



## **Ducati Motor Holding SpA**

### **Diretrizes de Compliance Antitruste**

(aprovado pelo Conselho de Administração em 26 de março de 2021)



## As razões e o valor destas Diretrizes

As regras antitrust pressupõem **uma concorrência leal** com base no mérito, ou seja, na qualidade, na inovação, no preço. Essa competição é o resultado do confronto natural e espontâneo entre concorrentes, que leva, em virtude apenas da dinâmica do mercado, ao aprimoramento constante dos produtos, ao desenvolvimento tecnológico, à busca da mais alta qualidade e a um preço proporcional ao valor.

As regras antitrust só se aplicam quando a **concorrência entre empresas é falseada** por uma exploração colusiva, excludente ou abusiva do poder de mercado. Tendem a restabelecer uma concorrência leal e, nesse sentido, representam a «mão visível» do mercado.

A Ducati aceitou o convite da Autoridade Italiana da Concorrência (AGCM) para adotar **diretrizes para o cumprimento dos regulamentos antitruste**, que visam garantir que a conduta da Empresa e de seus funcionários seja baseada no mais estrito cumprimento das regras e na prevenção de comportamentos ilícitos.

O objetivo destas Diretrizes é ilustrar em **termos simples e operacionais** a lei antitruste tal como tem sido interpretada por autoridades administrativas e tribunais em mais de 60 anos de aplicação. Eles foram desenvolvidos em relação às áreas específicas de risco da Ducati. Nessa perspectiva, visam dar **segurança à conduta da Companhia** e evitar, ao máximo, riscos e custos legais.

No entanto, as orientações são necessariamente sucintas e de carácter geral. Não constituem aconselhamento jurídico e nunca podem substituir uma avaliação específica do caso concreto. Caso tenha alguma dúvida ou necessite de esclarecimentos, deve sempre contactar o **Departamento Jurídico da Empresa**.

## Monitoramento de conformidade antitruste

Estas Diretrizes foram desenvolvidas levando em consideração as características da Companhia, o ambiente de mercado em que opera e a natureza e o grau de risco antitruste que pode enfrentar.

Por conseguinte, estas orientações não abrangem todos os domínios antitrust nem especificam em pormenor todos os elementos da legislação. Além disso, é sempre possível que surjam casos não abrangidos ou, dada a necessária brevidade do presente documento, apenas parcialmente abrangidos.

Se você tiver alguma dúvida ou precisar de esclarecimentos sobre a aceitabilidade competitiva de sua conduta, entre em contato com o Departamento Jurídico da Empresa, que constitui a **Unidade de Compliance Antitruste**, escrevendo para o endereço de e-mail [loana.fior@ducati.com](mailto:loana.fior@ducati.com).

## Relatórios

Caso deseje denunciar uma possível infração antitruste cometida, ainda que involuntariamente, dentro da Companhia, ou na qual a Companhia possa estar envolvida, poderá fazê-lo, mesmo anonimamente, utilizando o canal do Sistema de Denúncias da Companhia.

A Ducati implementou um sistema de denúncia com as garantias adequadas fornecidas ao denunciante, como a garantia de anonimato, portanto, vários canais foram disponibilizados e divulgados para tratar de qualquer possível informação/denúncia. Para ter visibilidade desses canais, visite [www.ducati.com](http://www.ducati.com), seção empresa/governança-risco-conformidade/conformidade/sistema de denúncias.



## Os riscos para a Ducati e seus funcionários

### As regras

Em Itália aplicam-se dois tipos de regulamentos antitrust: o direito italiano (L. 287/90) e as disposições europeias (artigos 101.º e 102.º do Tratado sobre o Funcionamento da UE). No entanto, esses regulamentos são muito semelhantes e são aplicados com base na mesma jurisprudência.

As proibições podem ser exemplificadas em duas categorias gerais.

1. Proibição de **acordos que reduzam a concorrência** entre empresas (cartéis, coordenação comercial, discriminação entre concessionários e clientes, etc.).
2. Proibição de **abuso de posição dominante** para empresas que, gozando de forte poder de mercado, possam impor de forma autónoma condições comerciais desleais aos clientes e adoptar práticas prejudiciais aos concorrentes.

### As consequências da violação das regras

Qualquer violação das regras antitrust (nacionais e europeias) pode ter as seguintes consequências.

1. Uma **multa de até 10% do faturamento anual da Ducati e da controladora do Grupo Volkswagen**, se a controladora tiver controle efetivo sobre a empresa. A coima é aplicada pela Autoridade da Concorrência ou pela Comissão Europeia e a empresa-mãe pode ser solidariamente responsável pelo seu pagamento.
2. Risco de **ações de indemnização** perante os tribunais nacionais, conforme regulado pelo Decreto Legislativo n.º 3/2017
3. **Danos à reputação e à imagem:** investigações e sanções antitruste são amplamente divulgadas e estigmatizadas na imprensa, incluindo a imprensa internacional.
4. **Custos administrativos e legais:** As investigações antitruste podem incluir inspeções da polícia financeira nas instalações da empresa, envolver considerável esforço de gestão na preparação de defesas e acarretar altos custos legais.
5. **Consequências civis e trabalhistas para o funcionário da Ducati.** A observância, pelos funcionários da Empresa, das disposições contidas nos regulamentos antitruste constitui parte fundamental de suas obrigações contratuais nos termos e para os efeitos do artigo 2104 do Código Civil italiano. A violação das referidas disposições, portanto, constituirá uma violação das obrigações decorrentes da relação laboral por parte do trabalhador e determinará a aplicação de sanções e/ou medidas de natureza disciplinar, em conformidade com os procedimentos prescritos pelas normas aplicáveis, com todas as consequências legais, também no que diz respeito à preservação da relação laboral e à obrigação de indemnizar os danos causados. As medidas disciplinares que podem ser impostas aos trabalhadores - em conformidade com os procedimentos previstos no artigo 7.º do Estatuto dos Trabalhadores e quaisquer regulamentos especiais aplicáveis - são as previstas no regime disciplinar do CCNL para a indústria de engenharia e instalação de instalações. As sanções disciplinares (no caso dos trabalhadores) e as medidas contratuais (no caso dos gestores) devem ser proporcionais ao nível de responsabilidade e autonomia do trabalhador e/ou dirigente, à eventual



