



AUTORITÀ GARANTE
DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

Bollettino

Settimanale

Anno XX - n. 12

Publicato sul sito *www.agcm.it*
il 12 aprile 2010

SOMMARIO

INTESE E ABUSO DI POSIZIONE DOMINANTE	5
A417B - T-LINK/GRANDI NAVI VELOCI	
<i>Provvedimento n. 20902</i>	5
I479B - RIDETERMINAZIONE DELLA SANZIONE-VARIAZIONE DI PREZZO DI ALCUNE MARCHE DI TABACCHI	
<i>Provvedimento n. 20930</i>	7
I700 - PREZZO DEL GPL PER RISCALDAMENTO REGIONE SARDEGNA	
<i>Provvedimento n. 20931</i>	8
I730 - GESTIONE DEI RIFIUTI CARTACEI - COMIECO	
<i>Provvedimento n. 20932</i>	99
OPERAZIONI DI CONCENTRAZIONE	109
C10445 - MAGNOLIA/2 BCOM	
<i>Provvedimento n. 20920</i>	109
C10497 - BASF COATINGS SERVICE ITALY/RAMO DI AZIENDA DI CORRADO BACCETTI	
<i>Provvedimento n. 20922</i>	113
C10498 - ITT/NOVA ANALYTICS	
<i>Provvedimento n. 20923</i>	116
C10500 - DEDAGROUP/ECOS	
<i>Provvedimento n. 20925</i>	120
C10503 - LOTTOMATICA SCOMMESSE/RAMO DI AZIENDA DI IMPRESA INDIVIDUALE	
<i>Provvedimento n. 20927</i>	124
C10504 - ZARA ITALIA/RAMO DI AZIENDA DI GESTIONI COMMERCIALI	
<i>Provvedimento n. 20928</i>	127
C10449 - NUOVA RADIO/IMPIANTO RADIOFONICO DI PRIVERNO	
<i>Provvedimento n. 20939</i>	130
C10469 - MONRADIO/5 IMPIANTI DI RADIODIFFUSIONE DI RADIO PADANIA	
<i>Provvedimento n. 20940</i>	133
C10479 - UNIPOL GRUPPO FINANZIARIO/ARCA VITA	
<i>Provvedimento n. 20941</i>	137
C10485 - BANCA CARIGE - CASSA DI RISPARMIO DI GENOVA E IMPERIA/22 SPORTELLI BANCARI DI MONTE DEI PASCHI DI SIENA	
<i>Provvedimento n. 20942</i>	140
C10502 - VEOLIA WATER SOLUTIONS & TECHNOLOGIES/SIBA	
<i>Provvedimento n. 20943</i>	146
C10506 - FRUTTITAL DISTRIBUZIONE HOLDING/NUOVA BANFRUTTA	
<i>Provvedimento n. 20944</i>	150
C10507 - T.T. HOLDING/R.O.A.R.	
<i>Provvedimento n. 20945</i>	154
C10508 - GEODIS/BSL BERTOLA SERVIZI LOGISTICI	
<i>Provvedimento n. 20946</i>	158
C10509 - BENCOM/RAMO DI AZIENDA DI GIUSEPPE PENCO	
<i>Provvedimento n. 20947</i>	161
C10511 - BENCOM/RAMO DI AZIENDA DI LOOP	
<i>Provvedimento n. 20948</i>	164

C10512 - GIUNTI & MESSAGGERIE/ALTAIR	
<i>Provvedimento n. 20949</i>	167
ATTIVITA' DI SEGNALAZIONE E CONSULTIVA	170
AS672 - COMUNE DI GROTTAMMARE (AP) - DISTRIBUZIONE DEL GAS NATURALE	170
AS673 - COMUNE DI FELTRE (BL) - DISTRIBUZIONE DEL GAS NATURALE	172
PUBBLICITA' INGANNEVOLE E COMPARATIVA	174
PB532 - ELIME-ELENCO DITTE ITALIANE	
<i>Provvedimento n. 20934</i>	174
PRATICHE COMMERCIALI SCORRETTE	180
PS700 - FLDATI	
<i>Provvedimento n. 20907</i>	180
PS3357 - CASAFIN-PUBBLICITÀ FINANZIAMENTI	
<i>Provvedimento n. 20916</i>	187
PS4562 - ACQUA CASTELLINA-NUMERO VERDE	
<i>Provvedimento n. 20918</i>	193
PS415B - KHC-AGENZIA DI RATING ESTERNA - RIDETERMINAZIONE DELLA SANZIONE	
<i>Provvedimento n. 20935</i>	199
PS2622 - CINOTECNICA DI PAOLO ROBERTI-COLLARI ELETTRICI	
<i>Provvedimento n. 20937</i>	201
PS2674 - FASTWEB-OFFERTA FAMIGLIA	
<i>Provvedimento n. 20938</i>	209

INTESE E ABUSO DI POSIZIONE DOMINANTE

A417B - T-LINK/GRANDI NAVI VELOCI

Provvedimento n. 20902

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 18 marzo 2010;

SENTITO il Relatore Professore Carla Bedogni Rabitti;

VISTA la legge 10 ottobre 1990, n. 287, e, in particolare, l'articolo 14-ter introdotto dalla legge 4 agosto 2006, n. 248, che ha convertito con modifiche il decreto-legge 4 luglio 2006, n. 223;

VISTA la "Comunicazione sulle procedure di applicazione dell'articolo 14-ter della legge n. 287/90", assunta nell'adunanza del 12 ottobre 2006 e pubblicata sul Bollettino n. 39 del 16 ottobre 2006;

VISTA la propria delibera del 6 agosto 2009, con la quale è stata avviata, ai sensi dell'articolo 14 della legge n. 287/90, un'istruttoria nei confronti della società Grandi Navi Veloci S.p.A., per accertare l'esistenza di un eventuale abuso di posizione dominante, consistente in una serie di condotte con finalità escludente ai danni del nuovo entrante T-Link di Navigazione S.p.A., in violazione dell'articolo 102 del Trattato sul Funzionamento dell'Unione Europea (TFUE);

VISTA la comunicazione del 1° dicembre 2009, con la quale la società Grandi Navi Veloci S.p.A. ha presentato impegni, ai sensi dell'articolo 14-ter della legge n. 287/90, secondo modalità e tempistiche indicate specificamente nell'apposito "*Formulario per la presentazione degli impegni ai sensi dell'articolo 14-ter della legge n. 287/90*";

VISTA la propria delibera del 2 dicembre 2009, con la quale è stata decisa la pubblicazione sul sito dell'Autorità degli impegni presentati dalla società Grandi Navi Veloci S.p.A., al fine di consentire ai terzi interessati di esprimere le loro osservazioni;

VISTA la pubblicazione della delibera suddetta e degli impegni, avvenuta in data 4 dicembre 2009;

VISTA l'istanza di proroga, pervenuta in data 18 dicembre 2009, da parte della società T-Link di Navigazione S.p.A., relativa al termine per la presentazione di osservazioni sugli impegni della società Grandi Navi Veloci S.p.A. da parte di terzi;

VISTA la propria delibera del 22 dicembre 2009, con la quale è stato prorogato al 23 gennaio 2010 il termine assegnato per la presentazione di osservazioni scritte in merito agli impegni presentati dalla società Grandi Navi Veloci S.p.A.;

VISTE le osservazioni dei terzi interessati;

VISTA l'istanza della società Grandi Navi Veloci S.p.A. di proroga del termine infraprocedimentale per la presentazione di repliche alle osservazioni di terzi interessati e di modifiche accessorie agli impegni, pervenuta in data 18 febbraio 2010;

VISTA la nota del 10 febbraio 2010, integrata in data 5 marzo 2010, contenente le repliche di Grandi Navi Veloci S.p.A. alle osservazioni dei terzi interessati e la presentazione di modifiche accessorie agli impegni;

CONSIDERATA la necessità di disporre, pertanto, di un ulteriore periodo di tempo per valutare l'adeguatezza degli impegni presentati da Grandi Navi Veloci S.p.A., di cui al citato articolo 14-ter della legge n. 287/90;

RITENUTA, di conseguenza, alla luce di quanto sopra considerato, la necessità di prorogare il termine di conclusione del procedimento di valutazione degli impegni;

DELIBERA

di prorogare al 27 maggio 2010 il termine di conclusione del sub-procedimento di valutazione degli impegni.

Il presente provvedimento verrà notificato ai soggetti interessati e pubblicato nel Bollettino dell'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato.

IL SEGRETARIO GENERALE
Luigi Fiorentino

IL PRESIDENTE
Antonio Catricalà

**I479B - RIDETERMINAZIONE DELLA SANZIONE-VARIAZIONE DI PREZZO DI
ALCUNE MARCHE DI TABACCHI***Provvedimento n. 20930*

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 24 marzo 2010;

SENTITO il Relatore Dottor Salvatore Rebecchini;

VISTA la legge 10 ottobre 1990, n. 287;

VISTO il proprio provvedimento n. 20611 del 22 dicembre 2009, con cui l'Autorità: *i*) ha avviato un nuovo procedimento per la rideterminazione della sanzione da irrogare a British American Tobacco S.p.A. (già Ente Tabacchi Italiani S.p.A.), in contraddittorio con la suddetta società, in ottemperanza alla decisione del Consiglio di Stato n. 2083/2009, depositata in data 3 aprile 2009; *ii*) ha fissato al 30 marzo 2010 il termine di chiusura del citato procedimento;

VISTA la memoria della società British American Tobacco S.p.A., pervenuta in data 5 febbraio 2010;

SENTITI in audizione i rappresentanti di British American Tobacco S.p.A., in data 2 marzo 2010;

CONSIDERATA la necessità di garantire alla Parte - così come emerso nel corso dell'audizione del 2 marzo 2010 - un congruo periodo di tempo per l'esercizio dei diritti di difesa;

RITENUTO pertanto necessario, allo scopo di dare piena applicazione al principio del contraddittorio, procedere al differimento del termine di conclusione del procedimento;

DELIBERA

di prorogare al 13 maggio 2010 il termine di conclusione del procedimento.

Il presente provvedimento verrà notificato ai soggetti interessati e pubblicato sul Bollettino dell'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato.

IL SEGRETARIO GENERALE
Luigi Fiorentino

IL PRESIDENTE
Antonio Catricalà

I700 - PREZZO DEL GPL PER RISCALDAMENTO REGIONE SARDEGNA*Provvedimento n. 20931*

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 24 marzo 2010;

SENTITO il Relatore Dottor Antonio Pilati;

VISTA la legge 10 ottobre 1990, n. 287;

VISTO l'articolo 101 del TFUE;

VISTO il Regolamento del Consiglio n. 1/2003 del 16 dicembre 2002;

VISTA la propria delibera del 15 febbraio 2007, n. 16472 e la relativa Comunicazione sulla non imposizione e sulla riduzione delle sanzioni ai sensi dell'articolo 15 della legge 10 ottobre 1990, n. 287;

VISTO il proprio provvedimento del 24 aprile 2008, con il quale è stata avviata un'istruttoria, ai sensi dell'articolo 14 della legge n. 287/90, nei confronti delle società Butan Gas S.p.A., Eni S.p.A., Fiamma 2000 S.p.A., Liquigas S.p.A., Sarda Gas Petroli di Antonio Pisano & C. S.a.s. e Ultragas Tirrena S.p.A., per accertare l'esistenza di una violazione dell'articolo 2 della legge n. 287/90, consistente nel coordinamento delle strategie commerciali, volto alla determinazione congiunta del livello dei prezzi del GPL in bombole in Sardegna e di altre condizioni contrattuali da applicare ai rivenditori, nonché in una compartimentazione dei mercati;

VISTI i propri provvedimenti del 24 settembre 2008, con i quali l'Autorità ha ritenuto gli impegni presentati dalle società Butan Gas S.p.A., Eni S.p.A., Fiamma 2000 S.p.A. e Liquigas S.p.A. manifestamente inadeguati a far venir meno i profili anti-concorrenziali oggetto dell'istruttoria e ne ha, pertanto, disposto il rigetto;

VISTA la domanda di trattamento favorevole del 31 ottobre 2008, integrata in data 21 novembre, 1° e 5 dicembre 2008, in merito all'esistenza di una presunta intesa tra le società Butan Gas S.p.A., Eni S.p.A. e Liquigas S.p.A. relativa al settore del GPL sfuso e in bombole su tutto il territorio nazionale;

VISTO il proprio provvedimento del 22 gennaio 2009, con il quale è stato esteso l'oggetto dell'istruttoria nei confronti delle società Butan Gas S.p.A., Eni S.p.A. e Liquigas S.p.A. per una presunta intesa riguardante il coordinamento sui listini del GPL in bombole e in piccoli serbatoi sull'intero territorio nazionale, in violazione dell'articolo 101 del TFUE;

VISTA la Comunicazione delle Risultanze Istruttorie, inviata alle Parti in data 30 ottobre 2009;

VISTO il proprio provvedimento del 25 novembre 2009 con il quale il termine di chiusura del procedimento è stato prorogato al 31 marzo 2010;

VISTE le memorie conclusive delle Parti, pervenute in data 25 gennaio 2010;

