

CASI RECENTI DI PREZZI SUGGERITI AL PUBBLICO SANZIONATI DALL'ANTITRUST PERCHÉ GIUDICATI IN REALTÀ ACCORDI VERTICALI SUI PREZZI



Dall'esame di alcune recenti decisioni delle autorità antitrust europee si possono desumere importanti indicazioni tra ciò che si può fare e ciò che è vietato nel caso di raccomandazione dei prezzi al pubblico.

MAURIZIO IORIO

Dalla partnership tra Marketplace e ANDEC prende vita questa rubrica, curata dall'Avvocato Maurizio Iorio, nel suo duplice ruolo di Avvocato Professionista in Milano e di Presidente di ANDEC. Su ogni numero affronteremo tematiche legali con particolare attenzione al mondo dell'elettronica. Ulteriori approfondimenti sul sito: www.andec.it. Mentre sulla Web page (www.avvocatoiorio.it) è disponibile la rubrica tradotta in inglese e francese.

Il mantenimento dei prezzi - ossia l'accordo tra operatori concorrenti o meno sul prezzo da applicare agli acquirenti, che viene così a essere sottratto dal normale gioco della concorrenza e del mercato - è espressamente vietato sia dalla normativa UE in materia di concorrenza (all'art. 101, comma 1 del Trattato sul funzionamento dell'Unione europea) sia da quella italiana (L. 287/1990, art. 2, comma 2, lettera a). Tale pratica vietata può essere messa

in atto sia a livello orizzontale (tramite accordi tra operatori concorrenti, secondo lo schema orizzontale Produttore-Produttore o Grossista-Grossista) sia a livello verticale (tramite accordi tra operatori posti a diversi livelli della catena commerciale, secondo lo schema, ad esempio, Produttore-Grossista o Grossista-Rivenditore).

In questa sede ci si soffermerà sulle intese verticali.



(1) IL MANTENIMENTO DEI PREZZI NELLE SUE DIVERSE FORME

A tal proposito, il produttore non può perseguire in alcun modo lo scopo di fissare i prezzi né direttamente (ad esempio imponendo ai propri rivenditori tout court un prezzo minimo di vendita, pena ritorsioni di vario tipo), né indirettamente (ad esempio adottando una politica di sconti sui prodotti forniti ai propri rivenditori in cambio dell'adeguamento, da parte di questi ultimi, alla politica di prezzo minimo "suggerito"). Infatti, tali condotte configurano comunque intese verticali vietate ai sensi della predetta normativa, note come Retail Price Maintenance (RPM). In riferimento a tale fenomeno si sono verificati, anche recentemente, casi di violazione che sono stati puntualmente sanzionati in Italia dall' Autorità Garante per la Concorrenza e per il mercato (AGCM) nonché da diverse autorità antitrust di altri Stati Membri.

(2) IL CASO DEGLI SCONTI CONCESSI AI SOLI RIVENDITORI CHE SEGUONO PREZZI "SUGGERITI" E QUELLO DEI PREZZI IMPOSTI TRAMITE UNA VERA E PROPRIA CLAUSOLA CONTRATTUALE

Segnalo anzitutto un provvedimento abbastanza recente dell'AGCM (provvedimento n. 24619 del 20.11.2013 – Rif. 1718) relativo a una società produttrice di integratori alimentari (Enervit), la quale aveva concluso con un proprio rivenditore (un titolare di una farmacia e di un sito Internet) un contratto in base al quale essa si impegnava a riconoscere a quest'ultimo uno sconto extra (pari al 10-20%) sul prezzo dei prodotti forniti, ottenendo in cambio l'adeguamento al prezzo minimo di rivendita "suggerito".

“L'accordo tra operatori concorrenti o meno sul prezzo da applicare agli acquirenti (mantenimento del prezzo) è vietato sia dalla normativa Ue sia da quella italiana”.

In aggiunta, il produttore inviava delle comunicazioni recanti l'invito a “prendere attenta e obiettiva visione del listino ufficiale...” e a mantenere gli sconti al pubblico entro un limite prefissato. Questo è un esempio classico di perseguimento del fine del mantenimento dei prezzi in maniera indiretta attraverso l'adozione di sconti extra sul prezzo dei prodotti forniti al rivenditore per ottenere che quest'ultimo segua il prezzo suggerito.

Il secondo caso italiano che vorrei portare all' attenzione del lettore (provvedimento n. 24577 del 22.10.2013 – Rif. 1766) riguarda un produttore di impianti fotovoltaici che aveva stipulato con il proprio rivenditore un contratto ai sensi del quale “il rivenditore durante la vendita dovrà attenersi rigorosamente ai termini sui prezzi di vendita indicati nel listino prezzi dal produttore...”. Anche in questo caso, al contratto hanno fatto seguito delle comunicazioni con cui i vertici della casa produttrice invitavano i rivenditori a seguire un “mi-

nimum reselling price” così come inserito nelle “price list”. Entrambi i casi sopra ricordati si sono conclusi con l'accettazione, da parte dell'autorità antitrust, di impegni vincolanti da parte delle società indagate a eliminare completamente le violazioni riscontrate.

