



Camera Nazionale della Moda Italiana

## **Consultazione pubblica dell’Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato (“AGCM”) sulle Linee Guida sulla *compliance* antitrust**

### Contributo di Camera Nazionale della Moda Italiana (“CNMI”)

#### **1. CONTESTO**

Nell’Ottobre 2014, l’Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato (“AGCM”) ha adottato le linee guida sulla quantificazione delle proprie sanzioni amministrative pecuniarie.<sup>1</sup> Tali linee guida riconoscono tra l’altro l’adozione e il rispetto di uno specifico programma di *compliance* antitrust tra le possibili circostanze attenuanti nella quantificazione delle sanzioni, se tale programma è adeguato e in linea con le *best practice* europee e nazionali (para. 23).

Il 20 Aprile 2018, l’AGCM ha pubblicato una propria Delibera<sup>2</sup>, con la quale ha approvato in via preliminare una bozza di *Linee Guida sulla compliance antitrust* (“**Linee Guida**”). Esse sono volte a individuare delle *best practice* per orientare le imprese nella concreta implementazione dei programmi di *compliance* e a indicare i criteri che verranno utilizzati dall’AGCM stessa nel valutare tali programmi ai fini del riconoscimento dell’attenuante.

Contestualmente all’approvazione preliminare della bozza delle Linee Guida, l’AGCM ha anche deliberato di porre in consultazione pubblica tale bozza, *“al fine di raccogliere e prendere in considerazione il contributo informativo e valutativo dei soggetti interessati”*, nella convinzione che *“una regolamentazione condivisa consente una migliore applicazione delle norme”*<sup>3</sup>.

Nell’ambito del comune intento di diffondere e consentire il radicamento di una cultura di *compliance* antitrust a tutti i livelli e in ogni ambito, Camera Nazionale della Moda Italiana (“CNMI”) intende ringraziare l’AGCM per averle offerto l’opportunità di sottoporre il presente contributo. CNMI concorda pienamente con l’AGCM

---

<sup>1</sup> Linee Guida sulle modalità di applicazione dei criteri di quantificazione delle sanzioni amministrative pecuniarie irrogate dall’Autorità in applicazione dell’articolo 15, comma 1, della legge n. 287/90, approvate con Delibera AGCM 22 ottobre 2014, n. 25152.

<sup>2</sup> Provvedimento n. 27117 del 5 Aprile 2018.

<sup>3</sup> Delibera AGCM 22 ottobre 2014, n. 25152.



Camera Nazionale della Moda Italiana

nell'affermazione che il coinvolgimento dei soggetti interessati - tra cui gli operatori del mercato e le loro associazioni di categoria - nella formulazione delle regole relative all'applicazione della normativa antitrust possa non solo aiutare l'AGCM a concepire norme più adeguate ma anche consentire una più agevole applicazione di tali norme.

Nel presente contributo CNMI intende illustrare le proprie considerazioni in merito al contenuto della bozza di Linee Guida, così come in merito alle finalità sottese alla loro adozione.

## **2. PRESENTAZIONE DI CNMI**

CNMI è un'associazione senza scopo di lucro che rappresenta, promuove e tutela i valori e lo sviluppo dell'industria italiana della moda dal 1958, tanto in Italia quanto nel resto del mondo.

CNMI rappresenta la quasi totalità dei marchi italiani della moda. Nel 2017, l'industria italiana della moda, che comprende i settori del tessile, dell'abbigliamento, della pelle, dei gioielli, degli occhiali da sole, delle calzature, dei prodotti cosmetici e dei profumi, ha generato ricavi per più di 87 miliardi di euro, corrispondenti a un incremento del 2,8% rispetto all'anno precedente. I marchi membri di CNMI rappresentano circa il 50% delle vendite totali.