SENTITI in audizione finale, in data 20 gennaio 2010, i rappresentanti delle società Butan Gas S.p.A., Eni S.p.A. e Liquigas S.p.A.;

VISTA la propria comunicazione alla Commissione Europea, ai sensi dell'articolo 11, paragrafo 4, del Regolamento n. 1/2003;

VISTI gli atti del procedimento e la documentazione acquisita nel corso dell'istruttoria;

CONSIDERATO quanto segue:

I. PREMESSA

1. A seguito del ricevimento di alcune segnalazioni, l'Autorità ha svolto approfondimenti finalizzati a verificare la sussistenza di fenomeni di distorsione della concorrenza nei mercati della vendita di GPL (gas di petrolio liquefatto) in bombole per uso domestico nella regione Sardegna.
2. In data 22 e 23 aprile 2008, il Garante per la Sorveglianza dei Prezzi, istituito presso il Ministero dello Sviluppo Economico, ha trasmesso all'Autorità, per gli eventuali profili di competenza, copia di segnalazioni di consumatori che denunciavano incrementi nei prezzi di vendita del GPL in bombole per uso domestico, con specifico riferimento all'ambito regionale della Sardegna. In particolare, dalle segnalazioni trasmesse emergeva un prezzo di vendita al dettaglio delle bombole di GPL sensibilmente più elevato rispetto al resto del territorio italiano.
3. Sulla base delle segnalazioni ricevute nonché della documentazione in proprio possesso, l'Autorità ha deliberato il 24 aprile 2008 l'avvio di un'istruttoria, ai sensi dell'articolo 14 della legge n. 287/90, nei confronti di Butan Gas S.p.A., Eni S.p.A., Fiamma 2000 S.p.A., Liquigas S.p.A., Sarda Gas Petroli di Antonio Pisano & C. S.a.s., Ultragas Tirrena S.p.A., per accertare l'esistenza di una violazione dell'articolo 2 della legge n. 287/90, consistente in un coordinamento delle strategie commerciali finalizzato alla determinazione congiunta del livello dei prezzi del GPL in bombole in Sardegna e di altre condizioni contrattuali da applicare ai rivenditori, nonché in una compartimentazione dei mercati.
4. In data 31 ottobre 2008, l'Autorità ha ricevuto da parte di Eni S.p.A. una domanda di trattamento favorevole *ex art. 15, comma 2-bis* della legge n. 287/90, successivamente integrata in data 21 novembre, 1° e 5 dicembre 2008, secondo cui le società Butan Gas S.p.A. (BUTANGAS), Eni S.p.A. (ENI) e Liquigas S.p.A. (LIQUIGAS) avrebbero partecipato ad un'intesa volta alla determinazione congiunta dei listini dei prezzi al pubblico del GPL in bombole e in piccoli serbatoi su tutto il territorio nazionale. L'intesa avrebbe avuto ad oggetto la variazione concordata dei listini rispetto alle variazioni delle quotazioni internazionali della materia prima (prezzi FOB *Bethouia*), in particolare nei momenti di maggiore volatilità delle stesse quotazioni.
5. Le condotte oggetto della segnalazione sarebbero state poste in essere almeno dal 1994 al 2005, con conseguenze ancora negli anni successivi. In particolare, a giudizio di ENI, la discontinuità nelle descritte condotte sarebbe dipesa dalla sostituzione dei vertici responsabili del business GPL (gennaio 2005). Tuttavia, per un periodo successivo di circa un anno, sarebbero continuati i tentativi di coordinamento e gli scambi di informazione sui listini tra i livelli direttivi inferiori, in particolare in Sardegna.
6. Quanto alle modalità, l'intesa si sarebbe realizzata attraverso incontri al livello di vertice (amministratore delegato o responsabile del settore GPL) in diversi luoghi, tra cui in particolare le sedi delle tre società e a *latere* dei Consigli di Amministrazione di imprese comuni di stoccaggio e logistica (in particolare, Seastok S.p.A. e Costiero Gas Livorno S.p.A.) o delle riunioni dell'associazione di categoria.
7. Dalle informazioni agli atti fornite con la domanda di trattamento favorevole, emergerebbe dunque che, almeno per il periodo 1994 – 2005 (con effetti ancora negli anni successivi),

BUTANGAS, ENI e LIQUIGAS, principali operatori attivi in Italia, abbiano posto in essere un'intesa finalizzata alla fissazione congiunta dei listini dei prezzi al pubblico del GPL in bombole e in piccoli serbatoi su tutto il territorio nazionale.

8. Sulla base della domanda di trattamento favorevole di ENI, il 22 gennaio 2009 l'Autorità ha deliberato di estendere l'oggetto dell'istruttoria in corso all'intesa riguardante il coordinamento sui listini del GPL in bombole e in piccoli serbatoi sull'intero territorio nazionale, in violazione dell'articolo 101 del TFUE, nei confronti delle società BUTANGAS, ENI e LIQUIGAS.

II. LE PARTI

9. Butan Gas S.p.A. (BUTANGAS), è una società attiva, su tutto il territorio nazionale, nella distribuzione di GPL come combustibile (bombole, serbatoi, reti canalizzate) e per autotrazione. BUTANGAS fa parte del Gruppo Butangas-Dragan, che opera in 10 Paesi europei nella distribuzione di GPL. Nel 2008 BUTANGAS ha realizzato un fatturato di 334,8 milioni di euro.

10. Eni S.p.A. (ENI) svolge, attraverso numerose società controllate, attività nei settori del petrolio, del gas naturale e dell'energia elettrica, della petrolchimica, della finanza, dell'ingegneria e dei servizi. In particolare, attraverso il marchio AgipGas, Eni commercializza GPL per uso domestico, industriale, artigianale e agricolo, assicurando la fornitura ai propri clienti (tramite bombole, piccoli serbatoi, impianti industriali e reti canalizzate) grazie a stabilimenti di produzione e strutture logistiche proprie. Il capitale sociale di ENI è detenuto per il 20,3% dal Ministero dell'Economia e Finanze, e per il 10% dalla Cassa Depositi e Prestiti S.p.A.. Nel 2008 il fatturato consolidato di ENI è stato pari a 108,1 miliardi di euro.

11. Fiamma 2000 S.p.A. (FIAMMA) è attiva nello stoccaggio, imbottigliamento in bombole e distribuzione di GPL nonché nella realizzazione e rifornimento di impianti per privati, industrie, strutture, comunità e città alimentati con GPL. FIAMMA opera nel Centro Italia (Lazio, Marche e Abruzzo) e in Sardegna. Il capitale sociale è detenuto da persone fisiche.

12. Liquigas S.p.A. (LIQUIGAS) distribuisce GPL (bombole, piccoli serbatoi, reti canalizzate e grandi impianti per l'industria) su tutto il territorio nazionale. LIQUIGAS è soggetta al controllo congiunto del Gruppo olandese SHV e del Gruppo Brixia tramite la società Itafi, che detiene la maggioranza del capitale, in virtù degli accordi intercorsi tra le società madri¹. Nel 2008 LIQUIGAS ha realizzato un fatturato di 640,6 milioni di euro.

13. Sarda Gas Petroli di Antonio Pisano & C. S.a.s. (SARDAGAS) è una società attiva nell'imbottigliamento e nella distribuzione di GPL in bombole nonché nel commercio di prodotti petroliferi. Il capitale sociale è posseduto da persone fisiche.

14. Ultragas Tirrena S.p.A. (ULTRAGAS) è attiva nell'imbottigliamento e distribuzione di GPL tramite bombole, serbatoi e impianti canalizzati in Sardegna. Il capitale sociale è posseduto da persone fisiche.

¹ Cfr. docc. 309 e 561.

III. IL PROCEDIMENTO

III. 1. AVVIO DEL PROCEDIMENTO ISTRUTTORIO

15. A seguito dell'avvio del procedimento, in data 6 maggio 2008 sono stati condotti accertamenti ispettivi presso tutte le parti del procedimento. In particolare, per ENI le sedi di Roma e Sarroch (CA), per LIQUIGAS la sede di Sarroch, per FIAMMA le sedi di Roma e Cagliari, per ULTRAGAS le sedi di Roma e Oristano, per BUTANGAS le sedi di Milano e Porto Torres (SS) e per SARDAGAS la sede di Cardedu (NU). E' stata inoltre effettuata un'ispezione anche presso la sede di Sarroch della società Saras S.p.A. (SARAS), titolare dell'unica raffineria presente in Sardegna, in qualità di soggetto terzo potenzialmente in possesso di informazioni utili a fini istruttori.

16. Gli accertamenti ispettivi del 6 maggio 2008 erano principalmente volti ad acquisire evidenze di contatti tra le parti aventi ad oggetto il coordinamento delle condotte commerciali attraverso la determinazione congiunta del livello dei prezzi e di altre condizioni contrattuali da applicare ai rivenditori nei mercati della vendita all'ingrosso e al dettaglio di GPL in bombole in Sardegna.

III. 2. ESTENSIONE OGGETTIVA DEL PROCEDIMENTO ISTRUTTORIO

17. Come già anticipato, in data 22 gennaio 2009, in esito alla domanda di trattamento favorevole presentata da ENI, l'Autorità ha esteso l'oggetto del procedimento anche ad un secondo mercato del prodotto (GPL in piccoli serbatoi, in aggiunta a quello in bombole) e ha ampliato l'ambito geografico (intero territorio nazionale), ipotizzando una violazione dell'art. 101 del TFUE. L'estensione ha riguardato unicamente le società BUTANGAS, ENI e LIQUIGAS.

18. In data 27 gennaio 2009 sono stati condotti accertamenti ispettivi presso le sedi delle società BUTANGAS, ENI e LIQUIGAS, al fine di acquisire evidenze in merito all'intesa, tra cui i listini del GPL in bombole e in piccoli serbatoi e la documentazione relativa ad evidenze di incontri tra i responsabili delle tre società (agende, note spese delle trasferte, rilevazioni di ingressi di visitatori esterni).

III. 3. FASI PRINCIPALI DEL PROCEDIMENTO

19. Oltre alla richiesta di informazioni consegnata alle parti nel contesto degli accertamenti ispettivi del 6 maggio 2008, nel corso del procedimento sono state inviate ulteriori richieste di informazioni a tutte le parti del procedimento, nonché ai seguenti soggetti terzi: Assogasliquidi, associazione di categoria, e Seastok S.p.A., impresa comune tra BUTANGAS, ENI e LIQUIGAS attiva nella logistica primaria del GPL².

20. Le società BUTANGAS, ENI, FIAMMA e LIQUIGAS hanno ripetutamente avuto accesso agli atti del procedimento, a partire dal 30 giugno 2008. Le società SARDAGAS e ULTRAGAS non hanno esercitato tale diritto. Le società BUTANGAS, ENI e LIQUIGAS hanno esercitato il proprio diritto di accesso anche successivamente all'estensione del procedimento, a partire dal 20 marzo 2009. In particolare, il 9 giugno 2009 BUTANGAS e LIQUIGAS hanno avuto accesso alla documentazione allegata alla domanda di trattamento favorevole.

21. Inoltre, nel corso del procedimento le parti sono state sentite in audizione. In particolare, BUTANGAS (19 novembre 2008), ENI (10 ottobre 2008), FIAMMA (4 marzo 2009) e

² Seastok S.p.A. è partecipata anche da un quarto socio, Socogas S.p.A..

LIQUIGAS (24 novembre 2008 e 16 luglio 2009) sono state sentite su istanza di parte. SARDAGAS (11 settembre 2008), ULTRAGAS (17 settembre 2008) e una seconda volta BUTANGAS (15 luglio 2009) sono state sentite su richiesta della Direzione.

22. In data 21 e 25 settembre 2009 sono stati sentiti in audizione i rappresentanti delle società Api – Anonima Petroli Italiana S.p.A. (API) e Total Italia S.p.A. (TOTAL) in qualità di soggetti in possesso di informazioni utili alla verifica dell'ipotesi istruttoria di cui al provvedimento del 22 gennaio 2009, nonché della ricostruzione del contesto nella quale la stessa si inseriva.

23. Il 30 ottobre 2009 è stata inviata alle parti la Comunicazione delle Risultanze Istruttorie (CRI) con la quale si è contestato a BUTANGAS, ENI e LIQUIGAS di aver posto in essere nel periodo 1995-2005 un'intesa volta alla definizione congiunta dei listini nazionali del GPL in bombole e in piccoli serbatoi, in violazione dell'art. 101 del TFUE. Nessuna contestazione è stata invece mossa alle società FIAMMA, SARDAGAS e ULTRAGAS.

24. Il 20 gennaio 2010 si svolta l'audizione delle società BUTANGAS, ENI e LIQUIGAS davanti all'Autorità.

III. 4. ALTRE FASI DEL PROCEDIMENTO: IMPEGNI

25. In considerazione di quanto previsto dall'art. 14-ter della legge n. 287/90, alcune delle parti hanno presentato impegni volti a far venire meno i profili anticoncorrenziali oggetto dell'istruttoria.

26. In particolare, con comunicazione del 1° agosto 2008, la società BUTANGAS ha presentato impegni ai sensi dell'articolo 14-ter della legge n. 287/90, consistenti nelle seguenti misure: [omissis]³.

