



CODICE DI CONDOTTA ANTITRUST

Mondini Cavi S.p.a.

Approvato dal Consiglio di amministrazione

Dicembre 2025

Fin dal 1970, la Società Mondini Cavi ha improntato i rapporti con i clienti, i fornitori, gli amministratori e i dipendenti nel pieno rispetto di un codice di comportamento ispirato alla massima trasparenza e al rispetto delle leggi vigenti per il settore della produzione e distribuzione di cavi elettrici.

Con particolare riferimento alla normativa in materia antitrust, la Società Mondini Cavi opera secondo i principi che tutelano la libera concorrenza e promuove una competizione leale, nel pieno rispetto degli interessi degli altri attori del mercato e dei clienti.

Il rispetto della normativa antitrust, già parte integrante del Codice Etico approvato a gennaio 2006, viene aggiornato dal Consiglio di amministrazione, tramite l'adozione di questo specifico Codice di Condotta Antitrust, sviluppato per garantire la coerenza dei comportamenti alle best practices europee e nazionali e ai più recenti orientamenti espressi dall'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato.

A tal fine, il Codice di Condotta Antitrust si pone come obiettivo il raggiungimento dei seguenti risultati:

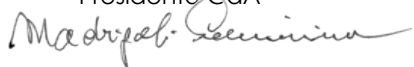
- assicurare il rispetto della normativa antitrust impartendo adeguate indicazioni a chi partecipa ai processi aziendali;
- aumentare una generale consapevolezza circa l'importanza della normativa antitrust e del suo impatto sulle attività aziendali;
- fornire una guida pratica per prevenire comportamenti che violino la normativa antitrust.

Il presente documento, redatto in considerazione delle caratteristiche specifiche della Società Mondini Cavi e rivolto a tutto il personale, con il pieno coinvolgimento dei dirigenti e dei dipendenti, promuove una cultura della concorrenza consapevole e diffusa nel tessuto aziendale, alla luce del contesto di mercato in cui la Società opera.

Il Codice di Condotta Antitrust intende incentivare l'adozione di modelli comportamentali virtuosi a tutti i livelli della Società, affinché l'esercizio dell'attività d'impresa sia guidato da solidi principi etici, che non si limitano a meri adempimenti formali, ma sono atti a prevenire tutte le possibili violazioni della normativa antitrust.

Geminiano Madrigali

Presidente CdA



INDICE

1. Premessa	4
2. Scopo	5
3. Destinatari	5
4. I principi generali della normativa antitrust	6
5. Le fattispecie illecite	6
6. I comportamenti corretti da seguire nelle relazioni commerciali	8
7. Ispezioni e richieste delle autorità	9
8. Le sanzioni	10
9. Attuazione, formazione e aggiornamento	10
10. Allegato: indicazioni operative	12

1. Premessa

La Società Mondini Cavi adotta un Codice di Condotta Antitrust per definire i principi cui tutti i membri di Mondini Cavi sono tenuti a ispirarsi essendo questi i valori fondanti della cultura e della politica aziendale.

La Società orienta le proprie attività nel pieno rispetto dei principi sanciti nel Codice di Condotta Antitrust, nelle normative vigenti nonché negli orientamenti giurisprudenziali più recenti adottati a livello nazionale ed europeo.

La responsabilità di verificare l'applicazione del Codice è attribuita al Consiglio di amministrazione e al Responsabile del programma antitrust designato, i quali curano l'aggiornamento periodico del Codice affinché risulti sempre allineato all'evoluzione del contesto di mercato e in linea con le best practices internazionali.

In caso di incertezze sulla conformità di una determinata condotta al Codice e, più in generale, alla normativa antitrust, la Società Mondini Cavi ha istituito un doppio canale per consentire a tutti di avanzare una segnalazione.

Le segnalazioni per violazioni, per sospette violazioni o per dubbi in merito alla normativa antitrust possono avvenire tramite il sistema di *whistleblowing*, predisposto dalla Società e accessibile dal sito aziendale; o tramite l'indirizzo e-mail dedicato compliance.antitrust@mondini.com, gestito direttamente dal responsabile del programma antitrust.

La Società Mondini Cavi garantisce l'anonimato e la protezione del soggetto segnalante, al fine di assicurargli la necessaria tutela da qualsiasi forma di ritorsione o discriminazione.

La Società garantisce inoltre la protezione di chiunque sollevi dubbi o segnali presunte violazioni della normativa antitrust, anche qualora, al termine delle verifiche, le circostanze segnalate risultino infondate.

