

Política de Defesa da Concorrência

Data de aprovação: 10/06/2024	Data de Validade: 10/06/2027
Elaborador: Compliance Officer	Aprovador: Conselho de Administração
DocuSigned by: 3CCFF5C2E73480...	DocuSigned by: 2924FCEF5366409...

1. Objetivo:

Esta Política de Defesa da Concorrência (“Política”) visa estabelecer diretrizes para a conformidade da Localiza Rent A Car S.A., suas subsidiárias e controladas (“Localiza”), com a Lei de Defesa da Concorrência (Lei 12.529/2011), buscando evitar a adoção de Condutas Anticompetitivas.

2. Público-alvo e abrangência:

Esta Política aplica-se aos Administradores e Colaboradores da Localiza, independentemente da sua posição hierárquica, além de todos os nossos Franqueados. Ela serve também como orientação, sempre que possível, aos nossos Parceiros e Fornecedores, no Brasil e no exterior.

3. Diretrizes:

A Localiza é uma empresa comprometida com a Livre Concorrência e as melhores práticas concorrenciais, de modo que não serão toleradas condutas que infrinjam a Lei de Defesa da Concorrência, sobretudo as que envolvam contatos indevidos com concorrentes.

Os contatos por qualquer meio de comunicação com concorrentes que também sejam Fornecedores, Parceiros ou clientes da Localiza devem se limitar à exata medida necessária para viabilizar a relação comercial legítima, tais como contrato de fornecimento e contrato de compra e venda. Não são permitidos contatos que versem sobre variáveis competitivas ou que tratem de questões comerciais da linha de negócios concorrentes.

Ao se comunicar com concorrentes, verbalmente ou por escrito, incluindo e-mails ou trocas de mensagens por aplicativo, evite o uso de expressões ambíguas que podem ser interpretadas como indício de prática ilícita, como troca anticompetitiva de informações, combinação de preço ou divisão de mercado ou de clientes.

3.1 Condutas proibidas:

As Condutas Anticompetitivas mais comuns - e proibidas pela Localiza - são cartéis e troca de informações sensíveis entre concorrentes, venda casada e fixação de preço de revenda.

Os Administradores, Colaboradores e Franqueados não podem discutir, sob qualquer pretexto, negociar, ou de qualquer forma combinar com concorrentes acordos (explícitos ou tácitos) sobre variáveis competitivas (preços, reajustes e descontos, divisão territorial, divisão de clientes e serviços, participação em licitações, recusa de negociar/contratar com clientes e fornecedores).

Também são proibidas práticas que envolvam a troca de informações concorrencialmente sensíveis entre concorrentes, exceto no contexto de legítimas negociações de operações de aquisição, fusão, joint-venture ou outros contratos, quando deve haver governança específica para o intercâmbio de informações. Ainda que não compreendam um acordo explícito para fixar condições comerciais, a mera troca de informações concorrencialmente sensíveis pode levar à redução dos incentivos à rivalidade e à facilitação de coordenação entre concorrentes.

De modo geral, são consideradas concorrencialmente sensíveis as informações específicas, confidenciais, contemporâneas e que envolvam variáveis concorrencialmente relevantes, como as seguintes, que não podem ser recebidas, repassadas ou trocadas pela Localiza com concorrentes:

- ❖ Preços e descontos;
- ❖ Estratégias comerciais (atuais ou futuras);
- ❖ Nível de capacidade e planos de expansão;
- ❖ Estratégia de marketing;
- ❖ Volume de vendas;
- ❖ Receitas e custos;
- ❖ Clientes;
- ❖ Salários de funcionários;
- ❖ Fornecedores e termos contratuais;
- ❖ Informações não públicas sobre P&D; e
- ❖ Estratégia competitiva.

São ilegais e proibidas pela Localiza as condutas praticadas unilateralmente por empresa que detenha Posição Dominante no mercado que atuam ou abusa de seu poder econômico, levando a uma restrição substancial da concorrência. Nesse sentido, a Localiza deve ter cautela na formulação de práticas comerciais nos mercados em que detenha Posição Dominante, a fim de evitar questionamentos quanto à sua regularidade concorrencial. São exemplos de condutas unilaterais que podem causar questionamentos de ordem concorrencial a venda casada e a fixação

de preço de revenda. Vale ressaltar que a sugestão de preços aos Franqueados, sem bônus ou sanções atreladas ao cumprimento da sugestão, é admitida.