existência de situações anteriores de violação contra ele, à intencionalidade da sua conduta, bem como à gravidade da mesma, ou seja, o nível de risco ao qual a Empresa pode ser razoavelmente considerada exposta como resultado da conduta reclamada.

6. **Possíveis consequências criminais para o funcionário da Ducati:** em alguns países (por exemplo, EUA, Reino Unido, Alemanha), certas infrações de concorrência estão associadas a sanções criminais, ou seja, pessoalmente relacionadas aos funcionários que tomaram as decisões dentro da Empresa. Isso também pode ter consequências criminais na Itália. De fato, no caso de uma conduta anticompetitiva decidida na Empresa produzir efeitos prejudiciais à concorrência nesses países, os funcionários da Empresa responsáveis por tal conduta podem estar sujeitos às leis criminais desses países. Esses funcionários podem, portanto, estar sujeitos a processos criminais e penalidades, incluindo limitação da liberdade pessoal.



## Práticas proibidas

O princípio geral subjacente às regras antitrust é que a concorrência que deve existir entre as empresas significa que as escolhas comerciais devem ser feitas por empresas com **total autonomia** e assumindo os riscos económicos. Consequentemente, **todos os acordos** que reduzam a autonomia, reduzam os riscos e restrinjam a concorrência são **proibidos**.

Acordos anticompetitivos são proibidos, independentemente do tamanho e das características das empresas envolvidas. Por conseguinte, justificações como: **«a nossa empresa é uma entidade específica no mercado das motocicletas»** não a exime da aplicação das regras antitrust.

As regras antitruste fornecem uma **lista - não exaustiva - de acordos proibidos**, incluindo:

- acordos sobre preços de venda ou de compra ou fixação de preços de revenda;
- acordos sobre as quantidades a produzir, exportar ou importar,
- acordos sobre as condições de transação (condições de pagamento),
- acordos de partilha de mercado geográfico, repartição de clientes,
- disposições destinadas a restringir o desenvolvimento técnico ou os investimentos
- as modalidades destinadas a influenciar o resultado de um processo de concurso,
- mecanismos para discriminar um distribuidor ou fornecedor
- acordos para impor às partes contratantes serviços não justificados pelo uso comercial

A **noção de acordo anticoncorrencial** é interpretada em um sentido muito amplo, incluindo:

- **acordos** = ou seja, qualquer encontro de mentes das partes, seja oral ou escrito e formal ou informal. Por exemplo: uma nota manuscrita e não assinada informando que a empresa X e a empresa Y concordam em aumentar seus respectivos preços em 7%.
- **práticas concertadas** = qualquer contacto directo ou indirecto entre empresas que tenha por objectivo ou efeito influenciar o comportamento de um concorrente actual ou potencial no mercado ou revelar a um concorrente o comportamento que decidiu adoptar ou tenciona adoptar no mercado. Por exemplo, um e-mail não solicitado de um concorrente informando sobre os preços que o concorrente pretende cobrar no próximo trimestre.

### «Objecto ou efeito» anticoncorrencial do cartel

Pode ser que o acordo anticoncorrencial não produza os efeitos desejados para as empresas, mas não deixa de ser ilegal e acarreta as sanções previstas na legislação. Com efeito, este último proíbe os acordos independentemente de terem um **«efeito» anticoncorrencial ou apenas um «objetivo» anticoncorrencial**.

Por conseguinte, uma justificação como: **«o cartel não produziu efeitos»** não exclui a aplicação das regras.



## Acordos intragrupo

As empresas que fazem parte do mesmo grupo, ou seja, um grupo sujeito a controlo unitário, **não são consideradas concorrentes para** efeitos das regras antitrust italianas e europeias. Quando uma sociedade exerce uma influência determinante sobre outra, estas formam uma única entidade económica e constituem, portanto, uma única e mesma «empresa» na aceção do direito da concorrência.

O mesmo se aplica às **sociedades-irmãs**, ou seja, às sociedades sobre as quais a mesma sociedade-mãe exerce uma certa influência. Por conseguinte, não são considerados concorrentes, mesmo que operem nos mesmos mercados geográficos e do produto.



## Quanto ao abuso de posição dominante

### Posição dominante

Quando uma empresa detém uma posição dominante no mercado, deve tomar precauções especiais, uma vez que as regras antitruste lhe impõem obrigações e proibições adicionais que abrangem também comportamentos unilaterais e não apenas acordos com concorrentes.

