



Policy antitrust della Fondazione Scuola Nazionale Servizi

1. Premessa

La Fondazione Scuola Nazionale Servizi si è costituita per attuare l'obiettivo di:

- Valorizzare la cultura delle imprese e del lavoro, nel settore dei servizi alle comunità pubbliche e private e dei servizi alle imprese e alla persona.
- Operare nell'area della formazione, del supporto imprenditoriale, della ricerca, dell'innovazione, dell'economia dell'impresa di servizi (sia di capitali, che cooperativa) e dell'economia sociale.

Di conseguenza l'attività della Fondazione si propone di:

- Diventare un punto di riferimento per la consulenza operativa, per la ricerca applicata, la didattica e la formazione rivolti alle imprese e ai committenti dei servizi di facility management;
- Essere promotori riconosciuti della valorizzazione della cultura delle imprese di servizi, e dell'economia cooperativa con riferimento al mondo dell'accesso al lavoro, della scuola e dell'università;
- Creare valore per i committenti e per le imprese.

La presente policy è diretta ai soci, agli organi sociali e ai loro componenti, ai dipendenti, ai consulenti ed ai collaboratori a qualunque titolo anche volontario, agli agenti, ai procuratori, a qualsiasi altro soggetto che possa agire in nome e per conto della fSNS e, in generale, di tutti coloro con i quali la Fondazione entra in contatto nel corso della sua attività.

Tutti questi, nello svolgimento delle proprie attività sia in Italia sia all'estero, fanno propri i principi della tutela della concorrenza, del Codice Etico, ispirandosi a valori di imparzialità, correttezza e trasparenza e rispettando la normativa antitrust vigente.

La Fondazione ha adottato ai sensi dell'art. 6 del decreto Legislativo 8 giugno 2001 n.231 un modello di organizzazione gestione e controllo al fine di prevenire la commissione di reati, tale modello, di cui il presente codice è parte essenziale, rappresenta lo strumento di riferimento per ogni attività della Fondazione e di tutti i suoi dipendenti e collaboratori.

Il Codice Etico ed il Modello di organizzazione gestione e controllo prevedono specifiche norme di comportamento, organi di controllo indipendenti, modalità di segnalazione dei comportamenti illeciti e di tutela dei segnalanti, un sistema sanzionatorio dettagliato che si intende esteso e coerente anche con le regole definite nel presente documento.

La Fondazione, pur non essendo statutariamente una "Associazione di Categoria", intende aderire e fare proprie le linee antitrust indicate nella **GUIDA PRATICA ALLA COMPLIANCE ANTITRUST**, della INTERNATIONAL CHAMBER OF COMMERCE, ritenendole le più aderenti ai propri principi statuari, con particolare attenzione all'allegato 4 "**Le due diligence nelle associazioni di categoria**" che si allegano e si intendono qui integralmente richiamate, insieme quelle emanate dalle principali associazioni di categoria.



Sulla base di questa analisi vengono dettate alcune ulteriori previsioni di dettaglio in riferimento a specifiche attività della Fondazione che possano considerarsi lesive del principio di concorrenza .

2. La caratteristica della Fondazione Scuola Nazionale Servizi

La fondazione “Scuola Nazionale Servizi” è costituita con atto notarile in data 1 aprile 2011 e depositato presso la Prefettura di Perugia.

L’adesione è aperta a soggetti diversi che rappresentano il mondo dei servizi e, con adesione gratuita, interessi generali della società quali associazioni di categoria, di rappresentanza di settore, di categorie professionali e di utenza.

La loro adesione è evidenziata nel sito internet della Fondazione:

http://www.scuolanazionaleservizi.it/clubsoci_chisiamo.asp

Sul sito internet della Fondazione sono inoltre reperibili ed aggiornate le informazioni sulle diverse attività della stessa.

3. Le fattispecie di rischio nelle attività proprie

La compliance antitrust e le diverse linee guida individuano le attività nelle quali potrebbero emergere comportamenti lesivi del principio di concorrenza:

- ☐ le riunioni tra le imprese associate;
- ☐ l’adozione di raccomandazioni, circolari e delibere;
- ☐ l’adozione di particolari clausole limitative negli statuti o nei regolamenti, così come in codici di autoregolamentazione o deontologici;
- ☐ la predisposizione di studi, di contratti-tipo, linee guida per orientare l’attività delle imprese associate e per creare barriere all’entrata;
- ☐ iniziative di analisi, ricerca e pubblicitarie;
- ☐ certificazioni o standard di qualità;

La Fondazione uniforma la propria attività alle direttive ed alle raccomandazioni contenute nei predetti documenti invitando anche le imprese associate ad uniformarsi agli stessi.

