



Global Antitrust and Fair Competition Policy

Pirelli opera nel rispetto dei principi stabiliti dalle norme nazionali e internazionali poste a tutela della libera concorrenza e, pertanto, nello svolgimento della propria attività, promuove una concorrenza leale. La Società riconosce che una concorrenza equa e leale costituisce un elemento fondamentale per lo sviluppo della Società e del mercato ed è altresì consapevole:

- dei rischi commerciali, finanziari, reputazionali e operativi che deriverebbero dall'assenza o dall'inadeguatezza di regole e presidi organizzativi volti a garantire il rispetto dei principi posti a tutela della libera concorrenza;
- delle gravi conseguenze che deriverebbero dalla violazione delle norme sulla libera concorrenza (sanzioni pecuniarie, nullità degli accordi, azioni civili per il risarcimento dei danni, responsabilità penale, ecc.) e, pertanto, dell'importanza di adottare un'adeguata policy di conformità antitrust.

Per tale ragione, Pirelli definisce nella presente Policy i principi ai quali i soggetti di seguito indicati devono conformarsi, nonché i comportamenti da adottare al fine di garantirne il rispetto. La presente Policy è rivolta agli amministratori, ai dipendenti, ai consulenti e a tutti coloro che operano a beneficio delle società del Gruppo Pirelli.

I principi qui enunciati saranno successivamente approfonditi e illustrati nel "Manuale di diritto della concorrenza", che sarà diffuso tra le società appartenenti al Gruppo Pirelli.

Principi Generali in materia Antitrust

Ai fini del rispetto della normativa antitrust, Pirelli aderisce ai seguenti principi generali.

Autonomia delle decisioni commerciali

- Pirelli definisce e persegue le proprie attività commerciali in piena autonomia rispetto ai concorrenti presenti sul mercato.
- Tutte le strategie aziendali, incluse la determinazione dei prezzi, i volumi di produzione, le decisioni di ingresso o uscita dal mercato, la selezione dei clienti e lo sviluppo dei prodotti, sono definite autonomamente, senza alcun coordinamento con i concorrenti.
- Pirelli opera esclusivamente sulla base delle proprie decisioni strategiche e commerciali, utilizzando unicamente informazioni di mercato ottenute lecitamente a supporto delle proprie valutazioni aziendali.

Accordi e condotte vietati

Pirelli non pone in essere alcun comportamento anticoncorrenziale e, in particolare:

Accordi orizzontali con i concorrenti

- Fissazione dei prezzi: nessun accordo o discussione con i concorrenti in merito a prezzi, componenti di prezzo, sovrapprezzi, sconti, ribassi, tempistiche delle variazioni di prezzo o formule di determinazione dei prezzi.
- Ripartizione del mercato: nessun accordo con i concorrenti volto a dividere o ripartire mercati, territori, clienti o linee di prodotto.

- Turbativa d'asta: nessun coordinamento con i concorrenti in merito alla partecipazione a gare, ai livelli delle offerte o a strategie di rotazione delle offerte.
- Limitazioni della produzione: nessun accordo volto a limitare la produzione, l'utilizzo della capacità produttiva o lo sviluppo tecnologico.
- Boicottaggi: nessun accordo con i concorrenti volto a escludere altri operatori di mercato, siano essi fornitori, clienti o altri concorrenti.
- Divieto di accordi di non assunzione o di fissazione delle retribuzioni: nessun accordo o discussione con altri potenziali datori di lavoro in merito alle pratiche di assunzione, alle retribuzioni o ad altre condizioni di impiego.

Accordi verticali con distributor e rivenditori

- Imposizione dei prezzi di rivendita: nessuna imposizione di prezzi di rivendita fissi o minimi a distributori o rivenditori. Pirelli può suggerire prezzi raccomandati, chiarendo tuttavia che essi non sono vincolanti.
- Restrizioni territoriali: nessuna limitazione impropria relativa ai territori o ai gruppi di clienti che i distributori possono servire.
- Trattamento discriminatorio: nessuna discriminazione ingiustificata tra distributori o clienti che si trovano in situazioni analoghe.

Scambio di informazioni e comunicazioni

- Segnalazione dei prezzi: nessuna comunicazione al mercato finalizzata a indicare ai concorrenti le intenzioni in materia di prezzi o a coordinare il comportamento sul mercato.
- Accordi hub-and-spoke: nessuna facilitazione dello scambio di informazioni o del coordinamento tra concorrenti tramite distributori, fornitori o altri soggetti terzi comuni.

Partecipazione ad associazioni di categoria

- Pirelli partecipa ad associazioni di categoria esclusivamente per finalità legittime, quali la rappresentanza degli interessi del settore, la standardizzazione tecnica o la conformità normativa.
- Prima della partecipazione, gli ordini del giorno delle riunioni sono esaminati per assicurare che non siano discussi temi anticoncorrenziali.
- I rappresentanti di Pirelli devono manifestare la propria opposizione e abbandonare qualsiasi riunione in cui si svolgano discussioni inappropriate, documentando la propria opposizione e il proprio allontanamento.
- Tutte le informazioni statistiche condivise tramite associazioni di categoria devono essere storiche, anonimizzate e aggregate, mediante adeguate misure di salvaguardia.

Posizione di forza sul mercato

Qualora Pirelli possa detenere un significativo potere di mercato, adotta particolare cautela al fine di evitare:

- L'abbinamento o la vendita congiunta di prodotti senza una legittima giustificazione;
- L'applicazione di condizioni discriminatorie a transazioni equivalenti;

- L'imposizione di condizioni commerciali inique;
- Il rifiuto di fornire senza una giustificazione oggettiva;
- L'attuazione di accordi di esclusiva o di sconti fedeltà che precludano irragionevolmente la concorrenza.

Informazioni di mercato e pratiche di conformità

- Le informazioni di mercato sono raccolte esclusivamente attraverso fonti legittime, quali informazioni pubbliche, relazioni di terzi o riscontri dei clienti, senza sollecitazioni sistematiche.
- I dipendenti che ricevono informazioni non autorizzate relative a concorrenti devono immediatamente isolare tali informazioni, astenersi dall'utilizzarle e informare le funzioni Legal e Compliance.
- Tutti i dipendenti con responsabilità commerciali ricevono regolarmente formazione in materia di conformità antitrust.
- In caso di dubbi sulla legittimità di qualsiasi pratica commerciale o accordo, i dipendenti devono consultare le funzioni Legal e Compliance prima di procedere.