CNMI è una convinta sostenitrice dell'opportunità di consentire una maggiore diffusione e un maggiore radicamento della cultura della *compliance* nel settore della moda. Per tali ragioni, CNMI è ormai da diversi anni attiva nell'organizzazione di eventi, seminari, tavoli di lavoro e discussioni per i propri membri aventi ad oggetto appunto il tema della *compliance* antitrust. Allo stesso modo, essa ha avviato negli ultimi anni un proficuo rapporto di collaborazione con la Commissione Europea ("**Commissione**"), volto a consentire a CNMI di comprendere appieno le finalità e l'approccio della Commissione in merito ad alcuni temi di diritto antitrust particolarmente rilevanti per i propri membri e, viceversa, volto a consentire alla Commissione di avere un continuo contributo di riflessioni e considerazioni da parte dell'industria della moda italiana.

## **3. COMPLIANCE COME ELEMENTO INTEGRANTE DELLA CULTURA AZIENDALE E IMPORTANZA DEI PROGRAMMI DI COMPLIANCE ANTITRUST**

CNMI condivide appieno l'affermazione, contenuta nella bozza di Linee Guida, secondo la quale il programma di *compliance* antitrust debba essere inserito in un contesto aziendale ispirato al rispetto della normativa in materia di concorrenza. Tale cultura aziendale deve inoltre manifestarsi tramite un impegno costante e duraturo all'attuazione del programma.



Il riconoscimento ai programmi di *compliance* di un ruolo centrale nella realizzazione di un'effettiva *compliance* costituisce un elemento consolidato, anche nel diritto della concorrenza<sup>4</sup>. Le autorità antitrust si sono tradizionalmente dimostrate consapevoli delle possibilità offerte da tali programmi, soprattutto perché essi rappresentano un campo nel quale le aziende e le autorità possono collaborare al fine di assicurare una più ampia diffusione e un più profondo radicamento della cultura di *compliance*.

I vantaggi di tale collaborazione sono molteplici, tanto per le aziende quanto per le autorità antitrust. Per le prime, i benefici consistono nella prevenzione e riduzione dei rischi e dei costi legati alla mancanza di *compliance*, poiché i programmi possono consentire di individuare e di bloccare le violazioni a uno stadio iniziale, producendo anche l'effetto di migliorare l'immagine dell'impresa interessata<sup>5</sup>. Per le autorità antitrust, i programmi di *compliance* possono essere visti come strumenti per la disseminazione di una cultura di rispetto della normativa antitrust, per esercitare un certo grado di controllo sul mercato e per condividere la responsabilità per l'individuazione delle violazioni<sup>6</sup>.

Il legame tra programmi di *compliance* e la cultura aziendale di rispetto della normativa sulla concorrenza si traduce, in molti casi, in riferimenti espressi alla *compliance* antitrust contenuti in altri documenti interni di *policy* dell'azienda (ad esempio, nel Codice Etico o nel Codice di Condotta di cui essa si sia dotata), in dichiarazioni e comunicazioni da parte dei vertici aziendali che ne dimostrino il coinvolgimento nell'adozione e nell'applicazione del programma, nell'individuazione di un "responsabile del programma" (si veda più nel dettaglio di seguito) o nella destinazione di risorse sufficienti alla configurazione, all'adozione e al monitoraggio del programma.

CNMI concorda sul fatto che tali elementi siano sufficienti a dimostrare che l'azienda non si sia limitata ad adottare un programma di *compliance* antitrust ma abbia invece deciso di effettivamente dedicarsi al pieno raggiungimento delle finalità sottese a tale programma conformemente alle *best practice*, e in particolar modo alla prevenzione dell'illecito antitrust.

A tal proposito, CNMI ritiene che possa giovare tanto alle attività dell'AGCM quanto alle aziende, un potenziamento delle modalità con cui possono essere richiesti chiarimenti (in forma anonima e ipotetica)

---

<sup>4</sup> Si vedano ad esempio C.V. Anderson, *Effective Antitrust Compliance Programs and Procedures*, 1962-1963 Bus. Law. 18, p. 739 e G. Geis, *White Collar Crime: The Heavy Electrical Equipment Antitrust Cases of 1961*, in M.B. Clinard e R. Quinney (a cura di), *Criminal Behavior Systems: A Typology*, 1967, pp. 139-151.

<sup>5</sup> Tale aspetto è riconosciuto anche dalla Commissione. Si veda in particolare, DG Comp, *Compliance Matters: What Companies Can Do to Better Respect EU Competition Rules*, KD-32-11-985-EN-C, 2012.