4. Misure adottate per prevenire i rischi.

Al fine di regolare il comportamento da seguire nelle situazioni prima evidenziate la Fondazione definisce le seguenti indicazioni operative che devono essere puntualmente adottate.

4.1 Organizzazione di riunioni

Nella organizzazione di riunioni tra le imprese associate, si raccomanda di:

- Anticipare l’ordine del giorno delle riunioni dei soci almeno cinque giorni prima della riunione; l’ordine del giorno deve indicare con precisione l’elenco degli argomenti da trattare deve essere completo e dettagliato e non contenere argomenti indeterminati come “varie ed eventuali”;
- All’inizio della riunione il Presidente invita i partecipanti a conformare i propri comportamenti alla normativa antitrust, alle linee guida adottate dalla Fondazione.



- Le linee guida e le norme richiamate sono consultabili sul sito internet della Fondazione insieme al Codice Etico;

Nelle riunioni dei soci non si deve discutere di:

- ☐ prezzi dettagliati dei servizi e voci a questi correlate che non siano risultanti da atti pubblici e accessibili (tendenze di prezzo, variazioni, metodi di calcolo, sconti, condizioni di credito, eccetera);
- ☐ condizioni di vendita o altre condizioni contrattuali riguardanti i prezzi e praticate ai clienti che possano rappresentare un comune riferimento;
- ☐ identità dei clienti;
- ☐ quote e obiettivi di mercato delle diverse aziende, ripartizioni e/o limitazioni di mercato, piani di investimento salvo che questi siano già resi pubblici o risultino aggregati e dunque con un valore esclusivamente informativo;
- ☐ strategie di marketing condivise se relative ad uno specifico settore di attività ed in grado di determinare limitazioni ad altri soggetti del mercato;
- ☐ costi, piani di sviluppo del mercato e dei servizi che non siano già stati resi pubblici;
- ☐ lancio di nuovi prodotti o investimenti in programmi di ricerca, qualora non siano ancora stati comunicati al pubblico;
- ☐ scomposizione di rilevazioni statistiche e analisi di dati individuali che non siano rilevabili dalle banche dati accessibili al pubblico (ISTAT, Camere di Commercio, Università e centri di ricerca);
- ☐ strategie per la partecipazione a gare;
- ☐ strategie per limitare o impedire l'accesso al mercato da parte dei potenziali concorrenti.

Qualora nel corso della discussione emergano i predetti argomenti, i dirigenti e i componenti degli organi direttivi della Fondazione dovranno segnalare i rischi connessi alla trattazione e, se la stessa prosegue, dovranno abbandonare la seduta dandone evidenza nel verbale.

Non rappresenta violazione delle norme antitrust la discussione su tematiche che non siano suscettibili di concretare rischi di coordinamento tra concorrenti, quali, ad esempio:

- ☐ la rappresentanza degli interessi delle imprese e soggetti soci presso le istituzioni pubbliche;
- ☐ l'organizzazione di corsi e programmi di aggiornamento professionale volti alla valorizzazione della conoscenza e delle competenze settoriali;
- ☐ la discussione in termini generali delle problematiche connesse alla promozione delle attività di ricerca e sviluppo nel campo dei servizi;
- ☐ tematiche tecniche non confidenziali che siano rilevanti per la generalità delle imprese come gli standard di qualità, modalità di verifica della qualità dei servizi forniti, sistemi adeguati di salute e sicurezza sui luoghi di lavoro.

4.2 Raccolta di dati statistici

La raccolta di dati statistici può, orientativamente, ritenersi lecita a condizione che:

- ☐ la partecipazione sia volontaria e aperta;
- ☐ i dati raccolti siano distribuiti in forma aggregata, idonea ad evitare che i singoli membri possano essere individualmente identificati attraverso i risultati dell'elaborazione dei dati;
- ☐ i dati oggetto di scambio siano storici;
- ☐ i dati non siano scomponibili per aree geografiche e di prodotto sufficientemente ampie da consentire, anche indirettamente, l'identificazione dei singoli concorrenti;
- ☐ il soggetto incaricato della raccolta ed elaborazione dei dati presti adeguate garanzie di assoluta riservatezza;
- ☐ non vengano organizzati incontri per correggere e modificare senza adeguate motivazioni i dati scambiati o le stime;
- ☐ nello scambio di informazioni non emergano dati di singoli soggetti relativi alle attività ritenute sensibili.

