

Comunicazione riguardante la valutazione degli accordi verticali alla luce delle disposizioni in materia di concorrenza¹

Decisione della Commissione della concorrenza del 2 luglio 2007

Considerate le ragioni illustrate di seguito, la Commissione della concorrenza pubblica la presente comunicazione:

- I. Ai sensi dell'articolo 6 della legge federale sui cartelli e altre limitazioni della concorrenza (LCart; RS 251), la Commissione della concorrenza può descrivere nelle comunicazioni le esigenze in virtù delle quali gli accordi in materia di concorrenza vengono di norma considerati giustificati da motivi di efficienza economica giusta l'articolo 5 capoverso 2 LCart. Applicando per analogia l'articolo 6 LCart, la Comco può pubblicare nelle comunicazioni anche altri principi riguardanti l'applicazione della legge, quando sussiste il bisogno di una maggiore certezza del diritto.
- II. Gli accordi verticali possono aumentare l'efficienza economica all'interno di una catena di produzione o distribuzione, poiché permettono un migliore coordinamento tra le imprese interessate. In particolare, possono ridurre i costi di transazione e distribuzione delle parti e ottimizzarne la cifra d'affari e gli investimenti.
- III. Se si prescinde da determinati tipi di limitazioni che intralciano notevolmente la concorrenza, la probabilità che tali effetti di aumento dell'efficienza prevalgano sugli eventuali effetti anticoncorrenziali delle limitazioni causate dagli accordi verticali dipende dal potere di mercato delle imprese interessate e, di conseguenza, dall'intensità della concorrenza esercitata dai fornitori di diverse marche (concorrenza «interbrand»).
- IV. Nel 2003, nel quadro della revisione della LCart, sono state inserite, con l'articolo 5 capoverso 4 LCart, nuove fattispecie allo scopo di impedire imposizioni di prezzi di rivendita e compartimentazioni del mercato svizzero e di promuovere la concorrenza sul mercato interno. Secondo l'articolo 5 capoverso 4 LCart, la soppressione della concorrenza è presunta nel caso in cui si convengono prezzi minimi o fissi (imposizione di prezzi di rivendita) o se si prevedono clausole che escludono determinate zone e stabiliscono un divieto della vendita passiva a commercianti o a clienti finali. Nell'articolo 5 capoverso 4 LCart rientrano anche le imposizioni di prezzi di rivendita sotto forma di raccomandazioni di prezzo (cif. 10 (1) e cif. 11).
- V. Con la presente comunicazione, la Commissione della concorrenza rende noti i criteri secondo cui valuterà la presunzione della soppressione di una concorrenza efficace ai sensi dell'articolo 5 capoverso 4 LCart e l'incidenza dell'intralcio alla luce dell'articolo 5 capoverso 1 LCart².
- VI. La cifra 10 (2) concretizza la confutazione della presunzione secondo l'articolo 5 capoverso 4 LCart come segue: la presunzione della soppressione della concorrenza non può essere confutata mediante la semplice prova dell'esistenza di una concorrenza «interbrand». I motivi di questa asserzione sono i seguenti: in primo luogo si tratta di una norma che corrisponde alla

¹ Fa fede il testo che verrà pubblicato nel Foglio federale.

² Cfr. lo schema per la valutazione degli accordi verticali che si trova in appendice.

volontà del legislatore espressa durante i dibattiti parlamentari³. In secondo luogo, per quanto riguarda le fattispecie previste all'articolo 5 capoverso 4 LCart, la Commissione della concorrenza parte dal presupposto che gli effetti che in tale ambito intralciano la concorrenza prevalgano sugli effetti che aumentano l'efficienza. In terzo luogo, questo approccio corrisponde alla prassi seguita dalle autorità europee in materia di concorrenza, che in particolare vieta per principio le imposizioni di prezzi di rivendita e le clausole che escludono determinate zone.