Mesmo empresas particulares e não grandes podem ter uma posição dominante em um determinado mercado, porque o mercado é definido pelo conjunto de produtos ou serviços intercambiáveis.

Quando uma empresa é **o único ou principal cliente de um fornecedor ou distribuidor**, pode considerar-se que se encontra em posição dominante em relação a este último. Nesses casos, mesmo empresas específicas como a Ducati devem prestar atenção especial ao respeito às regras antitruste.

### Abuso de posição dominante

A posição dominante no mercado não é **proibida per se**, porque pode ser alcançada através dos méritos comerciais da empresa. No entanto, as regras antitruste buscam impedir que a empresa em questão **abuse de** sua posição.

A **lista não exaustiva de possíveis abusos** de posição dominante inclui:

- a imposição de preços excessivos em relação aos custos de produção e à qualidade;
- Práticas de precificação abaixo do custo destinadas a eliminar concorrentes igualmente eficientes, mas com menor capacidade financeira;
- práticas de desconto que não se baseiam em considerações económicas, mas visam apenas fidelizar os clientes em detrimento dos concorrentes;
- tratamento discriminatório entre clientes e/ou fornecedores;
- a celebração de contratos condicionados à aceitação de produtos ou serviços adicionais que não se justifiquem do ponto de vista técnico ou comercial.



## Relações diretas com concorrentes: acordos formais ou informais

### Acordos entre concorrentes ou «cartéis»

Cada empresa deve fazer suas próprias escolhas comerciais.

Qualquer «**encontro de vontades**» de duas ou mais empresas concorrentes sobre os seus comportamentos comerciais pode ser considerado um **acordo anticoncorrencial**, mesmo que seja expresso em **termos informais ou orais**, ou mesmo que **não constitua um contrato juridicamente vinculativo**.

Em especial, a «convergência de vontades» não deve ter por objecto a determinação:

- os preços dos produtos,
- descontos aplicados ou a aplicar,
- de pagamento
- volumes de vendas,
- contingentes de exportação ou importação,
- distribuição de mercados ou clientes,
- estratégia de marketing, etc.

Este tipo de acordo é também chamado de «**cartel**» e representa uma das **infrações mais graves** ao direito antitrust.

#### Exemplos de acordos de cartel

Os "vendedores" de duas empresas concorrentes reúnem-se num jantar de convívio e acordam uma estratégia comum de descontos para os últimos meses do ano. O acordo é oral, mas a evidência do acordo pode surgir de e-mails de confirmação subsequentes.

Os chefes dos departamentos de P&D de duas empresas preparam um "memorando" para regular o tempo e as despesas de suas respectivas atividades de pesquisa destinadas a reduzir as emissões nocivas de óxido de nitrogênio das motocicletas.

#### **O que fazer, praticamente**

Evite qualquer relacionamento com concorrentes que possa resultar em conduta comercial comum ou coordenada.

Em particular, não celebre acordos - mesmo informais ou verbais - sobre preços, volumes, quantidades de exportação ou importação, clientes, políticas de marketing.

Se você tiver alguma dúvida sobre a natureza de suas negociações com concorrentes, você deve informar o Departamento Jurídico da Empresa, para avaliar a legalidade ou ilegalidade de tais negociações e concordar com as medidas necessárias para pôr fim à prática, se for julgada pelo Departamento como anticompetitiva.



## Relações directas entre concorrentes: intercâmbio de informações sensíveis

### Trocas proibidas

A recolha e/ou o intercâmbio de informações técnicas e/ou comerciais sobre os produtos dos concorrentes são permitidos se esses produtos **já estiverem no mercado**, ou seja, se estiverem efectiva e livremente disponíveis ao público.

Por outro lado, é proibido qualquer «contacto», ainda que indireto, entre empresas concorrentes, através do qual transmitam ou recebam informações comercialmente sensíveis e/ou técnicas que ainda não estejam real e livremente acessíveis ao público (ou seja, contactos entre empresas **antes da colocação dos produtos no mercado**).

As trocas de informações prévias à comercialização são ilícitas na medida em que são suscetíveis **de influenciar o comportamento de um concorrente**, ou de **revelar a um concorrente o comportamento** que a Empresa decidiu, ou espera, adotar no mercado.

**Informações comerciais confidenciais que não podem ser trocadas:** preços, entregas, volumes de vendas ou compras, custos de produção, volume de negócios, divisão do mercado, planos ou previsões de negócios futuros, etc.

**Contacto de qualquer forma e em qualquer lugar:** por exemplo, e-mails, telefonemas, durante reuniões de negócios (mesmo que em uma associação comercial), ocasiões não relacionadas ao trabalho (almoços, eventos esportivos, reuniões sociais, etc.).

Exemplos de contatos ilícitos:

Em um e-mail: "Você pode me enviar os números mensais de entrega usuais por modelo?"

Em um e-mail "Vamos nos encontrar para almoçar para fazer um brainstorming sobre os mercados dos EUA".

Em uma reunião técnica com um concorrente: "Eu diria que é do nosso interesse comum não impulsionar o desenvolvimento desta liga para aros".

### Cliente oculto e troca de motos e/ou protótipos com concorrentes

A compra de motos concorrentes para fins **de benchmarking** é legítima, pois é uma forma de reunir informações técnicas e comerciais que estão realmente presentes no mercado.