<sup>6</sup> E. Lachnit, *Compliance Programmes in Competition Law: Improving the Approach of Competition Authorities*, *Utrecht Law Review*, Volume 10, Issue 5 (December) 2014.



all'autorità, al fine di fugare i dubbi circa la liceità di una determinata condotta o di una determinata azione, anche in sede di predisposizione del contenuto del programma di *compliance*.

#### **4. FINALITÀ DELLE LINEE GUIDA**

CNMI condivide pienamente le finalità sottese all'adozione delle Linee Guida. Essa è infatti profondamente convinta del fatto che le imprese operanti nel mercato della moda - così come le aziende operanti in qualsiasi altro settore - non potranno non trarre un notevole beneficio nel ricevere indicazioni chiare e certe dall'AGCM in materia di programmi di *compliance* antitrust.

Le Linee Guida appaiono particolarmente utili poiché offrono agli operatori del mercato degli importanti orientamenti circa il contenuto di tali programmi, consentendo così loro di avere dei chiari punti di riferimento da seguire nell'attività di predisposizione dei propri documenti di *policy* per la prevenzione degli illeciti antitrust.

Allo stesso modo, CNMI ritiene siano di notevole importanza gli orientamenti che le Linee Guida forniscono non solo per quanto riguarda la presentazione della richiesta di valutazione del programma ai fini del riconoscimento dell'eventuale attenuante, ma anche e soprattutto per quanto riguarda i criteri che l'AGCM intende adottare nel valutare i programmi di *compliance* ai fini del riconoscimento di tale attenuante.

In tal modo, infatti, le Linee Guida potranno consentire alle imprese di beneficiare di una maggiore certezza giuridica circa il riconoscimento dell'adeguatezza dei programmi di *compliance* da loro adottati.

L'utilità e in alcuni casi la necessità delle linee guida fornite dalle autorità antitrust su come strutturare dei programmi di *compliance* adeguati sono state dimostrate in diversi studi<sup>7</sup>. Benché sia generalmente riconosciuto come non sia opportuno che le autorità prevedano delle vere e proprie "checklist della *compliance*" (per evitare che le imprese omettano di considerare elementi non inclusi in tali liste), si ritiene molto utile che le autorità indichino una serie di elementi fondamentali che devono costituire un programma di *compliance* adeguato. Ciò non solo al fine di aumentare la trasparenza del processo decisionale dell'autorità stessa, ma anche per diffondere maggiormente il messaggio concernente l'importanza della *compliance*.<sup>8</sup>

#### **5. RUOLO DELL'ADOZIONE DEL PROGRAMMA DI COMPLIANCE AI FINI DEL RICONOSCIMENTO DELL'ATTENUANTE**

---

<sup>7</sup> Si veda ad esempio D.D. Sokol, *Cartels, Corporate Compliance, and What Practitioners Really Think About Enforcement*, 2012 Antitrust Law, Journal 78, no. 1, p. 22.

<sup>8</sup> E. Lachnit, *cit.*, p. 45.



CNMI guarda con favore alla decisione dell'AGCM - adottata già con le precedenti linee guida in materia di quantificazione delle sanzioni - di includere l'adozione e il rispetto di uno specifico programma di *compliance* antitrust tra le possibili circostanze attenuanti nella quantificazione delle sanzioni.

CNMI ritiene infatti che all'AGCM vada senz'altro riconosciuto il merito di essersi dimostrata più innovativa e più dinamica di altre istituzioni, nazionali ed europee, che tuttora non riconoscono il valore automatico di circostanza attenuante all'adozione dei programmi di *compliance*, in sede di determinazione della sanzione per illecito antitrust. Questa infatti sembra essere la posizione tradizionale e consolidata della Commissione<sup>9</sup>.

Le Corti europee dal canto loro hanno tradizionalmente sostenuto che la Commissione non possa essere obbligata a riconoscere il valore di attenuante a tali programmi<sup>10</sup>.

Al contrario, l'AGCM ha ritenuto (giustamente) di esercitare la propria discrezionalità (riconosciuta da una costante giurisprudenza amministrativa<sup>11</sup>) e riconoscere l'accesso a un trattamento premiale in sede di comminazione della sanzione alle aziende che si siano dotate di documenti di *policy* volti alla prevenzione degli illeciti antitrust.