- VII. La cifra 12 illustra quali accordi vengono considerati tali da intralciare notevolmente la concorrenza, indipendentemente dalla quota di mercato detenuta dai partecipanti. Conformemente alla cifra 14, l'incidenza dell'intralcio alla concorrenza – ad eccezione degli accordi previsti secondo la cifra 13 – deve essere verificata nei singoli casi per quanto riguarda tutti gli altri accordi.
- VIII. La cifra 13 mette in evidenza il fatto che, di regola, non esiste una notevole limitazione della concorrenza nel caso in cui non venga superata la soglia della quota di mercato del 15 per cento e se l'accordo in questione non ha un effetto cumulativo con altri accordi sul mercato (casi di importanza minore). Se, invece, la soglia della quota di mercato del 15 per cento viene superata o se l'accordo ha un effetto cumulativo con altri accordi sul mercato, l'intralcio alla concorrenza viene esaminato nei singoli casi.
- IX. Se la presunzione della soppressione di una concorrenza efficace può essere confutata ed esiste un accordo che rappresenta un notevole intralcio alla concorrenza, occorre esaminare se la limitazione alla concorrenza può essere giustificata da motivi di efficienza economica. Alla cifra 15 sono descritte le esigenze in virtù delle quali gli accordi verticali in materia di concorrenza vengono di norma considerati giustificati da motivi di efficienza economica giusta l'articolo 5 capoverso 2 LCart. Se non vi sono motivi di efficienza, l'accordo è illecito. Se la concorrenza efficace secondo l'articolo 5 capoverso 4 LCart viene soppressa, non è possibile far valere motivi di efficienza economica.
- X. La cifra 9 (2) esprime il fatto che gli accordi in materia di concorrenza a cui partecipano microimprese, ai sensi della comunicazione relativa agli accordi con effetto limitato sul mercato del 19 dicembre 2005 (Comunicazione PMI⁴), intralciano notevolmente la concorrenza soltanto nei casi contemplati dall'articolo 5 capoverso 4 LCart.
- XI. La presente comunicazione si basa sul Regolamento (CE) n. 2790/1999 della Commissione del 22 dicembre 1999 relativo all'applicazione dell'articolo 81, paragrafo 3, del trattato CE a categorie di accordi verticali e pratiche concordate (GU 1999 L 336/21) nonché sulla Comunicazione della Commissione concernente le linee direttrici sulle restrizioni verticali (GU 2000 C 291/1). Essa tiene conto delle condizioni giuridiche ed economiche esistenti in Svizzera.

³ Cfr. i comunicati stampa della CET-S e della CET-N del 31 gennaio 2003 risp. del 30 aprile 2003 concernenti gli accordi verticali secondo l'articolo 5 capoverso 4 LCart, consultabili al seguente indirizzo: www.parlamento.ch [2 luglio 2007].

⁴ Consultabile al seguente indirizzo: www.comco.ch.

XII. La presente comunicazione non vincola i tribunali civili, il Tribunale amministrativo federale e il Tribunale federale nell'interpretazione delle disposizioni del diritto in materia di cartelli.

A. Definizioni

Cifra 1 Accordi verticali in materia di concorrenza

Per accordi verticali in materia di concorrenza si intendono le convenzioni con o senza forza obbligatoria e le pratiche concordate (cfr. articolo 4 capoverso 1 LCart) da imprese di livello economico diverso riguardanti le condizioni commerciali alle quali le imprese partecipanti possono acquistare, vendere o rivendere determinati beni o servizi.

Cifra 2 Vendite attive

Il contatto attivo con singoli clienti (clienti finali o rivenditori) all'interno di una determinata zona o con singoli membri di un gruppo di clienti che sono riservati al fornitore o sono attribuiti esclusivamente dal fornitore a un altro rivenditore.

Cifra 3 Vendite passive

Il fatto di soddisfare richieste di ordinazioni non sollecitate di singoli clienti (clienti finali o rivenditori) residenti in una determinata zona o di singoli membri di un gruppo di clienti che sono riservati al fornitore o sono attribuiti esclusivamente dal fornitore a un altro rivenditore, vale a dire la consegna di beni o la prestazione di servizi a tali clienti.

Cifra 4 Sistemi di distribuzione selettiva

(1) In generale

Si tratta di convenzioni tra il fornitore e il commerciante secondo cui:

- i. il fornitore è autorizzato a vendere i beni o i servizi oggetto della convenzione unicamente a commercianti scelti in base a criteri predefiniti (commercianti autorizzati) e
- ii. tali commercianti si impegnano a non vendere i beni o i servizi in questione a commercianti non autorizzati alla distribuzione.