**O cliente oculto** é um sistema de recolha de informação efetivamente presente no mercado e, portanto, público e disponível para qualquer pessoa. Se essas condições forem atendidas, é legítimo. No entanto, pode ser utilizado de forma abusiva se o fornecedor obtiver informações confidenciais e atuar como uma «plataforma» de troca de informações sensíveis. Portanto, o departamento jurídico deve ser contactado e cláusulas de proteção apropriadas devem ser implementadas.

Até à data, nem a AGCM nem a Comissão Europeia tomaram posição sobre a legalidade concorrencial da **troca mútua** de motocicletas com concorrentes. Por conseguinte, não existe segurança jurídica nesta prática. No entanto, este intercâmbio pode ser visto como um meio de facilitar a transmissão de informações entre concorrentes, em especial se ocorrer de forma sistemática e no contexto de outros intercâmbios de informações. Em qualquer caso, a



troca - sob a forma de troca ou empréstimo - de **protótipos** com concorrentes não deve ser realizada, pois é provável que transmita informações técnicas e comerciais que não estão disponíveis no mercado.

### Sensibilidade comercial dos dados

Quanto maior a sensibilidade comercial dos dados e informações trocados, maiores são os riscos antitruste.

Abaixo está uma tabela descrevendo a sensibilidade comercial

Age of data			
2 years	12-24 months	< 12 months	Future
Form of data		individualized	
aggregated		individualized	
Number of contacts			
occasional	frequent	continuous	
Nature of data			
public	public but not easy to find	internal	internal and restraint

### O que fazer, praticamente

- em um **e-mail**: se você receber informações comerciais sensíveis, responda imediatamente que não está interessado em recebê-las, por motivos de conformidade antitruste.

- em **reuniões**: sempre verifique a agenda para garantir que não haja discussões relacionadas a dados comerciais sensíveis; se um concorrente divulgar dados comerciais sensíveis, encerre a discussão, **recuse-se** a receber quaisquer documentos, peça para registrar por escrito que você está se dissociando do assunto da reunião e que a Ducati pretende cumprir a lei antitruste em todas as circunstâncias; depois disso, **Saia** da reunião.

- em **reuniões ou apresentações**: se uma apresentação em power point da Ducati estiver planejada e/ou envolver a circulação de informações ou documentos internos, envie a apresentação e os documentos ao Departamento Jurídico.



- **informa sempre** o Departamento Jurídico da Empresa, a fim de avaliar quaisquer outras medidas de dissociação.

Mesmo no caso de trocas de informações que lhe pareçam admissíveis, é sempre uma boa ideia falar com o Departamento Jurídico, para uma **'verificação dupla'**.



## Relações directas entre concorrentes: manipulação de concursos

Uma licitação é uma forma de concorrência entre empresas, portanto, qualquer acordo entre concorrentes ou contato com concorrentes que possa distorcer seu curso ou seu resultado é uma conduta ilícita.

Em particular, a seguinte conduta é proibida:

- concordar entre os potenciais participantes em **boicotar** a licitação
- concordar com uma série de **lances de 'conveniência'** entre os participantes, a fim de predeterminar o vencedor
- criar uma **ATI** (associação temporária de empresas, ou RTI) com um objectivo partidário.

### O que fazer, praticamente

A participação em uma licitação deve sempre ser cuidadosamente considerada pelo Departamento Jurídico, portanto, é aconselhável não aceitar nenhum convite (mesmo informal) de um concorrente para discutir o assunto, por exemplo, para discutir as especificações ou se a Empresa ou o concorrente devem ou não apresentar uma proposta.

## Acordos de P&D com concorrentes

### Fatores anticoncorrenciais em acordos de I&D

Os acordos de I&D são os acordos entre duas ou mais partes que preveem a investigação e o desenvolvimento conjuntos de produtos ou tecnologias e, eventualmente, a utilização dos resultados pelas partes, com ou sem exploração comercial dos mesmos.

Estes acordos têm frequentemente efeitos positivos sobre a concorrência porque promovem a inovação e podem conduzir a ganhos de eficiência em termos de redução de custos. No entanto, são por vezes susceptíveis de restringir a concorrência entre empresas.

**Cada acordo de I&D tem de ser avaliado especificamente** em relação ao seu objeto, no entanto, a Comissão Europeia indicou uma série de factores que podem sinalizar que o acordo de I&D é perigoso do ponto de vista antitrust. Esses fatores são os seguintes:

- as partes no acordo são **concorrentes**;
- capacidade dos concorrentes para realizar I&D **individualmente**;
- **as quotas de mercado** combinadas das partes excedem 25% do sector do produto/tecnologia em causa (ou seja, o mercado de produtos/tecnologias melhorados, substituíveis ou substituíveis do produto/tecnologia objecto do acordo);
- o acordo de I&D visa melhorar ou aperfeiçoar **os produtos ou tecnologias existentes** em que as partes têm uma posição forte, a entrada nestes mercados é difícil e outras actividades de inovação são fracas;
- o acordo de I&D abrange igualmente a **produção e comercialização em conjunto** dos produtos ou tecnologias desenvolvidos.