27. Con comunicazione del 6 agosto 2008, la società ENI ha presentato impegni ai sensi dell'articolo 14-ter della legge n. 287/90, consistenti nelle seguenti misure: [omissis].

28. Con comunicazione del 6 agosto 2008, la società FIAMMA ha presentato impegni ai sensi dell'articolo 14-ter della legge n. 287/90, consistenti nelle seguenti misure: [omissis].

29. Con comunicazione del 6 agosto 2008, integrata in data 22 settembre 2008, la società LIQUIGAS ha presentato impegni ai sensi dell'articolo 14-ter della legge n. 287/90, consistenti nelle seguenti misure: [omissis].

30. L'Autorità, nella riunione del 24 settembre 2008, ha ritenuto gli impegni presentati inidonei a far venire meno i profili anticoncorrenziali oggetto dell'istruttoria e ne ha pertanto disposto il rigetto. In particolare, l'Autorità ha ritenuto di procedere all'accertamento delle infrazioni contestate in quanto, in linea con l'ordinamento comunitario, le condotte oggetto di contestazione potevano risultare idonee ad integrare un'intesa orizzontale volta alla determinazione congiunta del livello dei prezzi nonché alla compartimentazione dei mercati, rientrando quindi tra le restrizioni più gravi della concorrenza.

³ Nella presente versione alcuni dati sono omissi, in quanto si sono ritenuti sussistenti elementi di riservatezza o di segretezza delle informazioni.

IV. I MERCATI INTERESSATI

IV. 1. I MERCATI RILEVANTI

31. Nei casi riguardanti intese restrittive della concorrenza, la definizione del mercato rilevante è essenzialmente volta ad individuare le caratteristiche del contesto economico e giuridico nel quale si colloca il coordinamento tra imprese concorrenti. In tal senso, come rilevato da una consolidata giurisprudenza⁴, la definizione del mercato rilevante è funzionale alla decifrazione del grado di offensività dell'illecito.

32. Il GPL è una miscela di idrocarburi costituita essenzialmente da propano e butano (butano e isobutano) che vengono resi liquidi per compressione. Le funzioni d'uso principali del GPL sono l'autotrazione e la combustione. All'interno di questa seconda categoria si possono distinguere gli usi domestici⁵ (domanda delle famiglie) e quelli industriali (domanda proveniente dalle imprese)⁶.

33. Con riguardo alla fase di distribuzione, il GPL per uso autotrazione è commercializzato sulla rete di distribuzione carburanti. Il GPL per combustione destinato ad usi domestici è distribuito in bombole e in piccoli serbatoi⁷. La fornitura di GPL destinato ad usi industriali (compresi quelli per l'agricoltura e la zootecnia) e più in generale ad usi (combustione) diversi da quelli domestici avviene anche attraverso contratti di lungo periodo⁸.

34. L'istruttoria ha interessato in una prima fase solo i mercati della distribuzione del GPL in bombole in Sardegna e, con il provvedimento di estensione del 22 aprile 2009, anche il mercato della distribuzione di GPL in piccoli serbatoi.

35. Il GPL in bombole e in piccoli serbatoi si distinguono in ragione del prodotto e delle specifiche modalità di distribuzione. In particolare, mentre i piccoli serbatoi contengono gas propano, le bombole possono contenere anche una miscela di butano e propano. La sostituibilità per il consumatore finale tra il GPL in bombole e in piccoli serbatoi è limitata, anche in ragione dell'esistenza di una specifica normativa sulla sicurezza e sull'uso dei piccoli serbatoi. Quanto alla distribuzione, nel caso dei piccoli serbatoi questa è diretta, mentre la commercializzazione delle bombole di GPL presso gli utilizzatori finali è intermediata dai rivenditori ai quali le bombole sono distribuite di norma dalle medesime società che imbottigliano il prodotto.

36. L'estrema frammentazione della domanda (proveniente essenzialmente dalle famiglie) in entrambi i mercati richiede una rete di distribuzione capillare sul territorio in grado di raggiungere l'utenza domestica. In ragione di tali caratteristiche nella distribuzione del prodotto, nella prassi

⁴ Si veda Consiglio di Stato, 10 marzo 2006, *Telecom Italia*. Da ultimo, Consiglio di Stato, 9 aprile 2009, *Servizi aggiuntivi di trasporto pubblico locale nel comune di Roma*, ove è stato affermato "nell'ipotesi di intese restrittive, la definizione del mercato rilevante è successiva all'individuazione dell'intesa, in quanto sono l'ampiezza e l'oggetto dell'intesa a circoscrivere il mercato su cui l'abuso è commesso: vale a dire che la definizione dell'ambito merceologico e territoriale nel quale si manifesta un coordinamento fra imprese concorrenti e si realizzano gli effetti derivanti dall'illecito concorrenziale è funzionale alla decifrazione del grado di offensività dell'illecito".

⁵ Per la cottura dei cibi, il riscaldamento e il condizionamento degli ambienti, la produzione di acqua calda.

⁶ L'industria metallurgica, ceramica vetraria e cartaria sono attività nelle quali è tradizionalmente utilizzato il GPL. Quanto alle attività agricole e zootecniche, il GPL viene sfruttato per l'essiccazione dei cereali, la climatizzazione e la concimazione carbonica delle serre.

⁷ In misura minoritaria il GPL è anche distribuito attraverso reti canalizzate, ovvero infrastrutture a rete costruite su concessione comunale. Il prezzo del GPL immesso nelle reti canalizzate è soggetto alla regolazione dell'Autorità per l'Energia Elettrica ed il Gas.

⁸ Nell'audizione del 20 febbraio 2009 (doc. 444) ENI spiega che: "per il propano esistono contratti di fornitura di lungo periodo con formule di prezzo ancorate alle quotazioni internazionali. ... Il prezzo del GPL immesso nelle reti canalizzate è soggetto alle tariffe fissate dall'Autorità per l'Energia Elettrica ed il Gas".

dell'Autorità entrambi i mercati del prodotto interessati sono stati definiti di dimensione locale, almeno corrispondente al territorio provinciale.

37. Nel provvedimento di avvio del 24 aprile 2008 si ipotizzavano comportamenti collusivi riguardanti i mercati della distribuzione di GPL in bombole nella regione Sardegna. Il provvedimento di estensione del 22 gennaio 2009 riguarda i mercati della distribuzione di GPL in bombole e in piccoli serbatoi sull'intero territorio nazionale.

38. Pertanto, in considerazione del fatto che gli illeciti contestati nel provvedimento di estensione del 22 gennaio 2009 interessano tutto il territorio nazionale, i mercati rilevanti sono costituiti dall'insieme dei mercati locali della distribuzione di GPL in bombole e in piccoli serbatoi a livello nazionale. Si tratta di circa 100 mercati locali.

39. I singoli mercati locali presentano condizioni competitive differenziate che sono funzione di vari fattori. Dal lato della domanda rilevano principalmente il grado di metanizzazione (il metano è il principale sostituto del GPL), la densità della popolazione e la localizzazione geografica (con particolare riferimento alla zona climatica). Dal lato dell'offerta rilevano la presenza di raffinerie e depositi per l'approvvigionamento di GPL, la morfologia del territorio (che influenza la logistica di distribuzione) e la diffusione di fenomeni di concorrenza "illegale" (riempimento abusivo o parziale di bombole). Soprattutto in ragione della progressiva metanizzazione del territorio nazionale, l'uso del GPL per il riscaldamento è storicamente in declino, il che ha prodotto una tendenza di fondo verso il ribasso dei prezzi finali di vendita.

IV. 2. LA STRUTTURA DEL MERCATO

40. Nella filiera del GPL in bombole e in piccoli serbatoi si possono individuare le seguenti fasi: produzione (il GPL può essere estratto da giacimenti di gas naturale o derivare da procedimenti di raffinazione del petrolio) e importazione di GPL, logistica primaria, distribuzione e commercializzazione⁹. La logistica primaria consiste nel caricamento, stoccaggio e scaricamento in depositi di grandi dimensioni (depositi primari) collegati direttamente alle raffinerie tramite *pipeline* o linea ferroviaria, oppure situati lungo la costa e attrezzati per l'attracco di navi gasiere. Nella fase di distribuzione, il prodotto è trasferito dai depositi primari a infrastrutture logistiche di dimensione più ridotta (depositi secondari) dove il prodotto viene stoccato per passare all'imbottigliamento¹⁰ ed essere, infine, avviato al consumo.

41. Con riguardo all'approvvigionamento di prodotto, il GPL derivante dalle attività di raffinazione sul territorio nazionale risulta insufficiente, per quantità e profilo temporale delle disponibilità¹¹, a coprire la domanda complessiva (uso combustione e uso autotrazione). Nel corso del procedimento BUTANGAS e LIQUIGAS hanno precisato che l'approvvigionamento di miscela avviene presso le raffinerie nazionali. Ciò risulta anche da uno studio dell'Osservatorio per il settore chimico presso il Ministero dello Sviluppo Economico¹²: *"il propano (GPL con migliori caratteristiche di evaporazione naturale) prodotto nelle raffinerie nazionali viene*

⁹ Si veda provvedimento n. 19023, 23 ottobre 2008, I/707 FHV-LIQUIGAS-BUTANGAS/I.PE.M, in *Bollettino* n. 40/2008.

¹⁰ Si tratta di una fase non sempre necessaria: il GPL in bombole viene sottoposto, appunto, ad imbottigliamento mentre il GPL in piccoli serbatoi non subisce trasformazioni (si veda doc. 509).

¹¹ Infatti, la produzione di GPL è essenzialmente legata alle attività di raffinazione e non alla domanda.

¹² Ministero Sviluppo Economico, Direzione Generale per lo Sviluppo Produttivo e la Competitività/Osservatorio per il settore chimico, "Il settore del GPL in Italia", dicembre 2001 (disponibile sul sito www.osservatoriochimico.it).

generalmente utilizzato per preparare miscele di butano/propano destinate all'autotrazione o al canale bombole”.

42. L'importanza delle importazioni di GPL per i mercati delle bombole e dei piccoli serbatoi può essere stimata dalla tabella di seguito riportata (relativa all'intero mercato, compresi quindi gli usi autotrazione e industriale). Dalla tabella emerge che il 45%-50% dei consumi totali di GPL sono coperti con importazioni¹³.

Tabella 1 – Approvvigionamento e consumi nazionali di GPL (Tonnellate)

Anno	Produzione	Importazione	Esportazione	Consumi Totali	Consumi combustione	Consumi autotrazione
1998	2.251.000	1.882.000	226.000	3.762.000	2.305.000	1.457.000
1999	2.355.000	2.019.000	327.000	3.952.000	2.586.000	1.366.000
2000	2.366.000	1.978.000	394.000	3.893.000	2.469.000	1.424.000
2001	2.284.000	1.842.000	394.000	3.815.000	2.423.000	1.392.000
2002	2.350.000	1.918.000	329.000	3.719.000	2.406.000	1.313.000
2003	2.365.000	1.690.000	324.000	3.714.000	2.505.000	1.209.000
2004	2.365.000	1.600.000	326.000	3.549.000	2.443.000	1.106.000
2005	2.379.000	1.720.000	329.000	3.501.000	2.478.000	1.023.000

Fonte: Assogasliquidi, sito

43. L'esigenza di importare prodotto determina la necessità per le imprese di disporre di strutture logistiche per la ricezione di prodotto dall'estero, principalmente via mare dai Paesi mediterranei e via ferrovia dal nord Europa¹⁴. Come evidenziato dalla tabella seguente, il prodotto importato giunge in Italia prevalentemente via mare (l'85% circa).

Tabella 2 – Importazioni di GPL per tipo di trasporto (Tonnellate)

Anno	Ferrovia	Nave	Strada	Totale
2001	248.146	1.564.884	29.814	1.842.844
2002	246.460	1.620.706	51.099	1.918.265
2003	204.792	1.439.333	45.770	1.689.895
2004	146.178	1.403.817	49.556	1.599.511
2005	166.451	1.502.393	51.297	1.720.141

Fonte: Assogasliquidi, sito

44. Un quadro della localizzazione dei depositi costieri (depositi primari) utilizzati per l'importazione di GPL in Italia è fornito nella tabella di seguito riportata, contenente i dati del Ministero delle Infrastrutture e dei Trasporti sui depositi e stabilimenti costieri di oli minerali

¹³ Le esportazioni sono dovute da necessità di smaltimento del GPL derivante dalla raffinazione.

¹⁴ “La progressiva carenza di disponibilità di prodotto sul territorio nazionale e la crescita dei mercati hanno generato la necessità di disporre di strutture atte a ricevere GPL – soprattutto propano – via mare dai paesi mediterranei e via ferrovia dal nord Europa.” (Osservatorio per il settore chimico, “Il settore del GPL in Italia”, dicembre 2001).

(censimento 2008), tratta dal sito internet di Assocostieri. Ciascuno dei depositi riportati è collegato ad un porto attrezzato per imbarco/sbarco di GPL.