Nel rispetto della normativa antitrust, la Società osserva i seguenti principi generali:

- attua la propria politica commerciale in piena autonomia rispetto alle imprese concorrenti attive nel mercato di riferimento;
- opera unicamente sulla base della propria strategia commerciale;
- si oppone a condotte illecite, come intese restrittive della concorrenza, abusi di posizione dominante o scambi di informazioni sensibili con i concorrenti;
- si astiene dal formulare dichiarazioni che possano ledere l'immagine o la reputazione dei concorrenti.

2. Scopo

Il presente Codice di Condotta Antitrust è stato formulato allo scopo di trasmettere una diffusa conoscenza delle tematiche antitrust e una profonda consapevolezza dei rischi antitrust legati all'attività d'impresa, garantendo la piena conformità dell'operato della Società alla normativa nazionale ed europea, a tutela della libera concorrenza di mercato.

Il rispetto della concorrenza è valore essenziale della cultura e della politica aziendale e viene assicurato attraverso l'impegno, continuo e duraturo, dei dirigenti e dei dipendenti all'osservanza del Codice. La Società opera sul mercato in modo trasparente, indipendente e rispettoso delle leggi vigenti, promuovendo una cultura interna di integrità e correttezza.

Ogni dipendente è consapevole dei rischi legati alla propria attività e adotta comportamenti conformi alla normativa antitrust al fine di evitare qualsiasi azione che possa, anche solo potenzialmente, configurare una violazione antitrust.

Il presente Codice è destinato alla prevenzione del rischio anticoncorrenziale e deve essere sempre consultato secondo necessità, unitamente alle altre politiche e procedure aziendali in materia di etica, integrità e concorrenza.

3. Destinatari

Le norme del presente Codice di Condotta Antitrust si applicano ai dirigenti, ai dipendenti, ai collaboratori a vario titolo della Società e, più in generale, a tutti coloro che, direttamente o indirettamente, in modo stabile o temporaneo, hanno relazioni con la Società o si adoperano per il raggiungimento degli obiettivi della stessa.

Tutti i destinatari sono tenuti a conoscere e osservare il Codice, in ottemperanza alle normative nazionali e sovranazionali applicabili in materia di concorrenza.

I dirigenti e i dipendenti promuovono comportamenti conformi alla normativa antitrust e alle norme di settore vigenti, intervenendo tempestivamente in caso di potenziali rischi o violazioni antitrust.

4. I principi generali della normativa antitrust

La normativa antitrust vieta i comportamenti che ostacolano la concorrenza e compromettono la libertà del mercato, ai sensi degli artt. 101 e 102 del Trattato sul Funzionamento Europeo e della Legge n. 287 del 10 ottobre 1990.

In linea con quanto disposto nel codice Etico, la Società riconosce il valore fondante della libera concorrenza e si impegna a evitare atti contrari ad una leale competizione tra imprese.

Gli obiettivi della normativa antitrust sono garantire che i mercati operino secondo logiche concorrenziali e tutelare la libertà d'impresa nonché i consumatori, favorendo l'innovazione e lo sviluppo di una concorrenza basata su prezzi competitivi e prodotti sempre più innovativi.

La disciplina antitrust vieta i comportamenti e le condotte che impediscono o ostacolano la libera concorrenza tra gli operatori attivi nel mercato attraverso operazioni di concentrazione, abusi di posizione dominante o cartelli.

Definire il mercato rilevante del prodotto è fondamentale per valutare l'eventuale illiceità di un comportamento o di una pratica commerciale (nel nostro caso: il mercato rilevante è costituito dai cavi e dai conduttori elettrici di bassa tensione, isolati con materie plastiche e gomma).

5. Le fattispecie illecite

Nel rispetto della normativa antitrust, i destinatari del Codice si impegnano a non porre in essere le seguenti fattispecie illecite:

a) **Intese:** sono vietati accordi o pratiche concordate con concorrenti che possano limitare la concorrenza, l'intesa è infatti l'accordo mediante il quale due o più imprese aderiscono ad una strategia comune che limita, o è idonea a limitare, il loro comportamento autonomo sul mercato.

Ciò include la fissazione congiunta di prezzi o sconti, la ripartizione di mercati o clienti, la limitazione della produzione o lo scambio di informazioni sensibili.

Per intesa non si intende necessariamente un accordo formale ma essa può derivare anche da comportamenti uniformi e concludenti (c.d. pratica concordata).