### **Fatores não anticoncorrenciais nos acordos de I&D**

A Comissão Europeia indicou igualmente os fatores do acordo de I&D cuja presença é um indício de inocuidade antitrust: São os seguintes:

- as partes no acordo não concorram entre si;
- as partes não são capazes de realizar elas próprias as actividades de I&D, por exemplo, devido às suas capacidades técnicas limitadas;
- as quotas de mercado combinadas das partes são inferiores a 25% do sector do produto/tecnologia em causa (ou seja, o mercado de produtos/tecnologias melhorados, permutáveis ou substituíveis do produto/tecnologia objecto do acordo);
- o objeto do acordo de P&D é limitado apenas à pesquisa e desenvolvimento, sem atividades conjuntas de comercialização;
- A atividade de P&D visa desenvolver um produto ou tecnologia completamente novo.

### **O que fazer, praticamente**

Antes de entrar em contato com o possível parceiro, consulte o Departamento Jurídico da Empresa para explicar detalhadamente o conteúdo e os objetivos da atividade planejada.

Na elaboração do acordo, os objectivos de investigação e desenvolvimento tecnológico devem ser sempre salientados, tendo o cuidado de não incluir os aspectos anticoncorrenciais que foram salientados.



## Atividades em associações comerciais

As associações comerciais promovem legitimamente os interesses e o desenvolvimento do setor. A participação neles é legítima.

No entanto, por vezes, certas atividades organizadas pela associação ou realizadas pelos seus membros nas suas instalações podem dar origem a formas de contactos através das quais os concorrentes celebram acordos ou trocam informações comercialmente sensíveis, conduzindo a comportamentos colusórios que violam as regras antitrust.

### Reuniões na associação

A experiência demonstrou que as reuniões ou reuniões de negócios organizadas na associação profissional são as circunstâncias em que este tipo de intercâmbio é mais provável de ocorrer.

Portanto, em caso de reuniões ou

- é necessário assegurar a elaboração de uma **ordem de trabalhos** para a reunião e que esta não inclua a discussão de acordos ou o intercâmbio de informações comercialmente sensíveis das empresas participantes;
- Caso a **discussão se desvie da ordem de trabalhos** e se estenda a questões concorrenciais sensíveis (preços praticados, volumes produzidos ou a produzir, quotas de mercado, exportações, importações, práticas de desconto, planos de desenvolvimento de negócios, relações com distribuidores ou fornecedores, etc.), o participante deve distanciar-se imediatamente do objeto da reunião e ter a sua **dissociação** registrado por escrito;
- é necessário solicitar a **ata da reunião**, caso não seja enviada, e certificar-se de que correspondem fielmente à discussão e às deliberações tomadas, e que não utilizam expressões que possam ser interpretadas como formas de conluio entre os participantes;
- Se você pretende enviar um **documento** ou **apresentação em power-point**, deve verificar seu conteúdo com o Departamento Jurídico com antecedência para garantir que não contenha dados ou informações sensíveis do ponto de vista competitivo.

### Serviços oferecidos aos membros

Se a associação fornecer **processamento estatístico de dados** coletados de membros ou **serviços semelhantes**, é necessário verificar se tal processamento não contém informações de conteúdo ou forma proibida. Consulte a tabela na página 10.

### O que fazer, praticamente

Antes de cada reunião ou reunião na associação **verifique a agenda** e em caso de dúvida consulte o Departamento Jurídico.

**Desassocie-se publicamente na frente dos outros participantes** se tópicos comercialmente sensíveis forem discutidos na reunião ou dados comercialmente sensíveis forem divulgados; em seguida, informe o Departamento



Jurídico. Verifique com o Departamento Jurídico se os dados e informações contidos nos documentos da Empresa ou **nas apresentações em power-point** não são relevantes para as atividades colusivas.

**Evita qualquer transmissão de dados** comerciais sensíveis da empresa para a associação.

Em caso de recebimento, mesmo não solicitado, de dados comercialmente sensíveis de concorrentes pela associação, consulte imediatamente o Departamento Jurídico.



## Relações com empresas de coleta de dados

### Empresas de coleta de dados

A comunicação de informações sensíveis com concorrentes também pode ocorrer **indiretamente** por meio das atividades de empresas de coleta de dados. Quando essas empresas obtêm dados comerciais diretamente das empresas e, após o processamento, os divulgam dentro do setor, elas **realizam contatos indiretos entre concorrentes**, que são tão proibidos quanto os contatos diretos. De fato, as empresas são capazes de conspirar, mesmo que indiretamente transmitidas informações.

O facto de o contacto com os concorrentes ser feito através de uma **plataforma** e não diretamente não exclui de modo algum a responsabilidade por comportamentos anticoncorrenciais.

Abaixo está uma tabela ilustrativa da legalidade ou ilegalidade do envio/recebimento de informações de/para empresas de coleta de dados

Conduta	Avaliação
Empresas que recebem dados da Ducati cobertos por um acordo de confidencialidade e os retransmitem processados apenas para a Empresa.	A transmissão de dados e o recebimento do processamento são lícitos porque dizem respeito apenas à Empresa e não aos concorrentes
Empresas que transmitem dados públicos processados facilmente disponíveis para a empresa (por exemplo, DMV).	A receção de tal tratamento é lícita porque os dados são genuinamente públicos
Empresas que fornecem à Ducati dados públicos processados, embora não estejam disponíveis gratuitamente.	O recebimento de tal processamento pode aumentar os riscos antitruste e deve ser cuidadosamente avaliado com o Departamento Jurídico
Empresas que coletam dados de players do setor, os processam, possivelmente em conjunto com dados públicos, e os redistribuem pelos players do setor.	O envio de dados da empresa e o recebimento de dados reprocessados devem ser evitados, pois podem ser uma fonte de conluio entre empresas do setor.