Tabella 3 – Depositi costieri di GPL (censimento 2008)

Società	Regione	Località	Stoccaggio (mc)
Butangas	Sardegna	Porto Torres	5.245
Costiero Adriatico	Puglia	Brindisi	37.500
Costiero Adriatico	Puglia	Brindisi	14.720
Costiero Gas Livorno	Toscana	Livorno	47.654
Energas	Campania	Napoli	10.916
Eni	Emilia Romagna	Ravenna	12.760
Eni	Campania	Napoli	9.000
Eni	Toscana	Livorno-Collesalveti	14.770
Fiamma 2000	Lazio	Ardea (Roma)	4.800
Italcost	Campania	Napoli	19.500
Petrolchimica Partenopea	Campania	Napoli	18.860
Polimeri Europa	Veneto	Porto Marghera-Venezia	27.700
Polimeri Europa Ecofuel	Emilia Romagna	Ravenna	27.000
Syndial	Sardegna	Porto Torres	20.400
Totale			270.825

Fonte: Assocostieri, sito

45. Dei 270.825 mc di capacità totale dei depositi primari di GPL 183.389, pari al 67,7%, fanno capo alle società BUTANGAS, ENI e LIQUIGAS, anche attraverso società comuni o società controllate. In particolare, Costiero Gas Livorno è una società posseduta da ENI e LIQUIGAS; Petrolchimica Partenopea è posseduta al 100% da BUTANGAS; Polimeri Europa, Ecofuel e Syndial sono possedute al 100% da ENI.

46. Alla sola ENI fa capo il 41,2% dell'intera capacità di stoccaggio (che sale al 58,8% se si considera anche Costiero Gas Livorno, posseduto congiuntamente a LIQUIGAS). Si ricorda, inoltre, che ENI è anche presente nella raffinazione attraverso 5 raffinerie (Sannazzaro, Gela, Livorno, Venezia - Porto Marghera e Taranto) nonché un conto lavorazione presso la raffineria Saras in Sarroch (CA) (doc. 213).

47. I restanti 87.463 mc di capacità (pari al 32,3% del totale) fanno capo per 35.216 mc (13% della capacità totale) a società attive nella distribuzione di GPL (Energas, Fiamma 2000 e Ultragas C. M., che possiede il 50% di Italcost) e per 52.220 ad un operatore indipendente (Costiero Adriatico, diventato IPEM; nel corso del 2008 LIQUIGAS e FHV S.p.A. hanno acquisito il controllo congiunto di IPEM¹⁵).

¹⁵ Si veda provvedimento n. 18914, 24 settembre 2008, C9493 FHV-LIQUIGAS/I.P.E.M.-INDUSTRIA PETROLI MERIDIONALE, in *Bollettino* n. 36/2008.

48. Ai depositi costieri sopra riportati occorre, inoltre, aggiungere quello sito in Murgia (Trieste), oggi non operativo, di proprietà della società Seastok S.p.A.. Anche questo deposito è riconducibile alle società BUTANGAS, ENI e LIQUIGAS in quanto società comune tra le medesime e Socogas.

49. Quanto alla fase di distribuzione, i mercati del GPL in bombole e in piccoli serbatoi si caratterizzano per la presenza di un numero rilevante di operatori, circa 400¹⁶, spesso attivi su mercati locali (è il caso di ULTRAGAS e SARDAGAS), al più pluriregionale (FIAMMA). Al riguardo, occorre sottolineare come l'ambito di operatività delle imprese risulti determinato dalla disponibilità di strutture logistiche di stoccaggio e trasporto delle bombole e del GPL sfuso per piccoli serbatoi. Questo perché, come evidenziato, la domanda è frammentata e diffusa sul territorio e, pertanto, per raggiungere i clienti finali (presso i quali sono installati i serbatoi) o i rivenditori di bombole è necessario organizzare una capillare attività di trasporto. Nel caso del GPL in bombole, poi, l'operatività è anche limitata dal fatto che è necessario disporre di un adeguato parco bombole. Questo è un *asset* fondamentale - un vero e proprio *sunk cost* - che è particolarmente oneroso tenere in buono stato e rinnovare¹⁷.

50. Nel canale piccoli serbatoi, i vincoli alla crescita e le barriere all'entrata sono individuati dall'importanza delle strutture logistiche (stoccaggio e trasporto) di distribuzione: per allargare il proprio ambito di attività (entrare in mercati contigui a quello in cui è già presente) un operatore deve dotarsi di una nuova struttura logistica; per incrementare la propria quota di mercato (nello stesso mercato) deve adeguare la propria struttura logistica, con nuovi depositi e un potenziamento della capacità di trasporto, nel momento in cui la capacità di cui dispone raggiunge il punto di saturazione. Considerazioni analoghe si applicano al canale bombole dove si aggiungono i costi del parco bombole.

51. Nel contesto di mercato descritto, BUTANGAS, ENI e LIQUIGAS si distinguono per il fatto di disporre, congiuntamente, della parte prevalente della capacità di stoccaggio in depositi costieri, e dunque per il sicuro accesso alla materia prima. Inoltre, essi sono i soli operatori attivi su tutto il territorio nazionale e la loro attività di distribuzione (con le connesse strutture di logistica secondaria) è diffusa in maniera capillare su tutto il territorio nazionale. L'importanza delle tre società parti del procedimento, che sono gli unici operatori attivi a livello nazionale in entrambi i mercati del prodotto in esame (GPL il piccoli serbatoi e imbottigliato), è confermata dalla memoria difensiva di BUTANGAS; in tale memoria viene anche evidenziata la natura estremamente frammentata della gran parte delle restanti imprese presenti prevalentemente a livello locale¹⁸.

IV. 3. I PREZZI DEL GPL

52. Quanto al costo dell'approvvigionamento, per il propano di importazione il valore di riferimento nell'area del Mediterraneo è costituito dalla quotazione internazionale FOB Algeria, pubblicata il primo giorno di ciascun mese nella pubblicazione *LPGaswire* della società *Platt's*, e relativa al costo del prodotto presso i porti di Bethouia e Skidda (di seguito FOB *Bethouia*). Tale

¹⁶ Nello studio "Il settore del GPL in Italia" dell'Osservatorio per il settore chimico il numero di operatori nel GPL è indicato in 381. Secondo dati del Ministero dello Sviluppo Economico nel 2007 gli operatori attivi nel settore del GPL uso combustione erano 476 (si veda sito internet).

¹⁷ Si veda doc. 305 (verbale dell'audizione di BUTANGAS del 19 ottobre 2008).

¹⁸ Si vedano punti 244-245 (distribuzione GPL in piccoli serbatoi) e 251-252 (distribuzione GPL in bombole).

quotazione è anche il valore di riferimento per la miscela, come evidenziato in particolare da ENI che, in qualità di raffinatore, approvvigiona di miscela anche altri operatori del settore del GPL¹⁹.

53. Per l'Europa esistono altre quotazioni di riferimento per il propano e il butano, in particolare quelle relative ai porti nord-europei (quali FOB ARA e FCA ARA), anche queste pubblicate su *Platt's LPGaswire* ma con cadenza giornaliera. L'andamento di tali quotazioni negli ultimi giorni del mese costituisce un indicatore di quella che sarà (il primo giorno del mese successivo) la quotazione FOB *Bethouia*²⁰.

54. Con riguardo alla fase di distribuzione e commercializzazione, le società predispongono listini contenenti i prezzi per il GPL in bombole e in piccoli serbatoi. Come confermato dalle parti, la quotazione internazionale della materia prima è il riferimento per la variazione dei listini.

55. Le transazioni con i singoli clienti (rivenditori di bombole e utenti finali per il GPL in piccoli serbatoi) non avvengono quasi mai al prezzo di listino. I listini sono una delle componenti dei prezzi effettivamente pagati dai rivenditori (bombole) e dai clienti finali (piccoli serbatoi). L'altra componente è costituita da uno sconto o un sovrappiù – quest'ultimo possibile nel canale piccoli serbatoi – determinato nei singoli mercati locali dalle condizioni competitive che caratterizzano gli stessi e, all'interno di ciascun mercato, dal potere contrattuale dei singoli rivenditori/clienti finali. Pertanto, i prezzi effettivi del GPL variano da mercato a mercato e all'interno di uno stesso mercato ma tutti derivano dai listini.

56. Gli elementi già ricordati, che vanno dalla struttura del mercato locale alla presenza di fonti di riscaldamento alternative, sono in grado di spiegare sia le differenze fra i prezzi effettivi nei vari mercati locali²¹ sia l'evoluzione nel tempo della differenza prezzi di listino – prezzi effettivi. Quest'ultima, in particolare, risente soprattutto della progressiva riduzione degli spazi per un prodotto, il GPL, a domanda ormai matura e, per le bombole, declinante in conseguenza della

¹⁹ BUTANGAS ha affermato che *“nel caso della miscela il costo è definito da Eni, che ne è il principale fornitore; per cui il prezzo definito da Eni rappresenta il prezzo di riferimento della miscela e può variare anche due tre volte al mese”* (doc. 508). Al riguardo, ENI (doc. 544) ha precisato come non possa essere considerata corretta l'affermazione di BUTANGAS relativa al ruolo di ENI in ragione della progressiva riduzione delle proprie vendite di miscela a BUTANGAS e LIQUIGAS. LIQUIGAS ha precisato che *“l'approvvigionamento di miscela avviene presso le raffinerie nazionali. Inoltre, si osserva che il mercato della miscela è strettamente legato alla produzione della benzina. Di conseguenza, il mercato della miscela si caratterizza per la diffusa possibilità di acquisti c.d. spot. Esso, pertanto, risponde a logiche di domanda e offerta profondamente diverse da quelle del propano: quanto alla domanda, a differenza del propano la miscela viene usata anche per l'autotrazione; quanto all'offerta la produzione di miscela dipende dalle necessità di funzionamento delle raffinerie. Ad ogni modo, ... il FOB Bethouia (quotazione internazionale del propano) costituisce un riferimento anche per il costo della miscela contenuta nelle bombole, che tuttavia risente dell'influenza di altre variabili legate a logiche industriali nazionali”* (doc. 509). Precisando quanto affermato da LIQUIGAS, ENI (doc. 544) ha evidenziato come il FOB *Bethouia* costituisca *“un imprescindibile punto di riferimento”* anche per la miscela, come peraltro dimostrato dalle formule di prezzo adottate dalla stessa ENI nei contratti di fornitura e nelle vendite *spot* di miscela ad altri operatori nel settore GPL.

²⁰ Nel corso dell'audizione del 20 febbraio 2009, ENI ha affermato: *“come noto, la variazione del Platt's Bethouia avviene il primo giorno del mese; tuttavia, ... già negli ultimi 10 giorni del mese è possibile formulare previsioni circa il suo andamento sulla base delle quotazioni del GPL (propano) nel Nord Europa”* (doc. 444).

²¹ Ciò è chiaramente evidenziato dall'andamento degli sconti nelle province di Terni e Trieste, riportato nel punto 291 della memoria di BUTANGAS. BUTANGAS descrive, infatti, andamenti completamente diversi, talvolta opposti, degli sconti nelle due province, sottolineando che *“tutto ciò avviene in corrispondenza di variazioni del prezzo di listino che sono assolutamente identiche per Trieste e Terni”*. Secondo la parte questo dovrebbe dimostrare che il prezzo di listino non può costituire il punto di riferimento per la definizione delle strategie commerciali da seguire nei diversi ambiti territoriali. È invece chiaro, al contrario, che l'evidenza fornita da BUTANGAS dimostra come le diversità strutturali tra i due mercati locali determinino livelli ed andamenti diversi degli sconti/sovrappiù rispetto al prezzo di listino.

diffusa metanizzazione del territorio nazionale. L'azione dei fattori strutturali può anche determinare una correlazione debole, nel lungo periodo, tra prezzi di listino e prezzi effettivi²².

57. Le modalità di distribuzione del GPL in entrambi i canali rendono relativamente difficoltosa la sottrazione reciproca di clientela da parte degli operatori. La prassi di locazione o comodato del serbatoio e fornitura in esclusiva del GPL, per un periodo che può arrivare ai 2 anni²³, riduce la possibilità di contendere un cliente a un concorrente. Di conseguenza, l'impresa che detiene un cliente non ha forti incentivi a modificare le condizioni concordate al momento della stipula del contratto di fornitura.

58. Un fenomeno simile avviene con i contratti di fornitura dei rivenditori di GPL in bombole, soprattutto con i rivenditori esclusivi, che non possono essere contesi da altri produttori. Anche nel caso dei rivenditori promiscui, tuttavia, le condizioni di fornitura sono fissate nei contratti e possono, pertanto, mantenere una certa inerzia per tutta la loro durata.

59. D'altra parte, un operatore importante come ENI ha spiegato nel corso dell'istruttoria che, a fronte di una notevole numerosità dei rapporti contrattuali nei mercati del GPL – i rivenditori sono nell'ordine delle decine di migliaia e i clienti finali sono almeno altrettanto numerosi – “è impensabile che a ciascuna variazione del prezzo della materia prima conseguisse una rinegoziazione delle condizioni economiche di cessione del GPL al singolo rivenditore. In un simile contesto si comprende come sia più efficiente negoziare una tantum l'eventuale sconto da riconoscere al rivenditore e modificare i listini a seguito delle variazioni del Bethouia” (doc. 544, enfasi aggiunta).