(2) Distribuzione selettiva puramente qualitativa

Sistema di distribuzione in cui la scelta dei commercianti avviene esclusivamente in base a criteri qualitativi oggettivi richiesti dal genere del prodotto in questione, come la formazione del personale di vendita, il servizio fornito nel punto di vendita o un determinato assortimento dei prodotti offerti.

Cifra 5 Forniture incrociate

Le forniture reciproche tra commercianti che operano a livelli economici identici o diversi all'interno di un sistema di distribuzione selettiva.

Cifra 6 Clausole di non concorrenza

Tutti gli obblighi diretti o indiretti che inducono l'acquirente a non fabbricare, acquistare, vendere o rivendere beni o servizi che sono in concorrenza con i beni o i servizi oggetto della convenzione. Inoltre ogni obbligo diretto o indiretto che impone all'acquirente di acquistare dal fornitore o da un'altra impresa designata dal fornitore più dell'80 per cento dei suoi acquisti annui in beni o servizi oggetto della convenzione nonché in beni e servizi sostituibili sul mercato determinante, calcolati basandosi sul valore degli acquisti che ha effettuato nel corso dell'anno civile precedente.

Cifra 7 Know-how

Un insieme di conoscenze pratiche non brevettate che risultano dall'esperienza del fornitore, testate da quest'ultimo, e che sono:

- i. segrete, vale a dire che non sono generalmente conosciute o facilmente accessibili;
- ii. sostanziali, vale a dire che devono essere indispensabili per l'utilizzazione, la vendita o la rivendita dei beni o dei servizi oggetto della convenzione; e
- iii. identificate, vale a dire che devono essere descritte in modo sufficientemente completo per permettere di verificare che adempiano le condizioni di segretezza e sostanzialità.

B. Regole

Cifra 8 Campo d'applicazione

(1) La presente comunicazione è applicabile agli accordi verticali in materia di concorrenza.

(2) L'applicazione della presente comunicazione non esclude che una fattispecie costituisca, del tutto o in parte, un accordo orizzontale in materia di concorrenza secondo l'articolo 5 capoverso 3 LCart o sia prevista dall'articolo 7 LCart. In tal caso questa fattispecie deve essere esaminata, indipendentemente dalla presente comunicazione, secondo le pertinenti disposizioni della legge sui cartelli.

(3) La presente comunicazione non si applica agli accordi verticali che contengono disposizioni concernenti la cessione all'acquirente o l'utilizzazione da parte dell'acquirente di diritti di proprietà intellettuale, a condizione che queste disposizioni costituiscano l'oggetto principale di tali accordi e che non si riferiscano direttamente all'utilizzazione, alla vendita o alla rivendita di beni o servizi da parte dell'acquirente o dei suoi clienti.

(4) Gli accordi che hanno quale oggetto un sistema di distribuzione selettiva puramente qualitativo non rientrano in linea di massima nel campo d'applicazione della presente comunicazione, mancando un notevole intralcio alla concorrenza, nella misura in cui sono soddisfatte tre condizioni cumulative:

- i. la natura del prodotto in questione deve necessitare di un sistema di distribuzione selettiva: ciò significa che un tale sistema deve costituire un'esigenza

legittima rispetto alla natura del prodotto in questione allo scopo di preservarne la qualità e garantirne il corretto uso;

- ii. i rivenditori devono essere scelti in base a criteri oggettivi di tipo qualitativo. Tali criteri devono essere stabiliti in modo uniforme e applicati in modo non discriminatorio;
- iii. i criteri definiti non devono andare al di là di ciò che è necessario.

Cifra 9 Relazioni con altre comunicazioni

(1) La comunicazione relativa alla valutazione dei cartelli verticali nel settore della distribuzione di automobili del 21 ottobre 2002 (Comunicazione Automobili⁵) prevale sulla presente comunicazione. Nella misura in cui la Comunicazione Automobili non si esprime, si applicano le prescrizioni della presente comunicazione.

(2) La presente comunicazione prevale, in linea di massima, sulla Comunicazione PMI. Fa eccezione la cifra 5 lettera b della Comunicazione PMI concernente le microimprese.