Qualora i dati oggetto dello scambio non siano storici e dunque obsoleti da un punto di vista strategico e commerciale, devono essere tali (per natura, per struttura del mercato, per livello di aggregazione, per modalità di trattamento eccetera) da impedire l'uniformazione delle condotte sul mercato e comunque effetti distorsivi della concorrenza.

Nella raccolta, elaborazione e diffusione di notizie, dati e statistiche relative alle condizioni del mercato dalle aziende del settore servizi o all'andamento di particolari settori è opportuno presentare dati aggregati ed evitare che gli stessi possano essere presi a riferimento per condizionare il comportamento delle imprese, ad esempio nella formulazione delle offerte in occasione di bandi di gara.

Qualora sussistano dubbi su tali aspetti è consigliabile acquisire un parere preventivo in ordine a possibili profili anticoncorrenziali.

4.3 Altre ipotesi di comportamento

Qualora nelle attività della Fondazione si intenda promuovere, patrocinare o avallare intese, accordi, convenzioni, protocolli, che possano influire sulla fissazione diretta o indiretta di condizioni di mercato (prezzi, tariffari, sconti, sviluppi tecnologici eccetera) o sulle modalità e i tempi del loro andamento, è necessario verificare preventivamente se il testo dell'accordo sia coerente con la normativa antitrust.

☐ quando nelle attività della Fondazione si intenda adottare linee guida interpretative di norme che possano determinare un allineamento delle imprese sul mercato, è necessario supportare l'interpretazione con un apposito parere legale in ordine ai possibili profili anticoncorrenziali.

☐ L'eventuale adozione da parte della Fondazione di regole di comportamento o standard di qualità deve essere accompagnata dalla specifica indicazione che l'adesione alle stesse da parte delle imprese ha carattere volontario e deve essere disciplinata in modo tale da non costituire una barriera all'accesso al mercato o a quote di esso.



5. Controllo e verifica sul rispetto della policy antitrust

Al fine di assicurare il rispetto delle presenti norme la Fondazione incaricherà formalmente i due organi di controllo già operanti all'interno della stessa, ovvero l'Organismo di Vigilanza istituito in forza del Modello di organizzazione gestione e controllo adottato ai sensi del Decreto Legislativo 231/2001 ed il Comitato di garanzia etico sociale istituito ai sensi dell'art. 23 dello Statuto.

Tali organi autonomi potranno condurre audit sulle attività sopra descritte, anche al fine di proporre modifiche ed integrazioni al presente documento.

La Fondazione promuoverà specifiche informazioni ed incontri sulla normativa e le sue evoluzioni. Tutti i destinatari del presente documento possono segnalare, per iscritto anche in forma anonima, ogni violazione o sospetto di violazione del Codice Etico ed alla Policy antitrust in attuazione della LEGGE 30 novembre 2017, n. 179 "Disposizioni per la tutela degli autori di segnalazioni di reati o irregolarità di cui siano venuti a conoscenza nell'ambito di un rapporto di lavoro pubblico o privato."

L'organo preposto alla vigilanza :

- Effettuerà un'analisi della segnalazione, ascoltando eventualmente l'autore e il responsabile;
- Assicurerà la riservatezza dell'identità del segnalante, fatti salvi gli obblighi di legge;
- Garantirà i segnalanti contro qualsiasi tipo di ritorsione, anche per il solo sospetto di ogni forma di discriminazione o penalizzazione.

In caso di accertata violazione della Policy antitrust e del Codice Etico, l'Organo di Vigilanza stesso riporta la segnalazione e gli eventuali suggerimenti ritenuti necessari al CdA perché intervenga sulle funzioni interessate, secondo la gravità delle violazioni; il CdA definirà i provvedimenti da adottare e ne riferirà l'esito all'Organo di vigilanza preposto al controllo.