60. Una dimostrazione chiara della forte segmentazione dei mercati del GPL è fornita dall'esistenza di una notevole differenziazione dei prezzi effettivi anche all'interno del medesimo mercato locale – evidenza, questa, sulla quale si diffondono le memorie delle parti ²⁴. È tuttavia evidente che le società possono essere in grado di operare una simile discriminazione dei prezzi praticati ai propri clienti solo se le possibilità di arbitraggio sono limitate e la contendibilità dei clienti è ridotta.

61. In questo contesto, le variazioni dei listini non possono non avere una ricaduta sui prezzi effettivi, anche quando il listino cresce di più (o diminuisce di meno) di quanto sarebbe giustificato dalla necessità di adeguarsi al prezzo della materia prima. Ciò perché la variazione del listino non incontra nel processo di determinazione dei prezzi effettivi, guidato dai fattori strutturali, un ambiente concorrenzialmente vivace, idoneo ad erodere il margine rispetto alla variazione del FOB *Bethouia*. Al contrario, la scarsa contendibilità dei clienti finali consente di trasferire ogni eventuale margine previsto dalla variazione del listino direttamente sul prezzo effettivo.

62. L'assenza di forze che impongano, all'interno dei singoli mercati locali, un immediato livellamento dei prezzi effettivi implica che l'azione dei fattori strutturali su questi ultimi si svolga con tempi e modalità del tutto diversi da quelli che sarebbero necessari per erodere attraverso gli

²² Quale quella individuata da BUTANGAS e LIQUIGAS.

²³ Le modalità di cessione del GPL sfuso sono stabilite dal D. Lgs. n. 32/98 il quale, all'art. 10, prevede che i contratti di fornitura non possano superare la durata di un anno. Il medesimo comma, tuttavia, stabilisce che, nel caso in cui l'impresa fornisca anche il serbatoio in affitto o in comodato, la durata possa arrivare a due anni e, soprattutto, il contratto di fornitura di GPL possa avere il vincolo di esclusiva.

²⁴ La memoria di BUTANGAS, in particolare, si diffonde a lungo su questo fenomeno, dimostrando come in ciascuna provincia in ciascun mese la società abbia praticato numerosi prezzi diversi, in media circa trenta nel periodo considerato.

sconti l'eventuale maggior incremento (o minore decremento) del listino rispetto alla variazione del prezzo della materia prima.

IV. 4. LE QUOTE DI MERCATO

63. In via preliminare, si precisa che non esistono dati statistici ufficiali delle dimensioni dei mercati delle bombole e dei piccoli serbatoi. Il Ministero dello Sviluppo Economico, infatti, pubblica dati relativi ai consumi annuali totali di GPL dai quali è possibile distinguere quelli per autotrazione e quelli per combustione; questi ultimi costituiscono un aggregato più ampio dei mercati del GPL in bombole e in piccoli serbatoi (comprendendo anche gli usi industriali e il GPL per reti canalizzate)²⁵. Dai dati forniti dalle parti risultano stime della dimensione dei mercati piuttosto diverse tra di loro²⁶.

64. Le società BUTANGAS, ENI e LIQUIGAS hanno anche fornito stime delle rispettive quote di mercato per il periodo 1994 - 2005. Tali dati sono riportati nella Tavola 4, unitamente alla quota congiunta delle tre società.

Tavola 4 – Stime delle quote di mercato di BUTANGAS, ENI e LIQUIGAS

ANNO	BUTANGAS			ENI			LIQUIGAS			QUOTA CONGIUNTA		
	Bombole	Piccoli serbatoi	Totale	Bombole	Piccoli serbatoi	Totale	Bombole	Piccoli serbatoi	Totale	Bombole	Piccoli serbatoi	Totale
1994	5,2	9,3	7,7	15,6	15,3	15,4	20,1	11,0	14,5	40,9	35,6	37,6
1995	5,2	9,4	7,8	16,4	15,4	15,8	19,7	11,6	14,7	41,3	36,4	38,3
1996	5,0	9,5	7,9	16,3	15,5	15,8	20,2	11,5	14,7	41,5	36,5	38,4
1997	4,8	9,8	7,9	16,2	15,0	15,5	18,3	10,9	13,6	39,3	35,7	37,0
1998	4,8	9,9	8,0	16,2	14,1	14,9	18,6	11,5	14,1	39,6	35,5	37,0
1999	4,9	9,9	8,0	14,5	12,8	13,5	19,7	11,8	14,4	39,1	34,5	35,9
2000	6,8	8,6	7,9	14,5	12,1	13,0	18,6	12,7	14,7	39,9	33,4	35,6
2001	6,8	8,9	8,0	14,6	11,9	12,9	18,1	12,7	14,5	39,5	33,5	35,4
2002	6,4	9,2	8,0	14,6	11,8	12,8	17,7	12,5	14,2	38,7	33,5	35,0
2003	6,4	9,0	7,9	14,7	11,2	12,4	17,4	13,5	14,8	38,5	33,7	35,1
2004	7,4	8,2	8,0	15,1	11,5	12,7	18,3	18,2	18,2	40,8	37,9	38,9
2005	8,1	8,1	8,1	15,1	11,4	12,6	18,3	17,9	18,0	41,5	37,4	38,7

Fonte: dati delle parti

²⁵ Peraltro, ENI ha fatto presente che nel 1999 il Ministero ha cambiato la metodologia di calcolo dei consumi di GPL, determinando una discontinuità nella serie.

²⁶ BUTANGAS ha fornito stime della dimensione dei mercati di fonte Assogasliquidi (doc. 530). ENI e LIQUIGAS non ne hanno fornito di analoghe; tuttavia, sulla base delle stime delle rispettive quote di mercato è stato possibile risalire al dato della dimensione dei mercati.

65. Dalla tavola emerge che le tre società parti del procedimento rappresentano il 40% circa del mercato del GPL in bombole e il 36% circa del mercato del GPL in piccoli serbatoi. Ciò risulta, peraltro, coerente con quanto si legge nel rapporto Databank relativo al settore del GPL secondo il quale le società BUTANGAS, ENI e LIQUIGAS sono i principali operatori del mercato (complessivo, usi autotrazione e combustione)²⁷. La quota congiunta delle tre società risulta rilevante anche in considerazione del fatto che la restante parte dell'offerta si presenta estremamente frammentata: nella distribuzione del GPL in bombole e in piccoli serbatoi opera, come già evidenziato, un numero particolarmente rilevante di operatori, circa 400 società con quote di mercato ridotte²⁸. Il ruolo preminente di BUTANGAS, ENI e LIQUIGAS trova inoltre conferma nella disponibilità del 67,7% della capacità di stoccaggio dei depositi costieri, che costituiscono, come visto, infrastrutture nevralgiche per l'importazione, e dunque per l'approvvigionamento, della materia prima.

66. Le quote di mercato di BUTANGAS, ENI e LIQUIGAS risultano, infine, caratterizzate da una sostanziale stabilità nel periodo 1994 – 2006. Al riguardo si precisa che le discontinuità nelle quote di BUTANGAS del 2000 (incremento delle bombole, decremento dei piccoli serbatoi) sono dovute, come precisato dalla stessa società, all'acquisizione del ramo d'azienda di Shell²⁹. Quanto ad ENI, le quote di mercato presentano un decremento nel 1999 dovuto, a detta della società, ad una modifica nella metodologia adottata dal Ministero per il calcolo dei consumi di GPL. Infine, l'incremento delle quote di mercato di LIQUIGAS a partire dal 2004 (piccoli serbatoi) è dovuto a crescita esterna³⁰.

V. LE RISULTANZE ISTRUTTORIE

V. 1 LA DOMANDA DI TRATTAMENTO FAVOREVOLE

V. 1.1. PRESENTAZIONE DELLA DOMANDA DI TRATTAMENTO FAVOREVOLE DA PARTE DI ENI

67. Come già premesso, il 31 ottobre 2008 ENI ha presentato una domanda di trattamento favorevole ex articolo 15, comma 2-bis, della legge 10 ottobre 1990, n. 287, prospettando all'Autorità l'esistenza di un'intesa tra i principali operatori del settore del GPL a livello nazionale, quale sarebbe emersa dai primi risultati di un'indagine interna condotta in seguito all'avvio del procedimento istruttorio I/700. Nella domanda di trattamento favorevole, ENI ha chiesto di essere ammessa al beneficio della non imposizione delle sanzioni, di cui al paragrafo 2 della Comunicazione dell'Autorità sulla non imposizione e sulla riduzione delle sanzioni

²⁷ Considerando il settore del GPL nel suo complesso (uso autotrazione e uso combustione), Databank stima per il 2007 le seguenti quote di mercato: 16,7% per ENI, 15,2% per LIQUIGAS (concentrata nel segmento combustione) e 8,2% per BUTANGAS (Databank Competitors, "Il mercato del GPL", ottobre 2008, doc. 391). Nello stesso studio, le quote sia di ENI che di LIQUIGAS per il solo GPL uso combustione sono stimate di poco inferiori al 18%.

²⁸ Studio Databank citato.

²⁹ In particolare, BUTANGAS acquisisce il ramo bombole di Shell e cede, a titolo di permuta parziale, un proprio ramo relativo a piccoli serbatoi (doc. 545).

³⁰ In merito alle acquisizioni di LIQUIGAS negli anni 2003 e 2004 si vedano: Prov. n. 12290, 31 luglio 2003, C5972 LIQUIGAS/RAMO DI AZIENDA DI CARBOTRADE, in *Bollettino* n. 31/2003; Prov. n. 12337, 7 agosto 2003, C6000 LIQUIGAS/RAMO DI AZIENDA DI ERREGAS, in *Bollettino* n. 32/2003; Prov. n. 12622, 20 novembre 2003, C6139 LIQUIGAS/RAMO DI AZIENDA DI SHELL GAS ITALIA, in *Bollettino* n. 47/2003; Prov. n. 13854, 16 dicembre 2004, C6800 LIQUIGAS/RAMO DI AZIENDA, in *Bollettino* n. 51/2004; Prov. n. 13853, 16 dicembre 2004, C6799 LIQUIGAS/RAMO DI AZIENDA DI LAMPOGAS MED, in *Bollettino* n. 51/2004.

(Comunicazione)³¹, e in via meramente subordinata alla riduzione delle stesse, ai sensi del successivo paragrafo 4.

68. In data 5 dicembre 2008, ENI ha completato la domanda di trattamento favorevole, depositando una dichiarazione nella quale ha riassunto gli elementi emersi dalla suddetta indagine interna e precedentemente depositati³², e descritto un'intesa più ampia, per oggetto e durata, di quella contestata nell'ambito del procedimento I/700, finalizzata alla fissazione congiunta dei listini del GPL sfuso in piccoli serbatoi e in bombole su base nazionale da parte delle tre principali società del settore (BUTANGAS, ENI e LIQUIGAS).

69. In data 22 gennaio 2009 l'Autorità, verificata la sussistenza dei requisiti per la non imposizione delle sanzioni di cui al paragrafo 2 della Comunicazione, ha ritenuto di accogliere la domanda di ENI, condizionatamente al rispetto delle condizioni di cui al paragrafo 7 della stessa Comunicazione.

V. 1.2. DESCRIZIONE DELL'INTESA

70. Si riporta di seguito la dichiarazione resa da ENI il 5 dicembre 2008 che precisa le caratteristiche salienti dell'intesa denunciata:

"...l'intesa consisteva in un cartello segreto tra AGIPGAS SpA e le suddette società [BUTANGAS e LIQUIGAS], volto a determinare congiuntamente i listini nazionali dei prezzi al pubblico del GPL sfuso e in bombole, nei momenti di maggiore volatilità delle quotazioni internazionali dei prezzi FOB Bethouja. Essa si realizzava attraverso incontri tra i gli amministratori delegati di AgipGas ([omissis]), Liquigas ([omissis]) e Butangas ([omissis])³³, che avvenivano nei luoghi più diversi: presso le sedi delle società partecipanti, a latere dei Consigli di Amministrazione delle imprese comuni o delle riunioni delle associazioni di categoria o, infine, in altri luoghi più casuali quali Firenze, in quanto a metà strada tra Milano (sede di Butangas e Liquigas) e Roma (sede di AgipGas). A seguito degli incontri fra i vertici, il responsabile [AGIPGAS] della rete di vendita GPL in bombole e serbatoi ([omissis]) riceveva istruzioni da [AD AgipGas] su come adeguare i listini. Inoltre, lo stesso [responsabile AgipGas della rete di vendita GPL in bombole e serbatoi] incontrava con cadenza pressoché mensile, ad ogni cambio di listino, un esponente della Liquigas ([omissis]), il quale veniva presso gli uffici dell'AGIPGAS di Via Laurentina a verificare la misura della variazione del listino dell'AGIPGAS discussa precedentemente dai vertici, o a conoscere tale variazione nei casi in cui non c'era stato un incontro. [Responsabile AgipGas della rete di vendita GPL in bombole e serbatoi], poi, veniva contattato da numerosi operatori minori, ai quali comunicava il listino AGIPGAS. ..." (doc. 327).