Diverse altre autorità antitrust hanno sposato le medesime considerazioni, dimostrando quanto tale impostazione rappresenti ormai la direzione verso la quale occorre inevitabilmente orientarsi. Questo è il caso della *Competition and Markets Authority* del Regno Unito, la quale riconosce una riduzione sino al 10% della sanzione sia nei casi in cui un programma di *compliance* già esisteva al momento della scoperta della violazione, sia nei casi in cui esso sia stato adottato in un momento successivo.

In modo simile, l'*Autorité de la concurrence* francese riconosce una riduzione fino al 10% per l'adozione o la modifica del programma di *compliance* a seguito della scoperta dell'infrazione o nei casi in cui non sia più consentito presentare istanza di *leniency*. Inoltre, la riduzione del 10% della sanzione può essere accordata anche qualora, nell'ambito di una procedura di *settlement*, l'azienda si impegni ad adottare o migliorare il proprio programma di *compliance*.

---

<sup>9</sup> La Commissione, dopo aver assunto un approccio differente sino agli anni Novanta, ha in più occasioni manifestato la propria convinzione che ai programmi di *compliance* non possa essere riconosciuto nessun valore di esimente in sede di comminazione di una sanzione per illecito antitrust, poiché il fatto stesso che tale illecito si sia verificato dimostra l'inefficacia e l'inadeguatezza del programma di *compliance* adottato dall'azienda responsabile della violazione. Si veda in particolare il *Compliance Brochure* pubblicato dalla Commissione nel 2012, disponibile a <https://publications.europa.eu/en/publication-detail/-/publication/78f46c48-e03e-4c36-bbbe-aa08c2514d7a/language-en>.

<sup>10</sup> Si vedano ad esempio Cause riunite T-101/05 e T-111/05, *BASF AG e UCB SA contro Commissione*, ECLI:EU:T:2007:380, para. 52.

<sup>11</sup> Si vedano ad esempio Consiglio di Stato, Sez. VI, 3 Giugno 2014, n. 2838 e Consiglio di Stato, Sez. VI, 9 Febbraio 2011, n. 896.



Fuori dall'Europa, non mancano poi esempi simili. Anche negli Stati Uniti, negli ultimi anni le autorità hanno dimostrato di essere sempre più inclini a riconoscere il valore dell'impegno che le aziende dedicano alla *compliance* ai fini della riduzione delle sanzioni per illeciti antitrust<sup>12</sup>. Lo stesso succede sempre di più anche nell'ambito di altri ordinamenti, come ad esempio quello canadese<sup>13</sup> e quello brasiliano<sup>14</sup>.

Ciò rappresenta un opportuno riconoscimento dell'impegno volto alla prevenzione dell'illecito antitrust dimostrato da alcune aziende con la decisione di dedicare considerevoli risorse economiche, organizzative e di tempo per la predisposizione dei programmi.

E' generalmente riconosciuto, infatti, che accordare in sede di comminazione di una sanzione per illecito antitrust un trattamento favorevole alle imprese che si siano dotate di un programma di *compliance* ha l'effetto di incentivare tali investimenti<sup>15</sup>. La previsione di tale circostanza attenuante svolge l'importante ruolo di incentivo all'adozione e alla propria implementazione di tali programmi, generando così una sorta di circolo virtuoso nel quale sempre più aziende si dotano dei documenti di *policy* per la prevenzione, con una conseguente riduzione delle condotte illecite.

## **6. OSSERVAZIONI SU ASPETTI SPECIFICI DISCIPLINATI DALLE LINEE GUIDA**

CNMI desidera inoltre portare all'attenzione dell'AGCM i propri rilievi su alcuni specifici aspetti regolati dalle Linee Guida.

### **6.1 CONTENUTO DEL PROGRAMMA DI COMPLIANCE: IDENTIFICAZIONE E VALUTAZIONE DEL RISCHIO ANTITRUST**

CNMI condivide in linea generale le indicazioni fornite nelle Linee Guida in merito alle modalità per la definizione del contenuto del programma di *compliance*.