3.2 Associações de classe:

A Localiza reconhece a importância das associações de classe na defesa dos interesses legítimos do setor. No entanto, por favorecerem o encontro entre concorrentes, as associações podem servir de foro para discussões ilícitas entre concorrentes. Sendo assim, a participação requerer cuidados para que se evitem discussões ilegítimas entre concorrentes ou normas de autorregulação e padronização que podem resultar em limitações à concorrência.

Os seguintes temas são usualmente permitidos no âmbito de associações de classe:

- ❖ Preocupações comuns de natureza ambiental;
- ❖ Questões tributárias;
- ❖ Leis que impactam o setor de forma geral;
- ❖ Tendências econômicas do setor (sem dados específicos das empresas);
- ❖ Políticas públicas associadas ao setor;
- ❖ Normas técnicas;
- ❖ Questões trabalhistas.

Previamente às reuniões entre membros da associação de classe, deve ser enviada aos participantes agenda contendo todos os temas a serem discutidos. Posteriormente à reunião, deve ser elaborada ata e lista de presença das reuniões, circuladas para a aprovação dos participantes.

Durante a reunião, não permita que sejam tratados temas que extrapolam a agenda, especialmente se esses temas envolverem questões comerciais ou concorrencialmente sensíveis. Não participe de reuniões sem antes se certificar de que o assunto a ser tratado é lícito e registre sua saída imediata da reunião caso passem a ser tratados temas concorrencialmente sensíveis (insista no registro de sua saída e discordância).

Não compartilhe informações comercialmente sensíveis ou estratégicas entre concorrentes ou potenciais concorrentes. Apenas compartilhe informações com a associação após se certificar de que ela segue procedimentos adequados de coleta de informação.

Caso haja coleta, análise ou divulgação de dados do setor, devem ser adotadas determinadas cautelas, tais como adoção de mecanismos de coleta que assegurem o sigilo dos dados em relação aos concorrentes, coleta de informações defasadas ou desagregadas e divulgação não restrita às empresas participantes.

Caso sejam elaboradas normas de autorregulação ou padronização, certifique-se de que a norma é justificada pela melhoria da qualidade do produto e/ou serviço, sem que implique favorecimento artificial de determinados concorrentes em detrimento de outros.

3.3 Relação com fornecedores:

Na relação com Fornecedores, devem ser tomados cuidados para evitar o fechamento de mercados de insumo a concorrentes. Além disso, acordos com concorrentes para compras conjuntas devem ser evitados, e apenas implementados após serem examinados previamente pela Diretoria Jurídica.

É permitida a realização de contrato de exclusividade de fornecimento ou com cláusula de nação mais favorecida (“MFN”) para a Localiza quando (i) haja uma justificativa de negócio para além da exclusão de concorrentes (por exemplo, garantir o desenvolvimento de um produto melhor e específico) e (ii) haja fornecedores alternativos disponíveis no mercado.

3.4 Plano de comunicação e treinamento:

A Localiza manterá um plano de treinamento e de comunicação periódico para o público-alvo com intuito de divulgar, conscientizar e reforçar a importância do cumprimento das regras dessa Política e da Lei de Defesa da Concorrência.

Cabe também a todos os líderes propagar aos seus liderados a importância do cumprimento dessa Política.

3.5 Esclarecimento de dúvidas:

Quaisquer situações, exceções e/ou esclarecimentos sobre a aplicação desta Política poderão ser direcionadas para a Diretoria Jurídica ou para a área de Compliance por meio do endereço de e-mail compliance@localiza.com.

3.6 Canal Confidencial:

O Canal Confidencial é a ferramenta disponibilizada pela Localiza para o recebimento de denúncias de descumprimento deste Código de Conduta, das políticas e procedimentos internos da Localiza ou da legislação vigente.

A Localiza não permitirá retaliação de qualquer natureza contra o denunciante de boa-fé e nem contra qualquer pessoa que fornecer informações, documentos ou colaborar no processo de investigação de uma denúncia.