71. In sintesi, ENI denuncia un'intesa che avrebbe avuto ad oggetto la fissazione dei listini nazionali per il GPL in piccoli serbatoi e in bombole, avrebbe coinvolto le tre principali società del settore ovvero BUTANGAS, ENI e LIQUIGAS, si sarebbe realizzata attraverso incontri tra gli amministratori delegati e sarebbe durata dal 1994 (*"L'intesa è cominciata quando la società Liquepibigas è stata ceduta dall'AgipGas alla SHV ed è stata rinominata Liquigas S.p.A., nel 1994"*, doc. 327) fino al 2005, con una fase di *"phase out"* di circa un anno, che avrebbe coinvolto

³¹ Comunicazione sulla non imposizione e sulla riduzione delle sanzioni ai sensi dell'articolo 15 della legge 10 ottobre 1990, n. 287, del 15 febbraio 2007 (Programma di Clemenza).

³² In particolare, in data 31 ottobre, 21 novembre e 1° dicembre.

³³ Di seguito AD Agipgas, AD Butangas e AD Liquigas. [AD AgipGas] ha ricoperto il ruolo di Direttore Generale fino al 2000.

dipendenti con ruoli minori. Più nello specifico, “*l’oggetto di questi incontri era quello di discutere se e quanto aumentare o diminuire i listini rispetto alle variazioni delle quotazioni internazionali del Platt’s Bethouia*” e, dunque, concordare le variazioni dei listini rispetto alle variazioni delle quotazioni internazionali: con le parole di [AD AgipGas]: “... *mi chiedevano quanto ci teniamo in pancia*” (doc. 324).

72. Con riguardo alla durata dell’intesa denunciata, ENI ha affermato che con il cambio del proprio *management* al vertice del *business* del GPL (2005) sarebbero cessati i contatti tra gli amministratori delegati³⁴. Tuttavia, per il periodo successivo di circa un anno ENI ritiene che ci sia stata una fase di aggiustamento al nuovo regime di assenza di accordi al vertice (*phase out*), nella quale andrebbero collocati gli incontri tra i livelli direttivi locali in Sardegna, dei quali si ha evidenza dal fascicolo istruttorio (con particolare riferimento all’incontro, del quale si parla nel doc. 57, che si sarebbe tenuto nel febbraio 2006 al margine di una riunione tecnica). Nel periodo all’incirca annuale di *phase out* sarebbe inoltre continuata una consuetudine di contatti tra [*responsabile AgipGas della rete di vendita GPL in bombole e serbatoi*] (dipendente di ENI) e [*omissis*] (consulente di LIQUIGAS).

73. Il funzionamento dell’intesa ha, secondo la ricostruzione di ENI, subito un parziale cambiamento nel 2000, a seguito dell’intervento dell’Autorità nel settore della distribuzione dei carburanti (procedimento I/165). In particolare, i vertici della società diedero indicazione a [AD AgipGas] di limitare i contatti con la concorrenza al livello più elevato (amministratori delegati).

74. La ricostruzione di ENI si basa principalmente sulle dichiarazioni rese da [AD Agipgas], e dunque di un diretto partecipante agli incontri. Quando ha reso le sue dichiarazioni relative all’esistenza di un’intesa nei mercati del GPL, [AD Agipgas] non era più dipendente di ENI.

75. Integrando la domanda di trattamento favorevole (doc. 544) ENI ha, infine, rappresentato come uno scambio di informazioni sull’andamento mensile delle vendite, protrattosi dal 1994 al 2001 (descritto dettagliatamente nel seguito), abbia consentito alle società coinvolte nell’intesa denunciata il monitoraggio sul mantenimento dello *status quo* concorrenziale.

V. 1.3. DOCUMENTAZIONE PRODOTTA DA ENI A SUPPORTO DELLA DOMANDA DI TRATTAMENTO FAVOREVOLE

76. Come osservato da ENI, l’intesa denunciata presenta alcune caratteristiche tali da far ritenere assai improbabile la sussistenza di prove documentali comprovanti la sua esistenza, essendosi prestata “*particolare attenzione a non lasciare tracce documentali degli incontri descritti nelle dichiarazioni*” (doc. 325)³⁵.

77. In assenza di evidenze documentali dirette dell’accordo, ENI, oltre a fornire la dichiarazione con la quale ha attestato l’esistenza di un’intesa cui essa stessa ha partecipato, ha prodotto documentazione a supporto, consistente, da un lato, in testimonianze di dipendenti ed ex dipendenti e, dall’altro, in elaborazioni di dati interni alla società sostanzialmente volte a

³⁴ Ciò trova conferma nella dichiarazione resa dall’attuale responsabile del business GPL del gruppo ENI (*omissis*), subentrato a [AD AgipGas] per l’appunto nel 2005 (doc. 325). [AD AgipGas] ha cessato la propria funzione di amministratore delegato nel gennaio 2005 e dal 2006 non è più dipendente ENI; tuttavia, è restato in Assogasliquidi almeno fino al maggio 2005 (verbale Assogasliquidi, doc. 475/2) e risultano suoi incontri con [AD Butangas] e/o [AD Liquigas] ancora fino a luglio 2005 (vedi punti 82 e ss.). Nel corso dell’audizione di ENI del 10 ottobre 2008 (doc. 282) [L’attuale responsabile del business GPL del gruppo ENI] ha spiegato di aver passato i primi mesi del suo incarico quale responsabile del *business* GPL a prendere consapevolezza delle specificità del settore.

³⁵ Al riguardo, nella dichiarazione di [AD AgipGas] si legge: “*ovviamente non vi sono documenti, erano argomenti di cui parlavamo sempre di persona*” (doc. 324).

confermare l'esistenza di incontri tra i vertici delle tre società coinvolte che potevano avere rilevanza ai fini della definizione concertata delle variazioni dei rispettivi listini. In particolare, ENI ha allegato:

- sette interviste a dipendenti e una all'ex amministratore delegato di AgipGas nel periodo oggetto di accertamento ([*omissis*]), che per l'attività svolta potevano essere informati dei fatti oggetto d'indagine (docc. 323, 324);
- elenco di 28 trasferte di [AD AgipGas] avvenute nel periodo febbraio 2000-giugno 2004 in prossimità delle variazioni del listino ENI (data di adozione o data di entrata in vigore) con precisazione della data, luogo e motivazione della missione (doc. 325), quale indicazione di possibili occasioni di incontro tra i rappresentanti delle tre società;
- variazioni (mensili) del FOB *Bethouia* e relative variazioni del listino ENI con precisazione delle date di adozione e decorrenza, per il periodo gennaio 2000 dicembre 2004 (doc. 325);
- registrazione parziale di alcuni ingressi dei rappresentanti di LIQUIGAS e BUTANGAS per il periodo 1998-2002 e 2005 (docc. 393 e 538);
- registrazione degli ingressi di [*omissis*] (dipendente e poi, dall'aprile 2000, consulente di LIQUIGAS) in ENI nel periodo gennaio 2005 – febbraio 2007 rapportati alla tempistica delle variazioni del listino ENI (adozione e decorrenza del medesimo listino) (doc. 324).

78. Tra le interviste allegate alla domanda di trattamento favorevole, hanno un particolare rilievo quelle di [*responsabile AgipGas della rete di vendita GPL in bombole e serbatoi*] e [AD AgipGas], entrambi attivi con diversi livelli di responsabilità nel *business* GPL dal 1995 al 2005-2006. In particolare, nella dichiarazione di [AD AgipGas], amministratore delegato di AGIPGAS fino al 2005, vengono resi noti gli elementi salienti dell'intesa denunciata (ripresi da ENI nella dichiarazione del 5 dicembre), con particolare riferimento alla prassi di incontri al vertice con LIQUIGAS e BUTANGAS: *“Questi incontri si tenevano nei momenti topici per i prezzi internazionali del prodotto, cioè quelli in cui i prezzi erano particolarmente volatili, tutte le volte che ce ne era l'esigenza. E l'oggetto di questi incontri era quello di discutere se e quanto aumentare o diminuire i listini rispetto alle variazioni delle quotazioni internazionali. ... [Gli incontri] potevano avvenire nei luoghi più diversi ... Mi incontravo con [AD Liquigas] e [AD Butangas] in moltissime occasioni per ragioni di varia natura ... ben più di cento volte ogni anno. In quelle occasioni parlavamo di tutto, anche di listini ... Ci vedevamo a pranzo e discutevamo, tra le altre cose, anche di quale politica di listino attuare in relazione agli aumenti del Platt's”* (doc. 324).

79. Nella propria dichiarazione, [AD AgipGas] ha inoltre precisato che, a seguito del procedimento I165-Accordi per la fornitura di carburanti da parte dell'Autorità, lo stesso [AD AgipGas] fu chiamato da [*omissis*] (Amministratore Delegato di AgipGas prima di [*omissis*] dal 1997 al 2000) e da [*omissis*] (allora Direttore Generale del Refining & Marketing di ENI) e ricevette chiare indicazioni di occuparsi personalmente dei contatti con la concorrenza³⁶. A seguito di tale

³⁶ [AD AgipGas] riferisce le parole dell'allora Direttore Generale del Refining & Marketing di ENI [*omissis*]: *“Se state facendo qualcosa di anticompetitivo sul GPL evitate e mi raccomando d'ora in poi, [AD AgipGas], d'ora in poi occupatene tu da solo”*. Quanto alle conseguenze di questa disposizione, [AD AgipGas] dichiara *“Io detti disposizione ai miei collaboratori, da [responsabile AgipGas della rete di vendita GPL in bombole e serbatoi] ai capiarea, di cessare ogni contatto con la concorrenza. Infatti, prima di tale data [responsabile AgipGas della rete di vendita GPL in bombole e serbatoi] riceveva frequenti telefonate da operatori medi e piccoli che chiedevano informazioni sulle variazioni del listino ENI”* (doc. 324). Questo risulta confermato dalle dichiarazioni di [*responsabile AgipGas della rete di vendita GPL in*

episodio, [AD AgipGas] diede disposizioni ai propri collaboratori (tra i quali [responsabile AgipGas della rete di vendita GPL in bombole e serbatoi]) di cessare la prassi di contatti con operatori medio-piccoli che chiedevano informazioni in merito ai listini di ENI.

80. Quanto a [responsabile AgipGas della rete di vendita GPL in bombole e serbatoi], ENI ha prodotto due interviste. Nella prima [responsabile AgipGas della rete di vendita GPL in bombole e serbatoi] si sofferma in particolare sui suoi incontri con [ex-dipendente e dal 2000 consulente Liquigas], che avrebbero avuto ad oggetto scambi di informazioni sulle variazioni dei listini a seguito della variazioni delle quotazioni internazionali e sugli andamenti delle vendite nei diversi canali del GPL. La seconda dichiarazione di [responsabile AgipGas della rete di vendita GPL in bombole e serbatoi] conferma quanto riportato da [AD AgipGas] circa gli incontri tra amministratori delegati finalizzati a fissare congiuntamente i listini, nonché il venir meno, dal 2000, della prassi di contatti dello stesso [responsabile AgipGas della rete di vendita GPL in bombole e serbatoi] e di altri collaboratori di [AD AgipGas] (tra i quali i capiarea) con operatori di dimensione medio-piccola (non individuati con precisione).

81. Infine, in data 2 ottobre 2009, a seguito di una specifica richiesta degli Uffici dell’Autorità di poter ascoltare [AD AgipGas] in audizione, ENI ha integrato la domanda di trattamento favorevole producendo un’ulteriore dichiarazione nella quale [AD AgipGas], affermando la propria indisponibilità ad un’audizione in quanto ritenuta superflua, ha confermato la dichiarazione originariamente allegata alla domanda di trattamento favorevole, ribadendo che “prima della pubblicazione dei nostri listini ci sentivamo con i vertici di Liquigas e di Butangas, in particolare con quest’ultimi, che erano interessati alle variazioni che stavamo per apportare ai listini” (doc. 550). Nella medesima dichiarazione, [AD AgipGas] ha confermato l’esistenza di uno scambio di informazioni (di cui si dirà più diffusamente nel seguito) funzionale, per un certo periodo dell’intesa, al monitoraggio della stessa.

V. 2. I CONTATTI TRA LE SOCIETÀ

82. Secondo quanto affermato da ENI nella domanda di trattamento favorevole, la determinazione congiunta dei listini nazionali dei prezzi al pubblico del GPL in bombole e in piccoli serbatoi tra le tre società coinvolte nell’intesa avveniva, come già evidenziato, ad esito di “incontri tra gli amministratori delegati di AgipGas ([omissis]), Liquigas ([omissis]) e Butangas ([omissis]), che avvenivano nei luoghi più diversi: presso le sedi delle società partecipanti, a latere dei Consigli di Amministrazione delle imprese comuni o delle riunioni delle associazioni di categoria ...” (doc. 327). Al riguardo, nella dichiarazione di [AD AgipGas] viene affermato che “l’oggetto di questi incontri era quello di discutere se e quanto aumentare o diminuire i listini rispetto alle variazioni delle quotazioni internazionali del Platt’s Bethouia” (doc. 324). A seguito di questi incontri, come riportato da ENI nella domanda di trattamento favorevole, “il responsabile della rete di vendita di GPL in bombole e serbatoi ([omissis]) riceveva istruzioni da [AD AgipGas] su come adeguare i listini”³⁷.

bombole e serbatoi): “Noi ci occupavamo di fornire agli operatori medio/piccoli le informazioni sul nostro listino ma, a seguito della richiesta di [dell’allora Direttore Generale del Refining & Marketing di ENI], [AD AgipGas], nel corso di una riunione con tutti i capi area, ci chiese di non tenere più i contatti con la concorrenza relativi al “trust”, cioè a comunicazioni sui listini, anche perché ci ha detto [AD AgipGas] “se vogliono il listino se lo procurano da soli” (doc. 324).