---

<sup>12</sup> Ad esempio, nel 2015, il *Department of Justice* ha ritenuto di accordare uno sconto discrezionale basato in maggior parte sull'implementazione di un effettivo e "*rigoroso programma di compliance*", nell'ambito di due patteggiamenti nelle procedure contro Barclays PLC e Kayaba Industry Co. Ltd.

<sup>13</sup> Si veda quanto stabilito ad esempio nel bollettino del Giugno 2015 del Canadian Competition Bureau (CCB), in base al quale il CCB considererà l'adozione di un programma di *compliance* "*credibile ed efficace*" quale fattore attenuante in connessione con una richiesta di applicazione del programma *leniency*.

<sup>14</sup> Si vedano in tal senso le linee guida pubblicate dal *Conselho Administrativo de Defesa Econômica* ("CADE") nel Gennaio 2016, nelle quali si riconosce il valore di un adeguato programma di *compliance* quale possibile circostanza attenuante.

<sup>15</sup> A. Stephan, *Hear No Evil, See No Evil: Why Antitrust Compliance Programmes may be Ineffective at Preventing Cartels*, CCP Working Paper 09-09, 2009, pp. 11-12. R.M. Abrantes-Metz e D.D. Sokol, *Antitrust Corporate Governance & Compliance*, University of Minnesota Law School, Legal Studies Research Paper Series, Research Paper No. 13-18, 2013, p. 6.



Tali indicazioni infatti sembrano del tutto in linea con l'impostazione fornita dalle *best practice* a livello europeo e nazionale, che richiedono che i programmi di *compliance* siano predisposti e applicati in modo diverso a seconda delle caratteristiche dell'impresa a cui si applicano e del mercato in cui essa opera. Tale aspetto viene peraltro riconosciuto anche dalla dottrina sul tema, la quale sottolinea come la *compliance* dipenda da una serie di fattori, soprattutto nell'ambito di organizzazioni complesse<sup>16</sup>.

E' possibile incidentalmente rilevare che tale allineamento dell'AGCM alle *best practice* offre un ulteriore vantaggio alle imprese in sede di predisposizione dei propri programmi di *compliance*, poiché consente loro di strutturare tali programmi in modo che essi possano soddisfare allo stesso tempo i requisiti posti da diverse giurisdizioni (ciò appare particolarmente utile per i gruppi di imprese che operano in diversi mercati nazionali e regionali).

Risultano a tal proposito particolarmente utili le indicazioni e gli esempi forniti nella bozza di Linee Guida per consentire di comprendere come le peculiarità di un'azienda (ad esempio, il fatto che essa detenga un posizione dominante o meno) o di un settore di mercato (ad esempio, il fatto che esso sia più o meno frammentato) possano richiedere una diversa impostazione del programma di *compliance*, per effetto di una diversa identificazione e una diversa valutazione dei rischi antitrust in ciascun contesto.

CNMI ritiene che l'AGCM possa seguire ulteriormente tale approccio e fornire nelle Linee Guida una serie più nutrita di esempi e di casi concreti, volti a guidare le imprese nell'identificazione e nella valutazione dei propri rischi antitrust.

## **6.2 INDIVIDUAZIONE DEL “RESPONSABILE DEL PROGRAMMA”**

CNMI ritiene utile sottolineare come il ruolo del “responsabile del programma”, ovvero del soggetto responsabile per la sua effettiva attuazione e del suo rispetto da parte del personale, possa essere ricoperto in maniera efficace e adeguata solamente da un soggetto che sia sufficientemente inserito nella struttura aziendale, che ne conosca a fondo il funzionamento e le criticità e che sia direttamente selezionato dall'azienda stessa per svolgere tale ruolo.

