giorno delle riunioni ai partecipanti prima delle riunioni stesse.</li> <li>• Redigere un verbale per ogni incontro e sottoporlo all'approvazione del Compliance Officer ed inoltrarlo a tutti i partecipanti.</li> <li>• Prevedere regole di funzionamento per ogni riunione, commissione o gruppo di lavoro.</li> </ul> <p>Domande:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Rivolgere al Compliance Officer tutte le domande attinenti al diritto della concorrenza.</li> </ul>	<p>Non discutere o scambiare informazioni in contrasto con la normativa a tutela della concorrenza, quali ad esempio:</p> <p>Prezzi:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Livello, cambiamento e differenziali di prezzo, sconti, margini, abbuoni e condizioni di credito per singola azienda.</li> <li>• Dati su singole aziende riguardanti costi, produzione, capacità, giacenze, vendite, ecc.</li> </ul> <p>Produzione:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Piani aziendali riguardanti, la produzione, la distribuzione e la commercializzazione dei prodotti, compresi obiettivi di area e canali distributivi., quote di mercato.</li> <li>• Modifiche riguardanti la capacità produttiva o le giacenze, piani strategici in generale.</li> <li>• Costi di produzione</li> </ul> <p>Piani di marketing, strategie commerciali :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Offerte aziendali su contratti per particolari prodotti; procedure aziendali per la partecipazione a gare d'appalto.</li> <li>• Questioni relative a effettivi o potenziali fornitori o clienti che possano avere l'effetto di escluderli da ogni mercato o influenzare la condotta commerciale delle imprese nei loro confronti.</li> </ul>