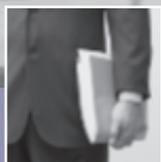


Carta della Concorrenza del Gruppo Legrand



LA NOSTRA CULTURA, I NOSTRI IMPEGNI

 legrand®

**Una sana e leale
concorrenza
garantisce un
funzionamento
ottimale dei
mercati e favorisce
l'innovazione a lungo
termine**

I principi generali che regolano il comportamento e l'operato di Legrand e dei suoi dipendenti sono definiti nella Carta dei Principi Fondamentali che richiama i valori chiave del Gruppo. Questi si inseriscono nel rispetto della legalità e in particolare nel rispetto del diritto della concorrenza.

Una concorrenza sana e leale garantisce infatti un funzionamento ottimale dei mercati e favorisce l'innovazione a lungo termine.

Tuttavia, questo tipo di approccio trova la sua ragione d'essere solo se ogni collaboratore vi aderisce e contribuisce alla sua promozione nella gestione delle nostre relazioni commerciali giorno per giorno. In effetti, qualsiasi infrazione commessa da un dipendente rischia di esporre Legrand a delle azioni giudiziarie da parte delle autorità competenti e di far incorrere la società in pesanti sanzioni finanziarie e penali. La direzione desidera quindi sensibilizzare ogni dipendente del Gruppo

sull'importanza del rispetto delle buone pratiche commerciali e sulla comprensione di questi aspetti fondamentali.

La messa in causa di Legrand potrebbe avere degli effetti sulla reputazione del Gruppo, la sua salute finanziaria e persino il proseguimento delle sue attività. Infrangere il diritto della concorrenza è un atto gravissimo che implica la responsabilità dei dipendenti verso il loro datore di lavoro e la collettività.

Vi prego di leggere attentamente le pagine seguenti e di applicare rigorosamente le indicazioni in esse contenute.



Benoît Coquart
Direttore Generale

Carta della Concorrenza del Gruppo Legrand



Sommario

1. Introduzione	
L'uso della guida.....	5
Richiamo sulla catena economica di Legrand.....	5
2. Le pratiche da bandire	
Accordi vietati tra concorrenti.....	7
Accordi verticali vietati.....	8
Scambi di informazioni con le imprese concorrenti.....	8
3. Le pratiche rischiose la cui legalità dipende dalle circostanze	
Accordi tra concorrenti.....	11
Accordi di vendita e di acquisto tra concorrenti.....	12
Accordi verticali.....	12
Proibizione degli abusi di posizione dominante.....	13
4. Raccomandazioni pratiche: le situazioni concrete che devono destare attenzione	
Attività di associazioni professionali / Organismi normativi.....	17
Incontri inevitabili/informali con i concorrenti (cene, cocktail, ...)	19
Visite di stabilimenti organizzate al di fuori di qualsiasi progetto di acquisizione.....	19
5.4. Negoziazioni preliminari ad acquisizioni o cessioni di filiali o di attività.....	19
5. Conclusione	21



**Questa guida
permette di
identificare i
comportamenti da
bandire all'interno
del Gruppo e di
riconoscere le
situazioni che
presentano un rischio**

1. Introduzione

■ L'uso della guida

La presente guida ha lo scopo di sensibilizzare i collaboratori del Gruppo alle pratiche e alle norme riguardanti la concorrenza. La guida è destinata a tutti i collaboratori.

Al fine di permettere una migliore comprensione dei principi giuridici soggiacenti, questa guida usa una terminologia semplice e non copre l'insieme dei testi e delle norme che disciplinano il diritto della concorrenza, né l'insieme delle situazioni a rischio. Per qualsiasi domanda o chiarimento, il servizio giuridico del Gruppo è a disposizione di tutti i dipendenti per apportare loro il sostegno necessario.

La guida descrive le situazioni che presentano un rischio per un gruppo industriale come Legrand. È necessario comprendere che qualsiasi comportamento o pratica avente come conseguenza l'alterazione o la riduzione del gioco della concorrenza su un determinato mercato, volontariamente o meno, deve indurre ad un'estrema vigilanza.