Per tali ragioni, CNMI ritiene che i soggetti più indicati per svolgere tale funzione all'interno delle aziende che si dotano di un programma di *compliance* siano i Direttori degli Affari Legali o i *General Counsel*, i quali dispongono solitamente anche delle risorse e delle conoscenze non solo legali ma anche tecniche relative

---

<sup>16</sup> W.P.J. Wils, *Antitrust Compliance Programs and Optimal Antitrust Enforcement*, 2013 Journal of Antitrust Enforcement 1, p. 19.



all'azienda e al mercato in cui essa opera, indispensabili per svolgere tale ruolo nel modo più adeguato<sup>17</sup>. Essi inoltre rispondono direttamente ai massimi vertici aziendali, consentendo quindi un'efficace trasmissione non solo delle direttive di questi "verso il basso" ma anche, viceversa, una pronta e spedita attività di reporting "verso l'alto" di criticità e di eventuali segnalazioni.

Inoltre, appare di fondamentale importanza, perché i dipendenti di un'azienda siano incentivati a segnalare eventuali rischi o violazioni, che essi abbiano fiducia nel responsabile del programma. Alcuni studi dimostrano infatti che in molti casi delle criticità non vengono segnalate per mancanza di fiducia nel responsabile della *compliance* e per paura delle conseguenze<sup>18</sup>.

Benché il "responsabile del programma" debba essere certamente incentivato ad assicurare che esso sia pienamente operativo ed efficace, CNMI ritiene che non si debba far ricadere su di questi responsabilità eccessive e difficilmente gestibili per possibili infrazioni commesse da terzi. Per questa ragione, CNMI suggerisce che nelle Linee Guida si specifichi che il sistema di incentivi e misure disciplinari volte a motivare l'efficacia dell'attività del responsabile del programma debba essere impostato in modo tale da riguardare unicamente i meriti e le mancanze che dipendano direttamente dalla persona che ricopra tale ruolo.

### **6.3 IMPORTANZA DELL'ATTIVITÀ DI FORMAZIONE E DEL *KNOW-HOW***

CNMI concorda con l'AGCM sul fatto che sia necessaria tra il personale dell'azienda una buona conoscenza della normativa antitrust e del contenuto del programma di *compliance*, perché esso operi efficacemente. Per tale ragione, CNMI ritiene rivestano una fondamentale importanza i corsi di aggiornamento periodici e i *training*, così come la diffusione di manuali interni e la possibilità di rivolgersi a personale più esperto in caso di dubbi circa la correttezza e la legalità di determinate azioni o condotte.

Come osservato nella bozza di Linee Guida, ad ogni modo, è da considerare del tutto ragionevole e giustificabile che l'azienda decida di indirizzare particolarmente tali sforzi e tali attività di formazione nelle proprie articolazioni interne maggiormente esposte al rischio di condotte anticoncorrenziali. Allo stesso modo, si deve ritenere giustificabile che tali attività si concentrino maggiormente su argomenti e temi ritenuti particolarmente sensibili alla luce dell'identificazione e della valutazione dei rischi specifici per la singola azienda.

### **6.4 SISTEMI DI GESTIONE DEI PROCESSI CHE PRESENTANO UN RISCHIO ANTITRUST**

---

<sup>17</sup> Si veda in tal senso C.V. Anderson, *Effective Antitrust Compliance Programs and Procedures*, 1962-1963 Bus. Law. 18, Anderson 1963, p. 4.

<sup>18</sup> J.E. Murphy e D. Boehme, *Fear No Evil: a Compliance and Ethics Professionals*, in risposta al Dr. Stephan', 2009, p. 8, disponibile a [https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract\\_id=1965733](https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=1965733).



CNMI concorda sulla necessità che le imprese predispongano dei sistemi interni volti alla gestione dei processi che presentano dei particolari rischi di violazione del diritto della concorrenza, secondo la valutazione di tali rischi svolta dall'azienda.

CNMI è d'accordo anche nell'affermare che tali processi debbano dipendere dal tipo di attività di volta in volta considerate e dal rischio antitrust da esse creato. CNMI ritiene che tra i più efficienti di tali meccanismi vi sia un sistema di *reporting* interno, che consenta velocemente e facilmente a qualunque dipendente dell'azienda di segnalare (eventualmente in forma anonima) qualunque dubbio o criticità - effettiva o potenziale - rilevata.