Cifra 10 Presunzioni di illiceità

(1) Nel caso degli accordi verticali in materia di concorrenza si presume che vi sia soppressione della concorrenza secondo l'articolo 5 capoverso 4 LCart quando essi hanno per oggetto:

- a. la determinazione di prezzi minimi o fissi. Questa disposizione vale anche per gli accordi in materia di concorrenza sotto forma di raccomandazioni concernenti il rispetto dei prezzi minimi o fissi;
- b. l'assegnazione di zone, per quanto vi si escludano vendite da parte di distributori esterni (divieto di vendite passive a commercianti o a clienti finali).

(2) La presunzione della soppressione della concorrenza non può essere confutata mediante la semplice prova dell'esistenza di una concorrenza tra i fornitori delle diverse marche (concorrenza «interbrand»).

(3) Anche se la presunzione viene confutata, gli accordi verticali in materia di concorrenza menzionati nella cifra 10 (1) intralciano notevolmente la concorrenza ai sensi dell'articolo 5 capoverso 1 LCart.

Cifra 11 Raccomandazioni di prezzo da parte di produttori e fornitori

(1) In caso di raccomandazioni di prezzo rivolte dai produttori o fornitori ai rivenditori o commercianti, occorre esaminare nei singoli casi se esiste un accordo illecito in materia di concorrenza ai sensi dell'articolo 5 LCart.

(2) In tale valutazione occorre in particolare esaminare se:

- a. le raccomandazioni di prezzo non sono rilasciate in modo generalmente accessibile, ma emanate soltanto all'attenzione dei rivenditori o dei commercianti;
- b. le raccomandazioni di prezzo sono accompagnate da varie pressioni sui commercianti o da incentivi specifici per farle rispettare;

⁵ Consultabile al seguente indirizzo: www.comco.ch.

- c. le raccomandazioni di prezzo in franchi svizzeri, indicate dai produttori o dai fornitori sui prodotti, sugli imballaggi o nei cataloghi ecc., non sono espressamente designate come non vincolanti;
- d. il livello del prezzo dei prodotti interessati dalle raccomandazioni di prezzo – in caso di prestazioni comparabili – è nettamente più elevato rispetto ai paesi limitrofi;
- e. le raccomandazioni di prezzo vengono effettivamente seguite da una parte importante dei rivenditori o dei commercianti.

Cifra 12 Notevole intralcio alla concorrenza in funzione dell'oggetto dell'accordo

Gli accordi verticali in materia di concorrenza intralciano notevolmente la concorrenza ai sensi dell'articolo 5 capoverso 1 LCart quando:

- a. fissano direttamente o indirettamente prezzi minimi o fissi per la rivendita;
- b. limitano direttamente o indirettamente l'area geografica di smercio o la cerchia di clienti per la rivendita. Non esiste tuttavia un notevole intralcio alla concorrenza in funzione dell'oggetto dell'accordo se le disposizioni previste:
 - i. limitano le vendite attive a zone esclusive o a gruppi di clienti che il fornitore riserva per se stesso o concede esclusivamente a un altro acquirente, a condizione che le vendite passive siano possibili senza restrizioni;
 - ii. limitano le vendite dirette da parte dei grossisti ai consumatori finali;
 - iii. limitano le vendite da parte dei membri di un sistema di distribuzione selettiva ai commercianti non ammessi;
 - iv. limitano la facoltà dell'acquirente di rivendere le componenti, che il fornitore gli ha consegnato per essere integrate in altri prodotti, a terzi che le utilizzano per la fabbricazione di prodotti concorrenti.
- c. limitano le vendite attive o passive ai consumatori finali, nella misura in cui questa limitazione venga imposta ai commercianti nell'ambito di un sistema di distribuzione selettiva che operano in qualità di dettaglianti sul mercato;
- d. limitano le forniture incrociate tra commercianti nell'ambito di un sistema di distribuzione selettiva, anche se essi operano a livelli diversi di mercato;
- e. impediscono ai fornitori di consegnare componenti, rispettivamente pezzi di ricambio, a terzi (consumatori finali, officine di riparazione ecc.) che non sono commercianti partecipanti all'accordo;
- f. contengono clausole di non concorrenza per una durata indeterminata o per un periodo superiore a cinque anni. Questa limitazione della durata a cinque anni non è tuttavia applicabile se i beni o i servizi oggetto della convenzione sono venduti dall'acquirente nei locali e sui terreni del venditore (proprietà o locazione/affitto);
- g. contengono clausole di non concorrenza per un periodo superiore a un anno dopo la scadenza dell'accordo verticale. Questa disposizione non è applicabile se l'obbligo di non concorrenza:
 - i. si riferisce a beni o a servizi che sono in concorrenza con i beni o i servizi oggetto della convenzione;