Attiriamo la vostra attenzione sul fatto che questa guida non è esaustiva e il suo scopo non è quello di trasformare ogni collaboratore in uno specialista del diritto della concorrenza. Tuttavia, in maniera del tutto pragmatica, deve permettere l'identificazione dei comportamenti

da bandire all'interno del Gruppo e il riconoscimento delle situazioni che presentano un rischio. Per qualsiasi dubbio, vi invitiamo a mettervi in contatto con il servizio giuridico del Gruppo al fine di ottenere l'opinione di un esperto.

■ Richiamo sulla catena economica di Legrand

La catena economica del Gruppo si presenta come segue:

- A monte, con i fornitori di materie prime, i fornitori di prestazioni e i subappaltatori;
- A valle, con la gamma di canali di distribuzione primari rappresentati dalle grandi distribuzioni, le centrali d'acquisto e l'insieme dei clienti/utilizzatori finali;
- Indirettamente con i prescrittori di soluzioni Legrand.

Il Gruppo è un protagonista importante della sua catena economica e ha una forte presenza negli organismi professionali. Inoltre, possiede in molti casi delle quote di mercato considerevoli. Per questo motivo è necessario che sia attento al rispetto delle regole di concorrenza e in particolare a quelle riguardanti l'abuso di posizione dominante.

Non bisogna dunque trascurare questo rischio sottovalutando i nostri obblighi legali in termini di rispetto delle regole di concorrenza.



Gli accordi relativi alla fissazione dei prezzi e alla ripartizione dei mercati sono considerati come le violazioni più gravi

2. Le pratiche da bandire

Qui di seguito sono esposte le principali pratiche vietate nella maggior parte dei paesi e dalle quali bisogna assolutamente astenersi.

Si tratta principalmente di accordi o scambi di informazioni tra imprese concorrenti operanti allo stesso livello della catena economica (1), ma a volte anche di accordi detti verticali (2), conclusi tra imprese che operano a livelli diversi della catena di produzione (ad esempio fornitori, distributori, venditori al dettaglio, clienti).

■ Accordi vietati tra concorrenti

Gli accordi o le pratiche concordate tra diverse imprese operanti allo stesso livello del mercato costituiscono delle violazioni tipiche del diritto della concorrenza, vietate per principio quando riguardano in particolare:

- la fissazione dei prezzi (per un anno, per una zona geografica, per una famiglia di prodotti...);
- la ripartizione delle zone geografiche, della clientela o dei mercati;
- la limitazione della produzione o delle capacità;

- uno scambio di informazioni confidenziali;
- il modo in cui si risponde ai bandi di gara allo scopo di condividere informazioni importanti;
- il boicottaggio di altre imprese concorrenti.

In questa lista non esaustiva, gli accordi relativi alla fissazione dei prezzi e alla ripartizione dei mercati sono considerati come le violazioni più gravi.



Ogni attore del mercato deve rimanere libero di fissare in maniera autonoma il prezzo che desidera

■ Accordi verticali vietati

Si tratta di accordi tra diverse imprese che operano a diversi livelli della catena economica di un mercato, con la conseguenza di falsare il gioco della concorrenza.

A questo titolo, è opportuno evitare in particolare le pratiche che consistono nel:

- Accordarsi con uno (o diversi) distributore(i) allo scopo di fissare i prezzi di vendita praticati dal distributore al cliente finale;
- Accordarsi con uno (o diversi) distributore(i) allo scopo di fissare il loro margine di profitto.

Ogni attore del mercato deve rimanere libero di fissare in maniera autonoma il prezzo che desidera in funzione del proprio costo di produzione e non deve essere in alcun modo influenzato.

Un fornitore può tuttavia consigliare un prezzo di vendita ai suoi distributori, ma non deve imporlo, poiché ciò costituirebbe una restrizione tipica della concorrenza, che non ammette giustificazioni.

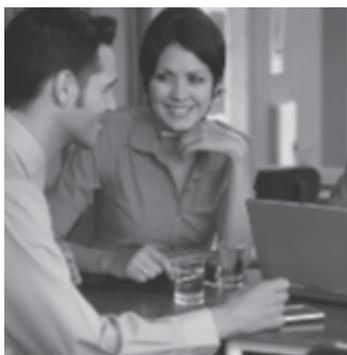
■ Scambi di informazioni con le imprese concorrenti

Lo scambio di informazioni commercialmente sensibili tra imprese concorrenti porta ad un aumento artificiale del livello di trasparenza esistente su un mercato e provoca una diminuzione della concorrenza poiché elimina l'incertezza sui comportamenti e la strategia dei concorrenti e aumenta il rischio di coordinazione.