³⁷ Nell’audizione del 20 febbraio 2009, lo stesso [responsabile AgipGas della rete di vendita GPL in bombole e serbatoi] ha precisato “[AD AgipGas] dava indicazioni sulle variazioni del listino a seguito degli incontri con [AD Butangas] e/o

83. Nella documentazione allegata alla domanda di trattamento favorevole, ENI ha prodotto un'elaborazione sulla base di riscontri documentali indiretti (note spese delle trasferte), sostanzialmente volta a ricostruire un legame tra gli incontri dei vertici delle tre società e le variazioni dei rispettivi listini. In particolare, ENI ha allegato un elenco di 28 trasferte di [AD AgipGas] presuntivamente avvenute in prossimità delle variazioni del listino ENI (data di adozione o successiva data di entrata in vigore) con indicazione della data, luogo e motivazione della missione, per il periodo febbraio 2000-giugno 2004 (doc. 325).

84. L'elaborazione prodotta da ENI relativamente alle 28 trasferte di [AD AgipGas] è servita a fornire una prima indicazione di un percorso di accertamento di quanto dichiarato nella domanda di trattamento favorevole nonché di una possibile metodologia di analisi. Essa è stata, pertanto, utilizzata quale punto di partenza della successiva attività istruttoria.

85. Nel corso del procedimento sono state, infatti, raccolte ulteriori evidenze in merito alle trasferte e agli incontri dei tre soggetti che, secondo le dichiarazioni di ENI, hanno messo in atto l'intesa. In particolare, le evidenze al riguardo sono state acquisite nel contesto degli accertamenti ispettivi del 27 gennaio 2009 presso le sedi delle società BUTANGAS, ENI e LIQUIGAS e attraverso le successive richieste di informazioni alle stesse tre società³⁸, nonché ad Assogasliquidi, associazione di categoria, e a Seastok, impresa comune tra le tre società nella logistica primaria del GPL, in merito alle date delle riunioni dei rispettivi organi collegiali.

86. L'insieme di tali evidenze è stato poi elaborato al fine di verificare l'effettiva frequenza delle possibili occasioni di incontro tra i tre rappresentanti delle parti del procedimento, a conferma dell'attendibilità di quanto dichiarato da [AD AgipGas] sulla descritta consuetudine dei contatti. In seconda battuta, si è poi cercato di accertare se gli incontri di cui è rimasta traccia si fossero tendenzialmente tenuti in prossimità delle decisioni di variazione (o di non variazione) dei listini. Pertanto, l'obiettivo dell'analisi condotta è stato quello di verificare empiricamente se questa parte della ricostruzione di [AD AgipGas] fosse coerente con la documentazione disponibile e dunque credibile. Una simile verifica è apparsa necessaria, nonché suscettibile – in caso di esito positivo – di corroborare le affermazioni di [AD AgipGas] alla luce della singolarità di quanto riportato, in merito alla notevole frequenza di incontri (addirittura “cento volte l'anno”) tra i massimi responsabili delle tre principali imprese del settore del GPL in Italia.

87. Nel dettaglio, la documentazione agli atti utilizzata per ricostruire gli incontri tra i vertici delle tre società è stata la seguente (ordinata per le tre società e per le organizzazioni di interesse comune):

- LIQUIGAS:

i) elenco degli incontri così come risultanti dalle agende dell'Amministratore Delegato ([omissis]) per gli anni 1994-2006, ad eccezione del 1998, anno per il quale l'agenda non è stata rinvenuta (doc. 348);

ii) note spese delle trasferte dell'Amministratore Delegato per il periodo gennaio 1998-dicembre 2005 (docc. 336, 337, 338, 339, 448);

[AD Liquigas], sia che tali incontri si tenessero a Roma nella sede di AgipGas, sia che si tenessero a Milano o in altre località” (doc. 444).

³⁸ È stata inoltre acquisita documentazione relativa agli organi collegiali di Costiero Gas Livorno e Consorzio Operatori GPL Napoli (doc. 444).

iii) rilevazione degli ingressi dei rappresentanti di BUTANGAS ([*omissis*]) e AGIPGAS ([*omissis*]) dal settembre 2002 a luglio 2005 (docc. 340-345, 349, 350, 352-355, 357);

iv) estratto dai registri di accesso visitatori per limitati periodi (doc. 347): marzo 1998, maggio-settembre 1998, novembre 1998, febbraio-giugno 1999, gennaio-novembre 2000;

v) allegato A all'audizione di LIQUIGAS del 16 luglio 2009 (doc. 509), contenente una puntuale ricostruzione delle trasferte di [*AD Liguigas*] nelle date dei possibili incontri tra [*AD AgipGas*], [*AD Butangas*] e lo stesso [*AD Liguigas*] nel periodo febbraio 2000-giugno 2004;

- BUTANGAS:

i) note spese delle trasferte di [*AD Butangas*] dal 1996 al settembre 2005 (docc. 423-426, 447).

Per questa società non è stato invece possibile acquisire evidenze sugli ingressi di visitatori esterni, stante l'assenza di un sistema di rilevazione presenze;

- ENI:

i) note spese delle trasferte di [*AD AgipGas*] per gli anni giugno 1994-1996 (doc. 446) e febbraio 2000-giugno 2004 (doc. 325). Non sono invece disponibili tali informazioni per il periodo 1997-febbraio 2000 e dal giugno 2004;

ii) rilevazione degli ingressi dei rappresentanti di LIQUIGAS e BUTANGAS per il periodo 1998-2002 e 2005 (docc. 393 e 538);

- ASSOGASLIQUIDI/SEASTOK:

i) date delle riunioni in seno all'associazione di categoria nazionale, Assogasliquidi, per gli anni 1995-2005 (docc. 444, 475/1, 475/2, 475/3);

ii) date dei consigli di amministrazione e delle assemblee dell'impresa comune Seastok per gli anni 1995-2005 (doc. 479).

88. Appare evidente che la documentazione utilizzata può consentire di ricostruire solo in parte il complesso degli incontri che possono essere avvenuti tra i tre rappresentanti delle parti. Questo in primo luogo perché, anche per la funzione ricoperta, i responsabili delle tre società potrebbero avere avuto occasioni di incontro e/o di comunicazione che non hanno lasciato traccia nella documentazione disponibile: si pensi, ad esempio, ad eventuali incontri tenutisi in luoghi diversi dalle sedi delle imprese e per i quali non sia stato chiesto alcun rimborso spese, o anche a contatti telefonici e simili. In secondo luogo, la documentazione agli atti risulta, per vari motivi, incompleta: in particolare:

i) la rilevazione degli ingressi dei visitatori esterni risulta totalmente assente per BUTANGAS e parziale per LIQUIGAS e ENI. Con riferimento agli ingressi in ENI, la stessa società ha fatto presente che la documentazione depositata è necessariamente incompleta³⁹. Quanto a LIQUIGAS, si dispone di un estratto parziale dei registri di accesso dei visitatori esterni e solo a partire dal 1998;

ii) non si dispone, inoltre, delle note spese relative alle trasferte di [*AD AgipGas*] per il periodo 1997-febbraio 2000 e dal giugno 2004 (fino a luglio 2005), né di quelle di [*AD Liguigas*] per gli anni 1996-1997. Peraltro, le trasferte di [*AD Liguigas*] di cui si ha evidenza sono unicamente

³⁹ In relazione a ENI, si dispone di un estratto dai registri di accesso visitatori per il periodo 1998-2002 e 2005 (docc. 393 e 538). Al riguardo, ENI ha precisato che il riscontro degli ingressi in AGIP/ENI è da "*considerarsi necessariamente incompleto*". A detta di ENI, infatti, in ragione del considerevole lasso di tempo trascorso, è plausibile che i dati di registrazione dei visitatori esterni siano andati dispersi; inoltre, non si può escludere che [*AD Butangas*] e [*AD Liguigas*], in quanto "*personaggi molto conosciuti negli ambienti ENP*", entrassero nella società senza che fosse loro richiesto di registrarsi (doc. 538).

quelle che hanno determinato pagamenti regolati tramite carta di credito. Infine, per l'anno 1998 non è stata rinvenuta l'agenda di [AD Liguigas].

89. Nonostante la documentazione disponibile sia parziale e dunque consenta di individuare unicamente una parte dei possibili incontri tra [AD AgipGas], [AD Butangas] e [AD Liguigas], dalle ricostruzioni effettuate e illustrate nel seguito, emerge comunque una radicata consuetudine di contatti tra i tre soggetti che, per tutto il periodo cui si riferisce il procedimento, hanno avuto la responsabilità di gestire le attività delle tre società interessate nel ramo del GPL per riscaldamento in bombole e in piccoli serbatoi. In tal senso, i risultati dell'analisi svolta permettono di confermare le dichiarazioni di [AD AgipGas] circa la molteplicità e la frequenza delle occasioni di incontro tra i partecipanti all'intesa.

90. In dettaglio, nel paragrafo che segue (paragrafo V.2.1.) si dà conto degli incontri comprovati dalla documentazione agli atti, articolati anno per anno, evidenziandone di volta in volta la natura (ovvero se coinvolgevano due o tutte e tre le società), la data e la motivazione dell'incontro, ove disponibile (distinguendo l'associazionismo a livello nazionale o europeo e le assemblee e consigli direttivi della società comune Seastok).

91. Da questa serie di incontri, è stato successivamente estrapolato un sottoinsieme che comprende quelli avvenuti in prossimità delle decisioni di variazione ovvero di mantenimento dei listini delle tre società. Sono stati selezionati, in particolare, quei contatti, sia bilaterali sia trilaterali, che hanno avuto luogo in data precedente o contestuale la prima data utile di adozione del listino da parte di almeno una delle tre società e, dunque, in linea di principio potenzialmente utili alla definizione congiunta delle politiche di prezzo, secondo quanto rappresentato da ENI circa le modalità di funzionamento dell'intesa (paragrafo V. 2.2.).

V. 2.1. LA CONSUETUDINE DEI CONTATTI

92. Nel corso dell'istruttoria, utilizzando le evidenze agli atti, sono stati individuati, anno per anno, gli incontri tra i rappresentanti delle parti che è stato possibile accertare sulla base della documentazione disponibile sopra descritta. In numerose occasioni, l'evidenza degli incontri può essere direttamente tratta da tale documentazione. Nei casi in cui potevano sorgere dei dubbi si è utilizzata l'interpretazione più restrittiva. In particolare:

- 1) le note spese (principalmente ricevute di taxi) delle trasferte a Roma di [AD Butangas] o [AD Liguigas] sono state considerate come evidenze di incontri con [AD AgipGas] solo se riportavano espressamente la dicitura "Agip"⁴⁰;
- 2) un sottoinsieme di queste entrate in Agip di [AD Butangas] e [AD Liguigas] è stato messo a confronto con l'estratto parziale degli ingressi fornito da ENI: gli ingressi in Agip sono stati considerati come evidenze di incontri con [AD AgipGas] solo nel caso in cui da tale estratto risultasse espressamente che il soggetto visitato era lo stesso [AD AgipGas]⁴¹;

⁴⁰ In altre parole, le note spese genericamente riferite a trasferte a Roma di [AD Butangas] e [AD Liguigas] non sono state considerate – cautelativamente – come possibili occasioni di incontro con [AD AgipGas], anche se avvenute lo stesso giorno.

⁴¹ Di nuovo, questa scelta è stata fatta per motivi cautelativi, anche se è ragionevole ipotizzare che i rappresentanti di LIQUIGAS e BUTANGAS potessero incontrare [AD AgipGas] anche in occasione di visite ad altri esponenti di ENI.

3) del pari, gli ingressi di [AD Butangas] e/o [AD AgipGas] in LIQUIGAS sono stati considerati come evidenze di incontri con [AD Liguigas] solo nel caso in cui risultasse espressamente che il soggetto visitato era lo stesso [AD Liguigas]⁴²;

4) per stabilire che [AD AgipGas] avesse partecipato ad alcune riunioni di Assogasliquidi non è stato ritenuto sufficiente il fatto che le riunioni si siano svolte presso la sede di ENI, e si è verificato invece che il nominativo di [AD AgipGas] risultasse anche dal verbale della riunione⁴³;

5) non sono state unificate le sequenze di incontri bilaterali tra coppie di società diverse, tenutisi nello stesso giorno o nel giorno successivo, che invece avrebbero potuto essere considerate assimilabili ad un contatto a tre.