Ninguém deve se omitir quanto ao conhecimento de atos ilícitos ou ações de qualquer Colaborador que possam vir a prejudicar a integridade e a reputação da Localiza.

Para informações adicionais sobre o funcionamento do Canal Confidencial, acesse Procedimento de Denúncias e de Não Retaliação à Denunciantes.

4. Responsabilidades de aplicação:

- ❖ **Conselho de Administração:** responsável pela aprovação desta Política e supervisão de sua aplicação;
- ❖ **Comitê de Auditoria, Riscos e Compliance:** responsável pela supervisão, manutenção e aprovação do plano anual do Programa de Integridade;
- ❖ **Área de Compliance:** execução e reporte para a Administração dos principais pontos e eventuais violações desta Política;
- ❖ **Compliance Officer e Diretoria Jurídica:** esclarecer dúvidas acerca desta Política e das Leis de Defesa da Concorrência;
- ❖ **Administradores e Colaboradores:** devem cumprir com todas as disposições desta Política e assegurar que todos os Franqueados observem o conteúdo dela na execução dos contratos firmados com a Localiza;
- ❖ **Franqueados:** devem cumprir todas as disposições dessa Política.

A adesão é obrigatória para todos os Administradores e Colaboradores.

5. Vigência:

A presente Política entrará em vigor na data de sua aprovação pelo Conselho de Administração e permanecerá válida por 3 (três) anos ou até que haja deliberação em sentido contrário.

6. Histórico de revisões:

Data	Principais alterações
04/09/2020	V1 - Elaboração da Política de Defesa da Concorrência.
03/05/2021	V2 - Revisão da Política de Defesa da Concorrência.
10/06/2024	V3 - Revisão da Política de Defesa da Concorrência.

7. Referências:

Categoria	Descrição
Código de Conduta	❖ Código de Conduta- Nosso jeito de ser e agir Localiza&Co.
Procedimentos	❖ Procedimento de Denúncias e de Não Retaliação à Denunciantes.

8. Definições e conceitos:

Termo	Definição
Abuso de posição dominante	Ocorre quando o agente econômico que possui Posição Dominante abusa de seu poder de mercado para criar distorções competitivas a seu favor, como a criação de limitações substanciais ao acesso de concorrentes a canais de distribuição, matéria-prima ou insumo essencial, criação de barreiras artificiais à entrada de concorrentes, entre outros.
Administradores	Membros do Conselho de Administração, do Conselho Fiscal, dos Comitês de Assessoramento ao Conselho de Administração e da Diretoria Executiva.
Colaboradores	Empregados e estagiários, no Brasil ou no exterior.
Conduta Anticompetitiva	Qualquer prática adotada por um agente econômico que possa causar danos à Livre Concorrência, mesmo que não haja essa intenção. A conduta é considerada ilícita quando sua adoção possa acarretar os seguintes efeitos: limitar, falsear ou de qualquer forma prejudicar a livre concorrência, aumentar arbitrariamente os lucros do agente econômico, dominar mercado relevante de bens ou serviços ou quando exercer poder de mercado de forma abusiva.
Fornecedores	Toda pessoa física ou jurídica que forneça material ou serviço para a Localiza, além de empresas contratadas cujos empregados prestam serviços nas instalações da Localiza.
Franqueados	Pessoa jurídica que tenha celebrado e opere um contrato de franquia empresarial da Localiza.
Livre Concorrência	O princípio da livre concorrência baseia-se no pressuposto de que a concorrência deve prevalecer e não pode ser restringida por agentes de mercado. Em um mercado em que há concorrência, as empresas precisam buscar constantemente formas de obter ganhos de eficiência e tendem a praticar preços nos menores níveis possíveis e ofertar produtos e serviços de qualidade, o que beneficia aos consumidores. A livre concorrência garante preços baixos para os consumidores e o estímulo à criatividade e inovação nas empresas.
Parceiros	Pessoas físicas ou jurídicas com as quais a Localiza mantenha relação formalizada por meio de acordos, convênios, termos de cooperação ou instrumentos análogos, que não sejam Fornecedores nem Franqueados.
Posição Dominante	A posição dominante pode ser presumida se a empresa: (i) é capaz de alterar as condições de mercado unilateralmente ou de forma coordenada; ou (ii) controla 20% ou mais do mercado relevante.