Per queste ragioni è rigorosamente vietato ai collaboratori scambiare qualsiasi tipo di informazione commercialmente sensibile con le imprese concorrenti, e in particolare:

- Prezzi attuali, futuri o passati;
- Quote di mercato;
- Margini di profitto;
- Benefici;
- Volume d'attività;
- Identità dei clienti;
- Condizioni di vendita;
- Intenzioni relative a un bando di gara;
- Stime dei costi della società;
- Tecniche di distribuzione;
- Intenzioni in materia di investimenti o d'innovazione.

Esiste un numero di casi limitati nei quali imprese concorrenti sono autorizzate a scambiarsi alcune informazioni sensibili. Essi si limitano alle attività legate alle associazioni professionali o a quando il carattere lecito della situazione è stato approvato dal servizio giuridico. In alcuni casi infatti gli scambi d'informazioni sono resi possibili dalla necessità di concludere un accordo legale o di portare avanti delle negoziazioni nell'ambito di un'acquisizione o di una cessione. Il tenore e la portata di questi scambi d'informazioni devono essere in precedenza accuratamente approvati dal servizio giuridico.



Le buone abitudini da adottare

Le pratiche sopra indicate sono vietate all'interno del Gruppo Legrand.

Se scoprite o sospettate pratiche vietate già avviate, vi invitiamo a contattare il vostro referente etico al più presto

Se siete contattati, per iscritto (posta, fax, e-mail) o oralmente, da un concorrente o da una terza parte allo scopo di discutere di un accordo vietato, o più generalmente di una delle pratiche sopra descritte, dovete rifiutare di prendere parte allo scambio e informare il vostro responsabile gerarchico.



**Rispettare le
regole della
concorrenza**

3. Le pratiche rischiose la cui legalità dipende dalle circostanze

Alcune pratiche possono rivestire un carattere lecito o illecito in funzione delle situazioni e della struttura del mercato. Tali pratiche (istituzione di un accordo di cooperazione, ecc.) perseguono un obiettivo lecito, ma bisogna assicurarsi che la loro realizzazione rispetti anche le regole della concorrenza.

Attiriamo la vostra attenzione sul fatto che perseguire un obiettivo lecito può condurre involontariamente a ledere un operatore del mercato o di un mercato connesso e/o a degradare le condizioni della concorrenza.

In ogni caso, è necessario rivolgersi al servizio giuridico del Gruppo al fine di far approvare il carattere lecito dell'accordo o dell'azione che si desidera avviare.

■ Accordi tra concorrenti

Gli accordi conclusi tra imprese concorrenti possono essere potenzialmente rischiosi per il Gruppo. Queste situazioni non vengono sistematicamente vietate, ma sono subordinate ad una precisa analisi preventiva della situazione e delle condizioni e modalità dell'accordo in progetto. L'obiettivo soggiacente di questi accordi non deve essere quello di restringere la concorrenza che deve esistere tra due o più imprese concorrenti.

A titolo di esempio citiamo i seguenti accordi:

- Accordi di condivisione dei mezzi di produzione;
- Accordi di cooperazione industriale;
- Accordi di trasferimento di tecnologia (accordi di licenza o di cessione di brevetto, ad esempio);
- Accordi di commercializzazione comune;
- Accordi di normalizzazione;
- Risposte collettive a bandi di gara.



È opportuno rivolgersi al servizio giuridico prima di concludere certi accordi

■ Accordi di vendita e di acquisto tra concorrenti

Il Gruppo può scegliere di rifornire un concorrente o di rifornirsi presso un concorrente. Tuttavia tali accordi devono poter essere giustificati e non devono costituire una raccolta dissimulata di informazioni sensibili sui concorrenti (in particolare sulle capacità di produzione o sui prezzi della concorrenza).

Di conseguenza, nell'ambito di negoziazioni e accordi relativi a operazioni di vendita o di acquisto tra concorrenti, solo i prodotti interessati dall'accordo in questione dovranno essere oggetto di scambio di informazioni. Le discussioni sugli altri prodotti o sulle condizioni tariffarie relative a terze parti sono vietate.