CNMI ritiene che anche altri meccanismi possano essere utilizzati efficacemente per la prevenzione dei rischi antitrust, quali ad esempio le attività di *due diligence* e di *auditing*, così come le richieste di consulenze da parte di legali esterni. Tuttavia, CNMI è dell'opinione che debba considerarsi giustificabile la scelta delle imprese di compiere tali attività solo qualora emergano dei motivi specifici che facciano ritenere sussista un rischio antitrust.

#### **6.5 I MECCANISMI DI REVISIONE DEL PROGRAMMA**

Risulta condivisibile per CNMI ritenere che i programmi di *compliance* antitrust necessitino di essere periodicamente rivisti, al fine di assicurarne la rispondenza non solo alle mutate esigenze dell'impresa (dovute ad esempio a una modificazione nella sua posizione sul mercato) ma anche alle eventuali modifiche nella normativa applicabile e negli orientamenti giurisprudenziali rilevanti.

CNMI è dell'opinione che tali revisioni possano essere efficacemente compiute a intervalli regolari e qualora siano registrati sviluppi significativi, anche alla luce del dispendio di risorse che tali revisioni comportano per le aziende stesse.

#### **6.6 MODALITÀ PER LA RICHIESTA DI VALUTAZIONE DEL PROGRAMMA AI FINI DELL'EVENTUALE RICONOSCIMENTO DELL'ATTENUANTE**

CNMI condivide in linea generale l'approccio assunto dall'AGCM per quanto riguarda le modalità per richiedere la valutazione del programma ai fini dell'eventuale riconoscimento dell'attenuante. In particolare, CNMI ritiene corretto che le imprese possano provare con ogni mezzo l'adozione e l'effettivo e concreto impegno al rispetto di un programma adeguato. Tale prova è infatti necessariamente variabile a seconda delle modalità con cui il programma è stato adottato e applicato, così come a seconda delle procedure e dell'organizzazione interne di ogni azienda. Così, ad esempio, in alcuni casi l'impegno dei vertici aziendali nel garantire il rispetto del programma può essere dimostrato non solo con documenti ufficiali ma anche con



comunicazioni interne dalla natura più informale e tuttavia idonee a garantire che tutto il personale sia consapevole della necessità di rispettare la normativa.

#### **6.7 QUANTIFICAZIONE DELLA RIDUZIONE INDIPENDENTEMENTE DAL MOMENTO DELL'ADOZIONE DEL PROGRAMMA DI COMPLIANCE**

CNMI ritiene che le Linee Guida dovrebbero prevedere che siano presi in considerazione, ai fini della quantificazione della riduzione della sanzione, tutti gli sforzi compiuti dalle aziende ai fini di assicurare la piena *compliance* antitrust, senza discriminare *a priori* tra i programmi adottati prima e quelli adottati dopo la scoperta dell'infrazione o in base alla loro adeguatezza.

Pertanto, benché sia condivisibile che l'AGCM prenda in considerazione nell'applicare un eventuale trattamento premiale tutte le circostanze fattuali del caso, comprese quelle relative al momento in cui l'azienda ha deciso di dotarsi di un programma di *compliance* o le modalità con cui il programma era stato concepito, non sembra opportuno prevedere dei limiti massimi per tale riduzione, in base a tali criteri.

CNMI propone pertanto che il massimo della riduzione sia in ogni caso il 15% della sanzione (senza la gradazione di 5, 10 e 15% a seconda del momento dell'adozione del programma o della sua adeguatezza), ma che l'AGCM decida di volta in volta che percentuale di riduzione della sanzione accordare sulla base delle circostanze fattuali e della condotta dell'impresa interessata (in particolare, in base a quanto impegno essa ha effettivamente dimostrato nelle attività volte alla prevenzione degli illeciti, ad esempio organizzando corsi o diffondendo manuali interni).

Tale approccio, oltre ad evitare un eccessivo irrigidimento della prassi decisionale dell'AGCM, avrebbe anche il merito di determinare un quadro normativo più semplice, realizzando quindi anche l'obiettivo di maggiore chiarezza e certezza del diritto cui le Linee Guida stesse si ispirano.

Inoltre, CNMI auspica che nel valutare l'adeguatezza dei programmi di *compliance* ai fini della quantificazione della riduzione della sanzione, l'AGCM faccia un costante e puntuale riferimento ai criteri a tal fine da essa delineati nelle proprie Linee Guida. Ciò consentirebbe alle imprese di beneficiare di un alto livello di certezza giuridica, di oggettività e di prevedibilità della prassi sanzionatoria da parte dell'AGCM.