Exemplo de contato ilícito solicitado por uma empresa de coleta de dados:

Você poderia nos enviar seus números de entrega para a Ásia no último trimestre? Como sempre, estarão disponíveis a partir de 1 de julho na plataforma XXX, juntamente com as de todas as outras marcas.

### O que fazer, praticamente

Tendo em vista a complexidade e a sensibilidade do envio/recebimento de dados comerciais sensíveis da Companhia ou de concorrentes, qualquer iniciativa deve ser previamente acordada com o Departamento Jurídico.



## Anúncio público e relação com a imprensa

**As comunicações ao público ou à imprensa** podem, por vezes, conter, mesmo involuntariamente, informações ou planos de actividades que podem ser interpretados como **sinais para os concorrentes** ou **propostas ou aceitação de acordos anticoncorrenciais**.

Nessas relações, portanto, deve-se abster-se de comunicar, entre outras coisas:

- informações comerciais confidenciais
- indicações de tendências futuras de preços dos produtos da Empresa
- posições da Companhia em relação às propostas feitas pelos concorrentes

### Exemplos de declarações públicas a serem evitadas

"A Ducati acredita que não há razão para se envolver em uma guerra de preços."

"A Ducati concorda com aqueles que acreditam que não há razão para continuar neste tipo de atividade de P&D."

### **O que fazer, praticamente:**

Evite fazer declarações públicas que **possam** parecer propostas de cartéis ou que possam parecer respostas a propostas públicas feitas por concorrentes.

Sempre que possível, **combine** com o departamento jurídico da empresa sua comunicação externa.

## **Restrições verticais da concorrência**

As relações com os concessionários (e fornecedores) diferem em certa medida das relações com os concorrentes. Com estes últimos existem relações horizontais - isto é, entre operadores do mesmo mercado - enquanto com os concessionários as relações são verticais. A Ducati opera no **mercado a montante** da produção de motocicletas, enquanto os concessionários operam **a jusante**, no mercado de distribuição.

As restrições verticais da concorrência são regidas não só pelas regras gerais acima referidas, mas também por dois conjuntos específicos de regras. A primeira consta do Regulamento (UE) n.º 330/2010, aplicável a todos os acordos verticais e práticas concertadas. A segunda consta do Regulamento (UE) n.º 461/2010, que é **específico para** acordos e práticas concertadas no **setor automóvel** e, portanto, não são estritamente aplicáveis à Ducati.

Essencialmente, os regulamentos acima referidos prevêm uma isenção das proibições gerais, ou seja, um **porto seguro**, para os contratos verticais entre partes que, nos respectivos mercados - a montante e a jusante - não excedam 30% de quota de mercado. Além disso, para beneficiar do porto seguro, têm de ser cumpridas determinadas **condições contratuais**, que são especificamente indicadas nos regulamentos.

Os contratos que a Ducati tem em vigor com os seus concessionários destinam-se a beneficiar do porto seguro e, portanto, as condições estabelecidas nos regulamentos devem ser **rigorosamente** cumpridas.



O Regulamento da UE n.º 330/2010 permanece em vigor até 31 de maio de 2022. Após essa data, os contratos de distribuição e de prestação de serviços terão de ser reavaliados a fim de os tornar conformes com as regras que a Comissão Europeia está atualmente a elaborar e que serão aplicáveis a partir de 1 de abril de 2022.

## Relação com concessionários de venda de motos

### O tipo de contratos entre a Ducati e os concessionários

A Ducati tem contratos específicos **de distribuição exclusiva** com seus revendedores para a venda de motocicletas.

Este tipo de contrato é legítimo do ponto de vista antitruste, mas exige o cumprimento estrito de certas **Condições**.

Em particular, a Ducati:

- **pode sugerir** ao concessionário o preço a que a moto é vendida ao cliente final (preço de revenda), mas **não pode impô-lo**;
- não pode adotar nenhuma política comercial - por exemplo, **concessões ou cancelamento de descontos**- que possa indirectamente induzir o concessionário a manter o preço de revenda sugerido pela Ducati;
- pode solicitar aos concessionários que não promovam vendas fora da área que lhes foi atribuída ou junto de uma clientela específica (**vendas activas**), mas não pode induzir ou sugerir a esses concessionários que não satisfaçam os pedidos de informação e/ou as compras nas zonas afectadas a outros concessionários (**vendas passivas**);
- não pode exigir que os distribuidores **não vendam marcas de determinados fornecedores concorrentes**.

### Exemplos de contactos ilegais com concessionários

Em um e-mail para um revendedor: 'Você não pode rebaixar o produto com esses preços! Sejam sérios...'

Em um e-mail para um negociante: 'O revendedor X reclamou outro dia sobre suas incursões em sua área, vamos ter cuidado e manter alguma ordem'.

Em um e-mail para um revendedor: "... O desconto adicional de 4% é reservado para aqueles que não se desviarem do preço de tabela."

### Proibição de utilizar o distribuidor como plataforma de informações comerciais

Além disso, os revendedores multimarcas podem coletar dados e informações comerciais relacionadas a cada marca. Desta forma, eles estão em posição de atuar como um **centro de informações entre os diferentes fabricantes** e como um facilitador de acordos.