Le autorità di concorrenza non incoraggiano in maniera automatica la conclusione di tali accordi; è quindi opportuno consultare il servizio giuridico prima di prendere una qualsiasi iniziativa di questo tipo.

■ Accordi verticali

È importante non cercare di limitare la libertà commerciale dell'altra parte del contratto. È opportuno quindi consultare il servizio giuridico se certi accordi in progetto mirano a:

- consigliare prezzi di vendita;
- limitare la zona commerciale nella quale una delle parti desidera operare;
- vietare al co-contraente di intrattenere delle relazioni commerciali con dei concorrenti del Gruppo (ad esempio limitando la sua capacità di approvvigionamento presso fornitori concorrenti o imponendogli un'esclusività di approvvigionamento);
- limitare le capacità di diversificazione del portafoglio cliente del co-contraente;
- impegnarsi a rifornirsi solo presso il co-contraente e a non rivolgersi ad altri prestatori/fornitori;
- impegnarsi a rifornire solamente il co-contraente per una determinata zona e non rivolgersi ad altri distributori (ad esempio accordandogli un'esclusività territoriale).

Una situazione di posizione dominante costituisce un fattore di vigilanza estrema

■ Proibizione degli abusi di posizione dominante

Gli abusi di posizione dominante sono le pratiche commerciali anticoncorrenziali alle quali potrebbe dedicarsi un'impresa in posizione dominante, vale a dire un'impresa che dispone di un "potere di mercato", per conservare o rafforzare la sua posizione dominante chiudendo il mercato all'arrivo di nuovi attori o escludendo i concorrenti già presenti, a danno dei clienti e dei consumatori finali.

La quota di mercato costituisce un indizio preponderante dell'esistenza di una posizione dominante su un mercato. Il mercato pertinente, ai sensi del diritto della concorrenza, potrebbe corrispondere, per una prima analisi, ai segmenti delle diverse Aree Strategiche di Affari (ASA) del Gruppo.

Si potrebbe considerare che il Gruppo abbia una posizione dominante in tutti i casi in cui possiede più del 50% delle quote di mercato. Si potrebbe dire la stessa cosa anche dei casi in cui ha delle quote di mercato più deboli, dell'ordine del 30-40%, ma che nessun concorrente detiene una posizione sufficientemente forte da

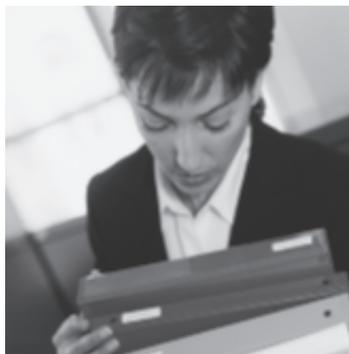
essere in grado di fargli concorrenza efficacemente (quando le quote di mercato dei concorrenti non superano il 15-20%, nella maggior parte dei casi).

In situazioni del genere bisogna essere molto attenti e chiedere aiuto al servizio giuridico per definire in maniera più precisa questa nozione di posizione dominante e tutti i rischi che ne derivano nell'ambito della pratica commerciale.



Nel caso in cui la posizione dominante è accertata, è opportuno astenersi da qualsiasi comportamento anticoncorrenziale che potrebbe essere considerato come illecito, come:

- Vendite collegate di prodotti distinti;
- Prezzi abusivamente bassi o predatori (vale a dire inferiori ai costi), o, al contrario, prezzi eccessivi;
- Prezzi o condizioni di vendita discriminatori;
- Rifiuti di vendita ingiustificati;
- Imposizione dei prezzi di vendita o dei margini di profitto ai distributori;
- Ribassi o sconti di fidelizzazione non giustificati da un'economia di scala o da un guadagno di efficienza;
- β Obbligo di approvvigionamento esclusivo imposto a un distributore o a un cliente;
- β Obbligo imposto a un distributore o a un cliente di riservare nel suo fatturato una minima quota del mercato al fornitore o di realizzare un volume minimo di vendite.



Le buone abitudini da adottare

In caso di dubbi sulla legalità di una situazione alla quale siete confrontati o di una situazione nella quale vorreste impegnare il Gruppo, dovete rivolgervi al vostro responsabile gerarchico e al servizio giuridico.

Gli accordi progettati con una delle parti attive della catena economica (concorrente, distributore o cliente) devono essere approvati dal servizio giuridico al fine di verificare il carattere legale dell'operazione.