Le segnalazioni come qualsiasi comunicazione possono pervenire tramite l'indirizzo di posta elettronica **odv@scuolanazionaleservizi.it**, consultabile esclusivamente dal Presidente dell'Organismo di Vigilanza, ovvero all'indirizzo della sede legale della Fondazione in Perugia, Strada Santa Lucia n. 8.

Allegato1:

4 allegato ICC Le *due diligence* nelle associazioni di categoria

Area da esaminare		Come usare le informazioni/domande da fare
Dimensione e obiettivi dell'adesione	Conoscere il numero delle imprese che aderiscono all'associazione (e ai comitati/ sottogruppi, a seconda del caso). Controllare il lavoro dei comitati, delle sotto-commissioni e dei gruppi di lavoro dell'associazione.	Se l'associazione (o i comitati/sottogruppi) è di piccole dimensioni (no a 5 membri) il rischio di collusione è più alto rispetto alle grandi organizzazioni. Garantire che tutti i comitati/sotto-commissioni siano composti in modo adeguato: per esempio i comitati di "marketing" (o le sotto-commissioni e i gruppi di lavoro) potrebbero sollevare dibattiti con un alto profilo di rischio.
Costituzione formale	Conoscere lo scopo effettivo per cui l'associazione è costituita. L'associazione di categoria dovrebbe essere dotata di un atto di costituzione formale che dovrebbe riconoscere la necessità di rispettare le normative <i>antitrust</i>.	C'è un atto di costituzione formale? Riconosce la necessità di conformarsi alle normative <i>antitrust</i>? Ci sono sotto-comitati? Se sì, di cosa si occupano? Sono appropriati? (i comitati di <i>marketing</i> o di vendita dovrebbero fare una registrazione).
Criteri di ammissione	Conoscere i criteri per l'ammissione.	È aperta a tutti o è a numero chiuso? I criteri di ammissione che non siano obiettivamente giusti cabili causeranno essi stessi problematiche <i>antitrust</i>, sia per l'associazione di categoria che per i suoi membri.
Siti internet	Controllare che l'associazione di categoria/settore abbia un sito internet e se vi sia un'area riservata ai soci o con accesso riservato. Esaminare il contenuto del sito	Il contenuto è appropriato? È conforme alla normative <i>antitrust</i>? Sul sito sono pubblicati prezzi o elementi di prezzo (inclusi meccanismi di fissazione dei prezzi, condizioni creditizie, rimborsi, promozioni,

	internet/dell'area riservata.	sovrapprezzi, tasse di nolo o differenziali, ecc.)? Ci sono prove di un eventuale scambio di informazioni dettagliate, attuali o future, relative a prezzi, quote di mercato, clienti o volume degli scambi? C'è una lista di clienti o fornitori che siano "autorizzati"?
Consulente legale	Controllare se l'Autorità nazionale garante della concorrenza raccomanda l'assistenza di un consulente legale ai fini della partecipazione agli incontri o agli eventi sociali dell'associazione di categoria.	Laddove necessario/consigliabile, assicurare che sia presente un legale (il quale non deve necessariamente essere un legale <i>in-house</i>).
Ordine del giorno	Controllare che ad ogni riunione ufficiale dell'associazione o dei suoi comitati sia adottato un ordine del giorno pertinente. Esaminare i punti all'ordine del giorno. Sono tutti pertinenti o alcuni di essi possono presentare rischi <i>antitrust</i>?	C'è un ordine del giorno? Ordini del giorno con argomenti non pertinenti o vaghi, come ad esempio "Varie ed eventuali", non dovrebbero essere approvati ed il personale della società non dovrebbe partecipare alla riunione nonché l'ordine del giorno non sia revocato o modificato.
Verballi	Assicurare che siano redatti i verbali delle riunioni ufficiali. Controllare con i rappresentanti della Società che i verbali siano corretti.	Ci sono verbali di riunioni ufficiali? Sono corretti? Contengono prove di contenuti inappropriati? Attestano che i rappresentanti della Società hanno seguito la propria <i>policy</i> interna in tema di partecipazione alle riunioni delle associazioni?
Eventi sociali	Chiedere con quale frequenza e in quale sede si svolgono gli eventi sociali dell'associazione.	Mentre non vi è nulla di per sé illegale nella partecipazione ad un evento sociale dell'associazione di categoria, una frequenza piuttosto elevata di eventi sociali o il loro svolgimento in sedi inusuali, potrebbero costituire l'occasione per trattare questioni inappropriate.