(3) UK: PREZZO DI RIVENDITA IMPOSTO TRAMITE MINACCIA DI REVOCARE UNA LICENZA SULL' USO DI IMMAGINI PUBBLICITARIE

Nel corso del corrente anno (il 10.05.2016), l'autorità antitrust britannica (n. Case CE/9857-14) ha sanzionato per 2,2 milioni di sterline un produttore di frigoriferi che aveva minacciato di revocare la licenza di utilizzo on-line delle immagini, di cui esso possedeva i diritti esclusivi, a tutti quei distributori che non avessero osservato le «guidelines» per le vendite on-line, comprendenti tra l'altro una clausola di prezzi “raccomandati” al pubblico con cui in realtà si individuava uno sconto massimo vincolante da applicare.

In tal caso, dunque, la clausola sui prezzi minimi “suggeriti” era in realtà obbligatoria, come rileva nella motivazione della sua decisione la Competition Market Authority: “However, despite being described as a ‘recommendation’, the evidence demonstrates that the key objective of Ultra’s online trading guidelines was to prevent resellers from selling or advertising Hudson Reed or Ultra branded products online below the ‘recommended’ online price” (...) “Ultra made it clear to resellers that there would be conse-



quences for failure to comply with the maximum discount, including reducing resellers' wholesale terms and withdrawal of Ultra's permission to use its copyrighted images on resellers' websites".

L'Autorità Britannica si sofferma anche sulla condotta dei distributori, sottolineando come alcuni di essi avessero chiaramente capito che la clausola inserita nelle guidelines rappresentasse in realtà un vincolo sul prezzo minimo di rivendita e vi avevano aderito, configurando così una vera e propria intesa, in quanto tale vietata e sanzionabile ai sensi della normativa antitrust.

(4) FRANCIA : ACCORDI MISTI VERTICALI ED ORIZZONTALI ED EVIDENZE RACCOLTE DALL'ANTITRUST

In un altro recente caso francese (PVG France e Ligne Plus Décision n° 16-D-17), l'Autorité de la concurrence il 21 luglio 2016 ha sanzionato un episodio di condotta anti competitiva che potremmo definire "mista", essendo stati ravvisati sia accordi orizzontali tra due società concorrenti operanti nel settore del legno sia conseguenti intese verticali tra ciascuna di esse e i rispettivi distributori.

Tra le prove raccolte dall'Antitrust francese: la corrispondenza tra le società, la sottoscrizione di un accordo di non «aggressione reciproca», dichiarazioni dei dipendenti delle varie società coinvolte, e-mail interne, agende e persino appunti scritti a mano dai dipendenti e manager coinvolti. In questo caso l'Autorità francese rileva l'esistenza di una comunicazione di un prezzo "suggerito" ed evidenzia che i produttori indagati pongono in essere una vera e propria politica di sorveglianza dei propri distributori a tale prezzo al fine di assicurarsi che il medesimo sia in effetti osservato ("De nombreux éléments au dossier attestent que les produits de marque et premiers prix de PVG France ont fait l'objet d'une communication de prix de vente conseillés à l'intention des distributeurs entre 2005 et 2008 et que PVG France a exercé, durant la même période, une surveillance des prix de revente des distributeurs au moyen, notamment, de la collecte des publicités comportant les prix des produits, des rappels et communications des prix conseillés adressées aux distributeurs"). Il Garante francese rileva anche come alcuni distributori avessero espressamente accettato di seguire tale politica e che diversi di essi avevano addirittura esortato la Casa produttrice a perseguire una politica dei prezzi minimi ancora più aggressiva ("Cer-

“L'antitrust tedesca ha irrogato sanzioni per 150 milioni di euro a fronte di concessione di sconti e altri incentivi ai soli rivenditori che si conformavano ai prezzi suggeriti”.

tains d'entre eux ont explicitement acquiescé à ses demandes et d'autres ont même sollicité PVG France afin qu'il fasse respecter sa politique tarifaire à l'égard de points de vente concurrents.”) e /o che avevano segnalato i rivenditori che non si adeguavano ("Certains distributeurs l'ont sollicité sur le niveau de prix qu'il conviendrait de pratiquer et lui ont également signalé les tarifs «déviants» de points de vente concurrents.”). Queste evidenze sono importanti in quanto attestano l'esistenza di una vera e propria intesa tra produttore e distributori, necessaria per configurare il comportamento vietato e applicare la correlativa sanzione.

La sanzione complessiva, in questo caso, è stata di € 9.013.000.

(5) GERMANIA: SANZIONI PER LA CONCESSIONE DI INCENTIVI AI RIVENDITORI CHE RISPETTANO I PREZZI DI RIVENDITA “SUGGERITI” E RITORSIONI VERSO QUELLI CHE NON LI SEGUONO

Recentemente (giugno 2016) anche l'antitrust tedesca ha concluso alcuni procedimenti aventi ad oggetto l'accertamento di violazioni in tema di mantenimento dei prezzi, arrivando a irrogare sanzioni per un totale di circa 150 milioni di euro a fronte di condotte riconducibili alla concessione di sconti e altri incentivi economici riservati ai soli rivenditori che si conformavano ai prezzi suggeriti, o a fornire a prezzi di vendita particolarmente favorevoli ai rivenditori che ottemperavano ai prezzi raccomandati al pubblico, oppure ancora alla riduzione delle forniture (e talvolta al rifiuto delle stesse) ai rivenditori che non si conformavano ai prezzi suggeriti al pubblico.