- ii. si limita ai locali e ai terreni a partire dai quali l'acquirente ha operato per tutta la durata del contratto; e
- iii. è indispensabile per proteggere un know-how trasferito dal fornitore all'acquirente.

Rimane possibile imporre, per una durata indeterminata, una restrizione all'utilizzazione e alla divulgazione di know-how che non è stato reso noto pubblicamente;

- h. limitano la distribuzione di più marche in sistemi di distribuzione selettiva proibendo la vendita di prodotti di determinati fornitori concorrenti.

Cifra 13 Scarso intralcio alla concorrenza in funzione delle quote di mercato

(1) Gli accordi verticali in materia di concorrenza che non sono contemplati nelle cifre 10 (3) o 12 non costituiscono di regola un notevole intralcio alla concorrenza se nessuna impresa che partecipa a un tale accordo detiene una quota di mercato superiore al 15 per cento su un mercato toccato dall'accordo stesso.

(2) Se la concorrenza sul mercato determinante è limitata dagli effetti cumulativi di svariate reti di distribuzione verticali, simili e funzionanti parallelamente, la soglia della quota di mercato menzionata nella cifra 13 (1) viene abbassata al 5 per cento. In generale non esiste alcun effetto cumulativo di esclusione se meno del 30 per cento del mercato determinante è coperto da reti di distribuzione verticali simili e funzionanti parallelamente.

Cifra 14 Notevole intralcio alla concorrenza nei singoli casi

Per tutti gli altri accordi e per le eccezioni menzionate nella cifra 12, occorre verificare nei singoli casi l'incidenza dell'intralcio alla concorrenza. Ciò vale in particolare per i contratti di distribuzione selettiva che non soddisfano le condizioni di cui alla cifra 8 (4).

Cifra 15 Giustificazione

(1) Se esiste un accordo che rappresenta un notevole intralcio alla concorrenza, occorre esaminare se è considerato giustificato secondo l'articolo 5 capoverso 2 LCart. Se non sono presenti motivi di efficienza economica, l'accordo è illecito.

(2) Di regola, gli accordi sono considerati giustificati senza un esame dei singoli casi se la quota di mercato detenuta dal fornitore sul mercato determinante, sul quale egli vende i beni o i servizi oggetto della convenzione, non supera il 30 per cento. Fanno eccezione a questa regola gli accordi di cui alla cifra 12 e gli accordi che, sommati ad altri accordi, hanno conseguenze sul mercato che intralciano notevolmente la concorrenza.

(3) Gli accordi che intralciano notevolmente la concorrenza e che non sono contemplati nella cifra 15 (2) sono sottoposti a un esame nei singoli casi. Esiste un motivo giustificativo quando un accordo aumenta l'efficienza economica conformemente all'articolo 5 capoverso 2 LCart – per esempio mediante un'organizzazione più efficace della rete di distribuzione nel senso di un miglioramento dei prodotti o dei processi di fabbricazione oppure di una riduzione dei costi di distribuzione – e quando la restrizione alla concorrenza è necessaria a tale scopo.