Portanto, é importante evitar solicitar aos revendedores dados técnicos ou comerciais relacionados a fabricantes concorrentes e, caso você tome conhecimento de tais dados, é necessário informar ao revendedor que não deseja receber esse tipo de informação.



### O que fazer, praticamente

Não tente induzir o revendedor a vender as bicicletas a um determinado preço, por exemplo, com promessas de descontos ou bônus ou ameaças de cancelamento de bônus ou descontos, ou qualquer outro meio. A Ducati pode sugerir um preço, mas o revendedor deve ser genuinamente livre para descontá-lo ou aumentá-lo.

Não tente induzir o revendedor a não atender a solicitações de informações e/ou compras de certas áreas da rede (vendas passivas).

Não solicite a um concessionário comum informações comerciais ou tecnicamente sensíveis sobre motos e produtos dos concorrentes (por exemplo, preços, entregas, planos de negócios, etc.) porque este é um meio de obter informações que podem influenciar as escolhas da Empresa;

Em qualquer caso, se você tiver alguma dúvida sobre a legalidade de sua conduta, entre em contato com o Departamento Jurídico da Empresa.

### Relações com concessionários e serviços no setor pós-venda.

Em princípio, aplicam-se mutatis mutandis as mesmas obrigações e condições aplicáveis aos concessionários para a venda de motocicletas.

Ducati

- pode sugerir, mas **não pode impor o preço dos serviços ao revendedor/serviço autorizado;**
- não pode adotar qualquer política comercial - por exemplo, **concessões ou cancelamento de descontos**- que possa induzir indiretamente o serviço a manter o preço sugerido pela Ducati;
- não pode induzir ou sugerir aos revendedores/serviços autorizados que eles não atendem aos requisitos de serviço de clientes de fora da área atribuída (**vendas passivas**);
- não pode exigir que os revendedores/prestadores de serviços **não realizem serviços para marcas de concorrentes específicos.**

As seguintes restrições também são proibidas no setor **pós-venda**:

- a restrição da venda de peças sobressalentes a oficinas de reparação independentes que utilizam essas peças para a reparação e manutenção de motocicletas;
- uma restrição, acordada entre um fornecedor de peças sobressalentes, equipamento de reparação ou diagnóstico ou outro equipamento e a Empresa, sobre a capacidade do fornecedor de vender esses produtos a distribuidores independentes ou clientes finais;

### O que fazer, praticamente.



Não impor - inclusive por meio de promessas de descontos e bônus ou cancelamentos de descontos e bônus - aos revendedores/serviços o preço de seus serviços/produtos pós-venda.

Não impor - inclusive por meio de promessas de descontos e bônus ou cancelamentos de descontos e bônus - aos concessionários/serviços que recusem serviços/produtos pós-venda a clientes em determinadas áreas da rede de serviços ou que não comercializem/vendam os seus serviços/produtos pós-venda em determinadas áreas da rede de serviços.

Não imponha ou sugira aos revendedores que eles não vendam peças de reposição a reparadores independentes que as utilizam para o reparo ou manutenção de motocicletas Ducati.

Não peça ou sugira ao fornecedor de peças sobressalentes ou equipamentos de reparo ou diagnóstico que não venda tais produtos a revendedores ou reparadores autorizados ou independentes ou a clientes finais.

Mais informações sobre a prestação adequada de serviços de reparo e manutenção podem ser encontradas nas Informações de **Reparo e Manutenção (RMI)** estabelecidas pelo Regulamento n.º (CE) 715/2007 e seus Regulamentos de Execução (CE) n.º 692/2008 e n.º 566/2011.

Em caso de dúvida, procure aconselhamento do Departamento Jurídico da Empresa.

Além disso, em alguns casos, a Ducati poderia ter uma posição dominante em relação a fornecedores mais pequenos. Nestes casos é necessária uma maior cautela, pelo que a intervenção do Departamento Jurídico é estritamente necessária.

## **Garantias**

As regras antitruste proibem dois tipos de restrições que podem estar relacionadas com a prestação da garantia, sejam elas legais ou comerciais.

### **Proibição de restrições ao serviço de garantia**

A garantia da Ducati não deve estar condicionada ao fato de o cliente ter os trabalhos de reparo e manutenção **não** cobertos pela garantia realizados por um serviço/revendedor pertencente à rede Ducati.

Em termos práticos, quando um cliente solicita um serviço de reparação ou manutenção coberto pela garantia, a Ducati não pode subordinar a concessão da garantia ao facto de o cliente também utilizar um serviço autorizado para qualquer reparação/serviço não coberto pela garantia.

### **Proibição de restrições às peças sobressalentes**

As condições de garantia não devem impor o uso de peças de reposição com a marca Ducati ou uma marca específica identificada pela Ducati para substituições **não** cobertas pela garantia.



## **Acordos de subcontratação**

Os contratos de subcontratação são contratos em que o denominado «contratante» (por exemplo, a Ducati) confia a outro, denominado «subcontratante», o fabrico de bens, a prestação de serviços ou a execução de trabalhos sob as instruções da Ducati, a serem prestados ao contratante ou executados por sua conta.