L'intesa può desumersi da comportamenti concreti come scambi di e-mail o conversazioni tenutesi al telefono, nel corso di una riunione, di un incontro, di un gruppo di lavoro, anche nell'ambito di un'associazione di categoria.

L'intesa può essere verticale, quando interviene tra operatori appartenenti a livelli diversi del processo produttivo, oppure orizzontale, nel caso in cui interviene tra soggetti dello stesso mercato.

Ogni contatto tra concorrenti, anche indiretto, può generare un rischio di violazione delle norme sulla concorrenza, specie laddove esso sia seguito da un comportamento uniforme dei concorrenti stessi sul mercato.

b) **Abuso di posizione dominante:** un'impresa in posizione dominante deve evitare comportamenti che ostacolino la concorrenza, come l'imposizione di condizioni inique o la discriminazione tra clienti.

L'abuso di posizione dominante si compone di due elementi: l'impresa detiene una posizione qualificata come "dominante" sul mercato, in altre parole, ha un potere economico tale da consentirle di ostacolare la concorrenza effettiva sul mercato di riferimento; e ha attuato un comportamento qualificabile come "sfruttamento abusivo" di tale posizione dominante.

La sussistenza di una posizione dominante su un mercato rilevante può essere desunta da vari fattori, tra i quali, un'ingente quota di mercato (superiore al 40%), una differenza notevole tra la quota di mercato di una società e quelle dei suoi concorrenti o un notevole vantaggio tecnologico rispetto ai propri concorrenti.

Un'impresa che detiene una posizione dominante su un mercato è tenuta a non abusarne e a non ostacolare la concorrenza effettiva con le altre imprese attive nel mercato di riferimento.

Il fatto di detenere una posizione dominante su un determinato mercato non è vietato dalla normativa antitrust che ne vieta solo l'abuso.

c) **Controllo delle concentrazioni:** fusioni, acquisizioni o joint venture che superano determinate soglie di mercato devono essere notificate alle autorità competenti prima della loro esecuzione. Le imprese sono tenute a valutare preventivamente ogni

operazione societaria straordinaria per garantire che non produca effetti anticoncorrenziali nel mercato di riferimento.

6. I comportamenti corretti da seguire nelle relazioni commerciali

La Società mantiene relazioni commerciali basate sull'indipendenza e trasparenza. Tutti i rapporti con i concorrenti, i clienti e i fornitori devono rispettare rigorosamente le norme sulla concorrenza.

a) **Rapporti con i concorrenti:** durante gli incontri o le riunioni non devono essere condivise e scambiate informazioni riservate come, a titolo esemplificativo, i dati sui prezzi, sui costi, o sulle strategie commerciali di vendita.

In caso di discussioni inappropriate, è obbligatorio opporsi e abbandonare la riunione, facendo verbalizzare l'uscita.

Inoltre, è severamente vietato concludere accordi aventi ad oggetto la concertazione delle rispettive politiche commerciali che abbiano ad oggetto la fissazione dei prezzi, la ripartizione di clienti, la ripartizione di mercati o la fissazione di volumi di produzione.

b) **Rapporti con i fornitori:** i dipendenti della Società non devono adottare alcuna misura, diretta o indiretta, volta ad imporre ai distributori uno specifico prezzo di rivendita o un prezzo minimo di rivendita che possa limitare la loro libertà commerciale.

Ciò detto, è comunque possibile consigliare ai fornitori un prezzo di rivendita, purché tale raccomandazione non sia accompagnata da pressioni, incentivi o penalizzazioni, dirette o indirette, che vincolino i fornitori nella fissazione dei propri prezzi.

Inoltre, devono essere evitate limitazioni territoriali o suddivisioni di clientela, a titolo esemplificativo, non è consentito alla Società di apporre delle clausole contrattuali o delle penalizzazioni che vietino ai fornitori di vendere i cavi e i conduttori elettrici di bassa tensione in specifici territori o a determinati clienti.

c) **Gestione delle informazioni:** le informazioni sui concorrenti devono provenire solo da fonti pubbliche. La protezione delle informazioni aziendali strategiche è, infatti, essenziale per garantire la libera concorrenza nel mercato di riferimento.

In particolare, al fine di assicurare un confronto concorrenziale tra imprese, durante la partecipazione a riunioni o attività associative, è richiesto di prestare particolare attenzione.

Infatti, in contesti associativi, la concertazione tra diverse imprese può essere indotta o facilitata dallo stesso organismo associativo, quest'ultima espressione della comunanza di interessi tra le imprese che operano in un medesimo settore di mercato.