Allo stesso modo, le pratiche commerciali sopra descritte che potrebbero essere qualificate di abuso di posizione dominante non devono in nessun caso essere attuate senza aver prima consultato il servizio giuridico.

Se avete accesso a informazioni sensibili relative a concorrenti del Gruppo Legrand su uno dei suoi segmenti di attività, siete invitati a informarne il servizio giuridico



Le associazioni o gli organismi professionali devono ricoprire un ruolo utile e legittimo

4. Raccomandazioni pratiche: le situazioni concrete che devono destare attenzione

Alcune situazioni presentate di seguito potrebbero in alcuni casi condurre il Gruppo a contravvenire al diritto della concorrenza.

Nella misura del possibile si chiede ai collaboratori di evitare di esporsi a simili situazioni o, se è inevitabile, di prendere tutte le precauzioni necessarie.

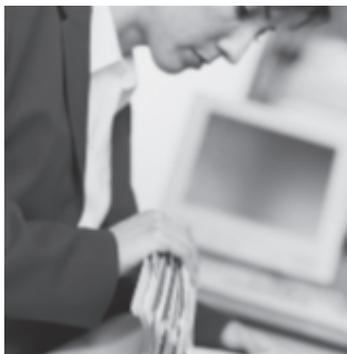
Ecco qualche esempio di situazioni possibili:

■ Attività di associazioni professionali / Organismi normativi

Le associazioni o gli organismi professionali riuniscono l'insieme dei protagonisti della catena economica, e più particolarmente i concorrenti. Col pretesto legittimo di promuovere e difendere gli interessi di un settore economico, le diverse riunioni e manifestazioni di queste associazioni costituiscono un'opportunità per i concorrenti di incontrarsi e scambiare informazioni e rappresentano dunque delle occasioni di infrangere il diritto della concorrenza.

È indispensabile prendere tutte le precauzioni necessarie al fine di non esporre il Gruppo a tali rischi.

Si ricorda innanzitutto che la partecipazione a queste manifestazioni deve rispondere a un bisogno del Gruppo e che l'associazione deve avere un ruolo utile e legittimo.



Assicurarsi che le pratiche siano state approvate in precedenza dal servizio giuridico dell'associazione

18

Un'attenzione tutta particolare deve essere accordata agli scambi portati avanti nell'ambito di queste associazioni professionali. Ogni collaboratore deve quindi verificare inizialmente che:

- l'associazione o l'organizzazione sia dotata di un regolamento interno che sensibilizzi al diritto della concorrenza;
- le riunioni siano organizzate secondo un ordine del giorno che non menzioni alcuna pratica vietata. Alla fine di ogni riunione deve essere steso un verbale. Se eventuali pratiche vietate vengono attuate o semplicemente evocate nel corso della riunione dai rappresentanti della concorrenza, è necessario chiedere immediatamente l'interruzione delle discussioni, formulare pubblicamente ed esplicitamente la propria opposizione e verificare che sul verbale della riunione figurino questa dichiarazione. In seguito, bisogna abbandonare la riunione.

Le attività realizzate nell'ambito di un'associazione o di un'organizzazione professionale possono presentare un carattere delicato per via dello scambio d'informazioni commerciali sensibili, come nel caso della condivisione di alcune ricerche oppure di scambi di favori tra membri.

È necessario assicurarsi che queste pratiche o le informazioni scambiate siano state approvate in precedenza dal servizio giuridico dell'associazione stessa e/o dal servizio giuridico del Gruppo.



Aumentare la vigilanza durante gli incontri informali

■ Incontri inevitabili/informali con i concorrenti (cene, cocktail, ...)

Diverse ragioni possono condurre all'organizzazione di incontri tra rappresentanti dei concorrenti. Spesso si tratta di riunioni informali e nessun documento permette di sapere di cosa si è discusso.

Questo tipo di incontri deve destare in modo particolare l'attenzione.

Chi vi partecipa è tenuto quindi a far approvare dal proprio responsabile gerarchico la pertinenza della sua presenza all'evento e le informazioni che potranno essere scambiate.

Nonostante il loro carattere informale e confidenziale, queste riunioni non devono in nessun caso dare luogo a pratiche vietate, né da parte del partecipante proveniente dal Gruppo Legrand, né da parte di un concorrente.