(4) Le imprese possono far valere in particolare, nell'ambito dei motivi di efficienza economica menzionati all'articolo 5 capoverso 2 LCart, le giustificazioni seguenti:

- a. la protezione limitata nel tempo degli investimenti necessari alla penetrazione di nuovi mercati geografici o di nuovi mercati dei prodotti;
- b. la necessità di garantire l'uniformità e la qualità dei prodotti contrattuali;
- c. la protezione degli investimenti specifici a una relazione commerciale, che non potrebbero essere realizzati in mancanza di clausole contrattuali o lo sarebbero soltanto rischiando perdite considerevoli (problema della rinuncia a certi investimenti o hold-up);
- d. il fatto di evitare misure di promozione delle vendite che risulterebbero inefficienti a causa del loro basso livello (p. es. servizi di consulenza alla clientela), che possono verificarsi se un produttore o un rivenditore ha la possibilità di approfittare degli sforzi promozionali di un altro produttore o rivenditore (problema del parassitismo);
- e. il fatto di evitare l'imposizione di un doppio aumento di prezzo, che può verificarsi quando il produttore e il commerciante dispongono di una posizione dominante sul mercato (problema della doppia marginalizzazione);
- f. la promozione del trasferimento di know-how essenziale;
- g. la garanzia di impegni finanziari (p. es. mutui) che non possono essere forniti dal mercato dei capitali.

Cifra 16 Pubblicazione

La presente comunicazione viene pubblicata nel Foglio federale (articolo 6 capoverso 3 LCart).

Cifra 17 Abrogazione della comunicazione precedente

Con l'entrata in vigore della presente comunicazione è abrogata la comunicazione riguardante la valutazione degli accordi verticali alla luce delle disposizioni in materia di concorrenza del 18 febbraio 2002⁶.

Cifra 18 Entrata in vigore

La presente comunicazione entra in vigore il 1° gennaio 2008.

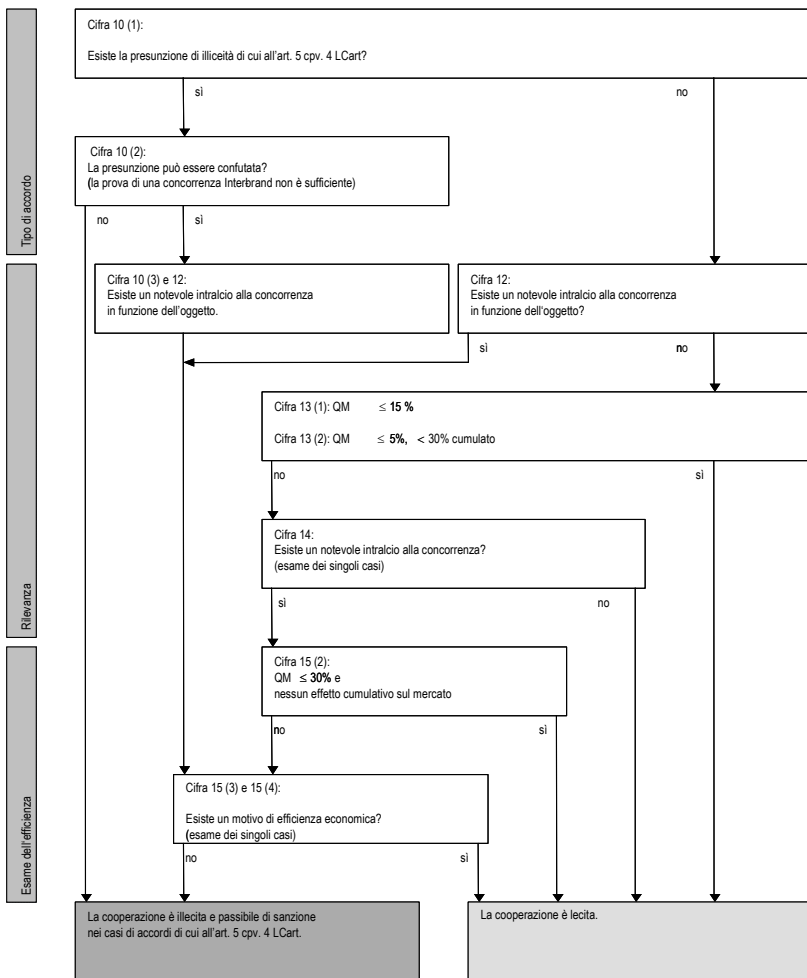
30 ottobre 2007

Segreteria della Commissione della concorrenza

⁶ Consultabile al seguente indirizzo: www.comco.ch.

Appendice:

Schema per la valutazione degli accordi verticali



QM: Quota di mercato