In tali contesti associativi, il personale della Società è tenuto a valutare preventivamente l'opportunità di prendere parte alle varie iniziative, richiedendo, se ritenuto necessario, l'ordine del giorno, e assicurandosi che non vengano definite condizioni di vendita comuni che possano limitare l'accesso al mercato o imporre comportamenti commerciali uniformi tramite il coordinamento delle condotte.

In caso di dubbi in merito alla compatibilità di specifiche clausole o condotte con la normativa antitrust e con il presente Codice, si raccomanda di contattare preventivamente il responsabile del programma antitrust per verificarne la legittimità.

7. Ispezioni e richieste delle Autorità

Le autorità antitrust possono svolgere indagini o ispezioni anche senza preavviso. In tali circostanze, i dipendenti devono collaborare con gli ispettori, garantendo la massima trasparenza e prontezza.

In caso di ispezione, si raccomanda quanto segue:

- mantenere la calma e la disponibilità necessaria;
- richiedere l'identificazione degli ispettori;
- informare immediatamente il responsabile del programma antitrust;
- verificare che l'Autorità sia munita di un atto autorizzatorio e farsene consegnare una copia;
- non distruggere, modificare o occultare documenti;
- non fornire interpretazioni o opinioni personali;
- rispondere in modo veritiero e completo, limitandosi alle informazioni richieste.

8. Le sanzioni

A seguito di un procedimento, la Commissione europea o l'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato possono accertare una violazione della normativa antitrust e ordinare alle imprese coinvolte di cessare la condotta illecita.

Le Autorità possono altresì irrogare sanzioni pecuniarie e imporre misure correttive per ripristinare la concorrenza effettiva nel mercato di riferimento.

Le sanzioni irrogate possono raggiungere fino al 10% del fatturato mondiale realizzato nell'esercizio precedente alla notificazione della diffida.

L'importo delle sanzioni è determinato in base a vari fattori, tra cui la gravità, la durata e la natura dell'infrazione, tenuto conto di eventuali circostanze aggravanti e/o attenuanti, quali, a titolo esemplificativo, aver svolto un ruolo marginale alla partecipazione dell'infrazione.

Recentemente, sono entrate in vigore le nuove Linee Guida sulla compliance antitrust, adottate con la Delibera AGCM n. 31466 del 25 febbraio 2025, che forniscono alle imprese un orientamento per l'adozione di uno specifico codice di condotta Antitrust, da formularsi in considerazione delle caratteristiche specifiche dell'impresa.

Un efficace codice di condotta antitrust riconosce la concorrenza come valore fondante dell'attività d'impresa ed è destinato alla prevenzione del rischio antitrust, anche tramite sistemi di controllo e tramite il pieno coinvolgimento dei vertici aziendali nella sua attuazione, come realizzato dalla stessa Società Mondini Cavi.

9. Attuazione, formazione e aggiornamento

Essendo la libera concorrenza un valore essenziale della cultura e della politica aziendale, la Società si impegna a mantenere un programma antitrust adeguato, basato sui tre seguenti pilastri:

a) **Formazione:** programmi dedicati a dirigenti e dipendenti per garantire una conoscenza diffusa delle regole di concorrenza e per assicurarne il rispetto.

b) **Prevenzione e monitoraggio:** controlli e audit interni regolari volti a identificare tempestivamente comportamenti suscettibili di violare le regole di concorrenza che possono essere segnalati tramite il sistema di *whistleblowing*, accessibile dal sito aziendale.

c) **Aggiornamento:** monitoraggio periodico del presente Codice in relazione alle possibili evoluzioni normative e giurisprudenziali utili a prevenire i rischi antitrust e migliorare i relativi processi di prevenzione e gestione.

Il Codice entra in vigore dalla data di approvazione del Consiglio di amministrazione.

Ciò comporta che tutti i destinatari devono attenersi scrupolosamente alle disposizioni qui contenute e richiamate. In caso di violazione delle procedure interne ivi richiamate e/o della normativa applicabile nonché nel caso di adozione di azioni discriminatorie sopra-menzionate, sono irrogate nei confronti dei responsabili misure sanzionatorie/disciplinari secondo le modalità previste dal Codice Etico, dalla legge e dagli accordi collettivi e contratti.

Data di approvazione: 5 Dicembre 2025

Approvato da: Consiglio di amministrazione della Società

10. Allegato: indicazioni operative

Si indicano di seguito i comportamenti suggeriti a tutti i destinatari del Codice, nella gestione quotidiana dell'attività professionale, per evitare possibili rischi antitrust.