### **As cláusulas contratuais possíveis são aquelas em que:**

- os dados técnicos ou equipamentos provenientes da Ducati não podem ser usados para outros fins que não a execução do contrato,
- os dados técnicos ou equipamentos provenientes da Ducati não podem ser disponibilizados a terceiros,
- os produtos, serviços ou trabalhos realizados usando esses dados e equipamentos podem ser fornecidos apenas à Ducati ou executados em seu nome,

se e na medida em que tais dados e materiais forem necessários para permitir que o subcontratado, em condições razoáveis, fabrique os produtos, forneça os serviços ou execute os trabalhos de acordo com as diretrizes da Ducati.

### **As cláusulas mencionadas são legais sob a lei antitruste se:**

A Ducati permite o uso pelo subcontratado:

- de direitos de propriedade industrial do contratante ou à sua disposição, sob a forma de patentes, modelos de utilidade, desenhos ou modelos protegidos por direitos de autor, desenhos ou modelos registados ou outros direitos, ou
- de conhecimentos secretos ou de processos de fabrico (saber-fazer) do empreiteiro ou de que este disponha, ou
- de estudos, planos ou documentos que acompanhem as informações prestadas e que tenham sido elaborados pelo empreiteiro ou para o empreiteiro, ou
- de matrizes, moldes ou ferramentas e equipamentos acessórios que sejam distintivos do contratante e que, embora não estejam abrangidos por direitos de propriedade industrial nem contenham qualquer elemento de sigilo, permitam o fabrico de produtos que diferem em forma, função ou composição de outros produtos fabricados ou fornecidos no mercado.

### **As cláusulas mencionadas não são legais sob a lei antitruste se:**

- A Ducati fornece informações gerais destinadas exclusivamente à descrição do pedido.
- O subcontratante já dispõe ou pode obter, em condições razoáveis, os conhecimentos e o equipamento necessários para fabricar ele próprio os produtos.



## Em caso de inspeção sem aviso prévio nas instalações da Empresa.

As autoridades antitrust - a Comissão e a AGCM - têm o poder de efectuar inspecções sem aviso prévio nas instalações das empresas, para recolher quaisquer provas de infracção.

Funcionários das autoridades são acompanhados por policiais à paisana da unidade especializada da Guardia di Finanza.

### Poderes de inspeção

De acordo com a legislação em vigor, as autoridades podem:

- (a) a todas as instalações, terrenos e meios de transporte das empresas e associações de empresas;
- (b) verificar os livros e quaisquer outros documentos relacionados à empresa, em qualquer forma de meio;
- (c) fazer ou obter de qualquer forma cópias ou extratos de tais livros ou documentos;
- d) Selar todas as instalações e livros ou documentos da empresa durante a inspecção e na medida do necessário para a sua conclusão;
- e) Solicitar a qualquer representante ou membro do pessoal da empresa ou associação de empresas explicações sobre factos ou documentos relacionados com o objecto e a finalidade da inspecção e registar as respostas.
- f) Aceder a outras instalações e meios de transporte, se existirem motivos razoáveis para suspeitar que aí se conservam livros ou outros registos relacionados com a empresa e o objeto da investigação, **incluindo o paradeiro dos administradores, gerentes e outros membros do pessoal das empresas ou associações de empresas em causa.**

### Direitos e deveres da empresa se sujeitos a inspeção

Direito da Empresa	Deveres da Empresa
<p>A empresa tem o direito de recorrer a um advogado externo para ajudar na inspeção.</p> <p>A empresa pode pedir para verificar o mandado de inspeção (que deve ser por escrito). Uma cópia deste mandado deve ser feita.</p> <p>O mandado deve especificar o objeto e a finalidade da inspeção. A inspeção não incidirá sobre quaisquer documentos, livros, instalações, informações, etc., que não estejam relacionados com esse objeto e finalidade</p>	<p>A empresa é obrigada a se submeter às inspecções e, portanto, deve manter uma atitude de cooperação com os funcionários.</p>



<p>Pessoal:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- não deve assinar nenhuma ata sem antes consultar um advogado externo.</li><li>- deve sempre fazer pelo menos uma cópia de um documento retido pelos funcionários;</li><li>- deve manter um registro escrito do tipo de pesquisas feitas em computadores e as palavras-chave usadas para fazê-lo.</li></ul>	<p>Os funcionários devem:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- permitir o acesso às instalações e outros espaços indicados pelos funcionários;</li><li>- auxiliar os funcionários com quaisquer fotocópias de documentos;</li><li>- permitir o acesso dos funcionários aos computadores, mas as pesquisas desejadas pelos funcionários devem ser realizadas pelo próprio pessoal ou por um especialista em TI da empresa.</li></ul>
<p>A Empresa tem o direito de não se autoincriminar. Por conseguinte, os agentes devem responder às perguntas dos funcionários de forma não reticente, mas não são obrigados a admitir uma infração.</p> <p>Para este tipo de testemunho, o advogado externo deve estar presente.</p>	<p>O pessoal não deve tentar ocultar ou destruir qualquer documento ou outra informação em qualquer suporte em que esteja instalado.</p>
<p>A correspondência entre um advogado externo e a Empresa é normalmente coberta pelo sigilo profissional e, portanto, não deve ser acessível aos funcionários.</p> <p>Se você solicitar acesso a essa correspondência, observe que é uma documentação de privilégio legal.</p>	

### O que fazer, praticamente.

Em caso de inspeções surpresa, é imperativo informar imediatamente o Departamento Jurídico.