Se il rappresentante di un'impresa concorrente tratta un tema che non dovrebbe, è necessario esprimere la propria opposizione, abbandonare l'incontro senza prendere parte alla discussione e informare il proprio responsabile gerarchico.

■ Visite di stabilimenti organizzate al di fuori di qualsiasi progetto di acquisizione

Al di fuori di qualsiasi progetto di acquisizione o di cessione, le visite di

stabilimenti devono obbligatoriamente essere autorizzate dai responsabili gerarchici o dal servizio giuridico. Durante tali visite è vietato porre domande riguardanti questioni sensibili.

Nell'ambito di un progetto di acquisizione o di cessione, la visita dello stabilimento dovrà essere ad ogni buon conto realizzata sotto la responsabilità del dipartimento Corporate Development del Gruppo.

■ 5.4. Negoziazioni preliminari ad acquisizioni o cessioni di filiali o di attività

Prima ancora di mettersi in contatto con un concorrente nell'ambito di un progetto di acquisizione o di cessione, ogni collaboratore deve rivolgersi al servizio giuridico del Gruppo per essere formato e sensibilizzato sul comportamento da adottare e sulle informazioni che possono essere trattate durante le negoziazioni.

Alcune informazioni potranno essere scambiate solo durante le ultime fasi del processo di acquisizione o di cessione e con il personale avente il livello richiesto di riservatezza nella transazione (dipartimento Corporate Development e Direzione Generale).

Le buone abitudini da adottare

Siete tenuti ad astenervi dal partecipare a qualsiasi manifestazione che non presenti un interesse per il Gruppo.

Siete tenuti ad astenervi dall'aderire o partecipare alle riunioni di un'associazione professionale che non offra le garanzie necessarie nei confronti del diritto della concorrenza.

Dovete essere proattivi durante l'organizzazione e la partecipazione a qualsiasi riunione. Dovete avere un'idea precisa dei temi che verranno trattati durante le riunioni future.

Se scoprite o siete testimoni di pratiche vietate, nell'ambito di un'associazione professionale o di un'altra riunione, dovete domandarne espressamente l'interruzione. Durante una riunione istituzionalizzata, dovete chiedere che il verbale riporti la vostra domanda. Se la discussione continua, dovete lasciare la riunione o la manifestazione in corso e riferirlo al servizio giuridico del Gruppo.

Nell'ambito di riunioni di pre-acquisizione o pre-cessione, vi raccomandiamo di contattare la direzione giuridica del Gruppo al fine di conoscere gli elementi sui quali siete autorizzati a comunicare e quelli sui quali è vietato scambiare informazioni.

Se ricevete un reclamo da parte di un concorrente, di un cliente o di un terzo, relativo a pratiche anticoncorrenziali del Gruppo, dovete immediatamente informare il Gruppo della situazione. Segnalate innanzitutto alla persona che ha sporto il reclamo che non ritenete che esista realmente un rischio di pratica anticoncorrenziale ma che prenderete seriamente in considerazione il suo reclamo trasmettendolo al servizio indicato.

Infine, se avete un dubbio su una pratica ben radicata all'interno del Gruppo, dovete contattare il servizio giuridico. Il fatto che la pratica sia ben radicata non deve impedirvi di rimetterla in questione.

5. Conclusione

In caso di dubbio, consultare il servizio giuridico del Gruppo deve essere un riflesso automatico

Questa guida ha lo scopo di sensibilizzare ogni collaboratore del Gruppo ai principi generali del diritto della concorrenza. Diverse regole derivano dal buon senso, secondo il quale da una parte il comportamento del Gruppo non deve ostacolare il libero accesso al mercato da parte dei suoi concorrenti diretti e dall'altra non deve ostacolare la libertà commerciale dei suoi distributori e clienti. Tuttavia alcune pratiche necessitano di una conoscenza più approfondita della legislazione: al minimo dubbio è necessario rivolgersi al servizio giuridico del Gruppo al fine di far approvare o meno l'approccio che si vuole adottare.





**Comunicazione interna al Gruppo e
relazioni esterne**

128, av. de Lattre de Tassigny
87045 Limoges Cedex - Francia
tel.: 33 (0)5 55 06 87 87
telex: 580048 F
fax: 33 (0)5 55 06 88 88