Intese

Il rischio di essere coinvolti in intese anticoncorrenziali è presente in molteplici occasioni, siano esse formali o informali, in cui ci si confronta con le imprese concorrenti.

NON SI DEVE:

- accordarsi con i concorrenti sui prezzi o sulle singole componenti del prezzo;
- concordare restrizioni alle rispettive strategie commerciali e attività con riferimento a mercati, territori e/o clienti;
- concordare ogni variazione, come la fissazione, l'aumento o la diminuzione della produzione e del valore degli investimenti;
- scambiare informazioni aziendali riservate e confidenziali.

SI DEVE:

- ricordare che un accordo anticoncorrenziale non deve essere necessariamente stipulato in forma scritta o essere vincolante per le parti;
- determinare il prezzo del prodotto in assoluta autonomia dai concorrenti;
- evitare qualsiasi contatto che comporti uno scambio diretto o indiretto di informazioni commerciali sensibili attinenti alle attività della Società;
- valutare la natura sensibile delle informazioni dal punto di vista antitrust e l'eventuale legittimità di determinati scambi di informazioni con l'ausilio del responsabile antitrust;
- prima di prendere parte a qualsiasi riunione, comitato, gruppo di lavoro o tavolo cui partecipino anche imprese concorrenti, verificare attentamente che l'o.d.g. sia conforme al diritto antitrust, consultando preventivamente il responsabile antitrust in caso di dubbio;
- documentare le fonti delle informazioni acquisite legittimamente, tramite ad esempio il rapporto con i fornitori, annotando data di acquisizione ed origine dell'informazione, onde, all'evenienza, poter dimostrare che il possesso di certi dati non deriva da contatti illeciti tenuti con i concorrenti.

Scambio di informazioni

Non tutti gli scambi di informazioni tra concorrenti sono di per sé illeciti, pertanto, è necessario valutare, caso per caso, la natura delle informazioni scambiate.

NON SI DEVE:

- condividere informazioni commerciali sensibili con i concorrenti, come i prezzi, gli sconti, i margini di profitto, i costi di produzione, le quantità prodotte, le strategie di produzione/distribuzione, i programmi di attività e commercializzazione.

SI DEVE:

- rifiutare di discutere argomenti commercialmente sensibili. Se si ricevono informazioni commerciali sensibili tramite e-mail da imprese concorrenti, è necessario rispondere che non si è interessati a riceverle e chiedere al concorrente di cessare tale condotta lesiva della libera concorrenza tra imprese;
- conservare traccia delle discussioni o degli incontri con i concorrenti;
- abbandonare immediatamente le riunioni o gli incontri aventi ad oggetto discussioni illecite.

Partecipazione ad una gara

La limitazione della libera concorrenza può avvenire tramite l'alterazione del confronto competitivo nelle gare, pubbliche o private (c.d. *big rigging*) la cui finalità è proprio quella di garantire il più ampio confronto competitivo.

NON SI DEVE:

- condividere o fornire informazioni di ogni genere sulla propria offerta ai concorrenti;
- discutere e/o concordare con i concorrenti la fissazione del prezzo e/o le specifiche tecniche dell'offerta;
- concordare con i concorrenti strategie per ripartire i singoli lotti oggetto di gara (a titolo esemplificativo, ciò avviene non presentando nessuna offerta o presentando offerte di comodo o fittizie);
- discutere con le altre imprese che partecipano ad una gara in merito alle condizioni tecniche ed economiche delle offerte da presentare.

SI DEVE:

- formulare la propria offerta in maniera indipendente basandosi su fonti di informazione lecite;
- conservare tutti i documenti che provano che la strategia di gara risponda a ragioni (economico-finanziarie, organizzative, operative) obiettive e autonomamente individuate e che l'offerta presentata sia orientata ai costi sostenuti.

Abuso di posizione dominante

Come rappresentato nel Codice, il fatto di detenere una posizione dominante su un determinato mercato non è vietato dalla normativa antitrust che ne vieta solo l'abuso.

In tal senso, è necessario specificare la Società non detiene una posizione dominante sul mercato in cui opera.

Di conseguenza, non avendo la Società una posizione dominante, non può neppure configurarsi l'illecito antitrust relativo al suo abuso.

Per effettuare segnalazioni in merito a condotte sospette o presunte violazioni del Codice, si rinvia al sistema di *whistleblowing*, predisposto dalla Società e accessibile dal sito aziendale; o all'indirizzo e-mail dedicato compliance.antitrust@mondini.com, gestito direttamente dal responsabile del programma antitrust.