CNMI ritiene che le aziende dovrebbero poter contare su un quadro giuridico e amministrativo particolarmente certo e chiaro, nel quale gli sforzi e gli investimenti significativi che esse compiono al fine di assicurare la *compliance* antitrust ricevano un adeguato riconoscimento e siano quindi propriamente incentivati, anche qualora tali sforzi non raggiungono l'obiettivo desiderato, a causa della condotta dei singoli, sulla quale l'impresa può esercitare un controllo limitato.



Peraltro, giova rammentare che le finalità che hanno ispirato la decisione dell'AGCM di adottare le proprie linee guida emanate nell'Ottobre del 2014 in materia di quantificazione delle sanzioni antitrust erano proprio quelle di garantire un contesto applicativo certo e chiaro alle imprese. CNMI ritiene pertanto che si debba evitare che le Linee Guida complichino in modo non necessario tale quadro.

### **6.8 RECIDIVA**

CNMI comprende e condivide le ragioni sottese alla previsione di una riduzione inferiore della sanzione per le imprese recidive. Tuttavia, CNMI non condivide l'approccio secondo il quale nessuna attenuante possa essere concessa a un'impresa recidiva che abbia già in passato beneficiato di una riduzione della sanzione per aver adottato un programma di *compliance*.

Tale previsione infatti significa sostanzialmente che l'attenuante possa essere concessa una volta sola nella vita di un'impresa. Ciò sembra difficile da comprendere, soprattutto considerando cosa possa rappresentare per un gruppo di imprese di notevoli dimensioni. CNMI ritiene quindi che si debba prevedere il riconoscimento di una riduzione della sanzione anche in questo caso, benché sia comprensibile che ciò avvenga in misura ridotta.

A maggior ragione, CNMI ritiene che il fatto che un'impresa sia recidiva e abbia in passato beneficiato di una riduzione della sanzione per aver adottato un programma di *compliance* antitrust non debba essere considerato una circostanza aggravante, come sembra essere suggerito dall'attuale bozza di Linee Guida (para. 46). Il riferimento operato in tal senso alla casistica della Commissione (caso IV/F-3/33.708 *British Sugar plc*) sembra dover infatti essere effettuato tenendo in conto il diverso approccio al ruolo di esimente dei programmi di *compliance* tradizionalmente adottato dalla Commissione stessa.

### **6.9 RUOLO DELLE ASSOCIAZIONI DI CATEGORIA**

CNMI suggerisce di tenere in considerazione, nelle Linee Guida, anche il ruolo positivo e di prevenzione di illeciti antitrust svolto dalle associazioni di categoria con l'adozione di propri programmi di *compliance* antitrust. A tal fine, sembra utile che le Linee Guida contengano anche delle indicazioni specifiche volte a guidare la preparazione dei programmi di *compliance* da parte di tali associazioni.

## **7 CONCLUSIONI**

In conclusione, CNMI intende rinnovare il proprio apprezzamento per l'approccio assunto e ormai consolidato dell'AGCM di riconoscere un valore premiale all'adozione e all'applicazione di programmi di *compliance* adeguati.



Camera Nazionale della Moda Italiana

Inoltre, CNMI guarda con favore - sia pure alla luce delle osservazioni svolte su ad alcuni aspetti del contenuto del programma e della quantificazione della riduzione delle sanzioni - alla decisione dell'AGCM di emanare le Linee Guida, da cui ci si attende l'effetto di aumentare la trasparenza e la prevedibilità delle decisioni dell'AGCM in materia di sanzioni.

CNMI intende inoltre cogliere l'occasione per rinnovare la propria disponibilità ad instaurare un rapporto di collaborazione aperto e proficuo con l'AGCM, al fine di unire gli sforzi per una maggiore diffusione e un più profondo radicamento della cultura di *compliance* in Italia (con particolare attenzione ai settori di interesse per CNMI, ossia quelli della moda e dell'abbigliamento).

\*\*\*\*\*