93. La Tabella che segue fornisce una sintesi delle evidenze sugli incontri tra i tre rappresentanti di ENI, BUTANGAS e LIQUIGAS negli anni dal 1996⁴⁴ al luglio 2005⁴⁵. Su un totale di 228 incontri individuati nel periodo considerato, 84 sono conseguenti a riunioni in sede di Assogasliquidi o nel contesto dell'impresa comune Seastok; i restanti 144 incontri (pari al 63% del totale) risultano dunque svincolati da queste occasioni ufficiali di incontro. L'incidenza dell'attività associativa o di gestione dell'impresa comune risulta di gran lunga maggiore nei contatti a tre: 72,6% degli incontri a tre è avvenuta nel contesto di riunioni presso Assogasliquidi/Seastok mentre solo il 23,5% degli incontri a due è conseguente a tali attività. Quanto all'identità dei partecipanti, emerge una relativa maggiore frequenza degli incontri bilaterali tra ENI e BUTANGAS rispetto alle altre due possibili coppie (ENI/LIQUIGAS e BUTANGAS/LIQUIGAS). Ciò risulta coerente con quanto affermato da [AD AgipGas] nella dichiarazione allegata alla domanda di trattamento favorevole: "... accadeva che mi incontravo anche col solo [AD Butangas] il quale poi riferiva il contenuto della nostra conversazione a [AD Liguigas]" (doc. 324)⁴⁶.

⁴² Benché sia ragionevole ipotizzare che i rappresentanti di BUTANGAS e ENI potessero vedere [AD Liguigas] anche nelle loro visite alla sede di LIQUIGAS effettuate per incontri con altri esponenti della società o per partecipare a riunioni degli organi direttivi di Seastok tenutesi presso LIQUIGAS, si è scelto – cautelativamente - di non considerare la presenza di [AD AgipGas] e/o [AD Butangas] nei locali di LIQUIGAS come prova diretta di un loro incontro con [AD Liguigas].

⁴³ È tuttavia probabile che le riunioni dell'associazione tenute presso la sede di ENI alle quali partecipavano i rappresentanti di BUTANGAS e LIQUIGAS costituissero un'occasione di incontro a tre.

⁴⁴ Gli anni 1994-1995 non sono stati considerati in ragione del fatto che per essi si dispone, come detto, di una documentazione assolutamente parziale (ovvero di un elenco degli incontri così come risultanti dalle agende di [AD Liguigas], doc. 348 e di un elenco di trasferte di [AD AgipGas], doc. 446).

⁴⁵ Successivamente a tale data, infatti, non si dispone delle note spese del rappresentante di ENI ed è venuto a mancare il rappresentante di BUTANGAS.

⁴⁶ Cfr. anche la seconda dichiarazione di [AD AgipGas]: "prima della pubblicazione dei nostri listini ci sentivamo con i vertici di Liguigas e di Butangas, in particolare con quest'ultimi, che erano interessati alle variazioni che stavamo per apportare ai listini" (doc. 550), nonché la dichiarazione di [responsabile AgipGas della rete di vendita GPL in bombole e serbatoi], nella quale viene affermato che a seguito degli incontri tra [AD Butangas] e [AD AgipGas] "[AD AgipGas] ci dava le indicazioni sulle modifiche da inserire nel listino" (doc. 324).

Tabella 5 - Sintesi degli incontri tra BUTANGAS, ENI e LIQUIGAS (gennaio 1996 - luglio 2005)

Anno	Totale incontri	numero incontri presso Assogasliquidi/AEGPL/Seastok	incontri a tre/di cui per Assogasliquidi o Seastok	incontri a due*/di cui per Assogasliquidi o Seastok
1996	13	3	2/2	11(6 AB; 5 BL)/1
1997	7	4	2/2	5(2 AB; 2 BL; 1 AL)/2
1998	22	9	2/2	20(12 BL; 8 AB)/7
1999	25	8	7/5	18(9 BL; 6 AB; 3 AL)/3
2000	32	10	9/7	23(10 BL; 9 AB; 4 AL)/3
2001	32	13	8/7	24(19 AB; 4 BL; 1 AL)/6
2002	30	9	11/4	19(13 AB; 6 BL)/5
2003	27	10	9/7	18(13 AB; 3 BL; 2 AL)/3
2004	27	12	8/7	19(10 AB; 7 BL; 2 AL)/5
7/2005	13	6	4/2	9(4 BL; 3 AB; 2 AL)/4
Totale	228	84	62/45	166/39

Fonte: elaborazione su dati dei doc. 325, da 336 a 345, da 347 a 350, 352, 355, 357, 393, da 423 a 426, 444, da 446 a 448, 475/1, 475/2, 475/3, 479, 509, 538

*Legenda: BL: incontri bilaterali tra Butangas e Liquigas; AB: incontri bilaterali tra AgipGas e Butangas; AL: incontri bilaterali tra AgipGas e Liquigas.

94. Il complesso degli incontri, così come ricostruito, dà una chiara indicazione della frequenza, molteplicità e regolarità delle occasioni di incontro tra i rappresentanti delle tre società, nonostante il quadro delle interazioni sia stato, come detto, ricostruito sulla base di evidenze necessariamente incomplete e, per la loro specifica tipologia non idonee a dar conto di tutte le possibili occasioni di incontro tra le tre società. Si ricorda, ad esempio, che per alcuni periodi (segnatamente dal gennaio 1997 al febbraio 2000 e per il 2005) non si dispone di informazioni sulle trasferte di [AD AgipGas] mentre le note spese delle trasferte di [AD Liquigas] di cui si ha evidenza sono unicamente quelle che hanno determinato pagamenti regolati tramite carta di credito e comunque a far data dal 1998; i registri di rilevazione degli ingressi sono del tutto mancanti per BUTANGAS⁴⁷, parziali per ENI⁴⁸, mentre per LIQUIGAS iniziano solo nel 1998 e risultano discontinui⁴⁹. Inoltre, come già evidenziato, alcuni possibili incontri (sia bilaterali che a tre) non sono stati considerati a motivo della interpretazione restrittiva adottata nei casi dubbi⁵⁰. In particolare, proprio in ragione delle

⁴⁷ Come detto, BUTANGAS non aveva per gli anni oggetto di indagine un sistema di rilevazione dei visitatori.

⁴⁸ In relazione a ENI, si dispone di un estratto dai registri di accesso visitatori per il periodo 1998-2002 e 2005 (docc. 393 e 538).

⁴⁹ Cfr. *supra*, punti 87 e 88.

⁵⁰ Si fa riferimento al fatto che, in via cautelativa, nella ricostruzione effettuata non siano state considerate: i) le trasferte a Roma di [AD Liquigas] e [AD Butangas], sia singole che avvenute nella medesima data, qualora dalle note spese (principalmente ricevute di taxi) non risulti espressamente la destinazione "Agip"; ii) le entrate di [AD Butangas] e [AD AgipGas] in LIQUIGAS quando non viene riportato [AD Liquigas] quale soggetto visitato. Ci si riferisce, altresì, al fatto

specifiche caratteristiche della documentazione disponibile e dell'interpretazione cautelativa che se ne è data, gli incontri a tre potrebbero risultare sottostimati (cfr. paragrafo 102).

95. Ciononostante, la descritta documentazione agli atti conferma in maniera univoca l'esistenza di una consuetudine di contatti regolari e ricorrenti tra i rappresentanti delle tre società, così come è stata riferita da ENI nella domanda di trattamento favorevole, per tutto il periodo oggetto di accertamento. In particolare, dalle evidenze acquisite risultano, per gli anni 1996-luglio 2005, occasioni di incontro continue e regolari tra le tre società (con traccia di almeno un incontro al mese⁵¹). La ricostruzione ha fornito in diversi casi evidenze di tre/quattro incontri al mese, nelle città nelle quali si trovano le rispettive sedi (Roma e Milano) o più raramente in altre località di interesse comune (tra cui, Firenze, Napoli e Trieste)⁵².

96. Alcuni di questi incontri avvenivano in occasione di riunioni degli organi direttivi di imprese comuni attive nella logistica primaria del GPL (prevalentemente Seastok, al cui capitale partecipano tutte e tre le società e in un caso Costiero Gas Livorno, al cui capitale partecipano ENI e LIQUIGAS) o dell'associazione di categoria nazionale (Assogasliquidi) o europea (Aegpl)⁵³. Questa circostanza, stando sempre a quanto rappresentato da ENI, è pienamente coerente con l'ipotesi che tali incontri potessero servire anche a concordare le variazioni dei listini⁵⁴. In ogni caso, la maggior parte dei contatti di cui si ha evidenza, in particolare quelli bilaterali, non appaiono riconducibili a riunioni degli organi direttivi di imprese comuni o dell'associazione di categoria.

V. 2.2. I CONTATTI A RIDOSSO DELLE DECISIONI SUL LISTINO

97. Un'ulteriore verifica che è stata compiuta nel corso dell'istruttoria riguarda l'eventualità che gli incontri tra i vertici delle tre società avvenissero in date temporalmente utili ai fini di una concertazione delle decisioni relative alla variazione dei rispettivi listini (o al loro mantenimento), a conferma di quanto rappresentato da ENI circa le modalità di funzionamento dell'intesa. A tal fine, dalla serie degli incontri ricostruita nel paragrafo precedente sono stati estrapolati i contatti che hanno avuto luogo in prossimità delle date di decisione in merito all'eventuale variazione/assenza di variazione dei listini (bombole e piccoli serbatoi) per gli anni 1996-2005 ("incontri potenzialmente rilevanti"). Alla luce dell'ipotesi istruttoria formulata e di quanto affermato da ENI nella domanda di trattamento favorevole, sono state considerate unicamente le decisioni di prezzo (variazioni dei listini/assenza di variazioni) che hanno coinvolto tutte e tre le società.

che gli incontri bilaterali tra coppie diverse di società avvenuti nello stesso giorno o in giorni successivi non sono stati equiparati ad incontri a tre.

⁵¹ Ad eccezione del 1997, anno in cui tuttavia, come rappresentato, non si dispone delle note spese di [AD AgipGas] e [AD Liquigas], né delle rilevazioni degli ingressi nelle tre società.

⁵² Come già precisato, ciò risulta coerente con quanto dichiarato da [AD AgipGas] nella documentazione allegata da ENI alla domanda di trattamento favorevole: "Ho calcolato che mi incontro con rappresentanti di concorrenti [BUTANGAS E LIQUIGAS] ben più di cento volte ogni anno. In quelle occasioni parlavamo di tutto, anche di listini e altre questioni attinenti a contrastare iniziative di altri concorrenti scorretti (riempimento abusivo di bombole e simili), piccoli e medi" (doc. 324).

⁵³ Si tratta, ancora, di una caratteristica degli incontri che corrisponde a quanto dichiarato da [AD AgipGas]: "Io mi incontro con [AD Liquigas] e [AD Butangas] in moltissime occasioni per ragioni di varia natura, a valle delle riunioni degli organi direttivi di associazioni, consorzi e per la gestione delle partecipazioni in comune con Liquigas e Butangas e per la programmazione delle quantità importate via mare" (doc. 324).

⁵⁴ Nella domanda di trattamento favorevole ENI ha dichiarato che i contatti tra gli amministratori delegati volti alla definizione congiunta delle variazioni dei listini avvenivano anche *a latere* di occasioni di incontro ufficiali (doc. 327).

98. Quanto alla **metodologia di analisi utilizzata**, occorre distinguere la situazione di variazione dei listini da parte di tutte e tre le società da quelle di invarianza degli stessi. In particolare, sono stati considerati potenzialmente utili alla definizione concertata dei listini (“incontri potenzialmente rilevanti”):

i) in caso di variazione dei listini da parte di tutte e tre le società, gli incontri bilaterali e trilaterali avvenuti nel lasso temporale compreso tra l’ultima settimana del mese precedente e la prima data di decisione di prezzo da parte di una delle tre società, identificata come “prima data utile” (la prima comunicazione del listino alla rete da parte di BUTANGAS o LIQUIGAS ovvero la data di adozione della decisione in merito alla variazione del listino da parte di ENI⁵⁵, se precedente).

La prima data utile così individuata è necessariamente precedente rispetto a quella di decorrenza dello stesso listino. La soluzione adottata non tiene, dunque, conto degli incontri eventualmente avvenuti tra la data di definizione del listino e la successiva data di decorrenza. Lo scopo dell’analisi è stato, infatti, quello di circoscrivere i contatti presumibilmente rilevanti per la determinazione congiunta delle variazioni dei listini, escludendo gli incontri avvenuti successivamente alla decisione di almeno una delle società coinvolte⁵⁶.

Sono stati considerati potenzialmente rilevanti anche gli incontri tenutisi lo stesso giorno dell’invio della prima comunicazione alla rete (incontri contestuali alla prima data utile). Al riguardo, si pone infatti in evidenza che la decisione sull’eventuale variazione dei listini (oggetto dell’intesa) non richiedeva particolari elaborazioni e coinvolgeva, almeno per LIQUIGAS e BUTANGAS, un solo soggetto⁵⁷. Pertanto, si è ritenuto che la decisione sul *pricing* poteva precedere anche solo di poche ore l’invio del listino alla rete.

ii) in caso di invarianza dei listini da parte di tutte e tre le società, gli incontri bilaterali e trilaterali avvenuti nel lasso temporale compreso tra l’ultima settimana del mese precedente e la prima settimana nel mese di riferimento⁵⁸.

99. Come detto, in entrambe le situazioni di variazione o assenza di variazione dei listini, sono stati considerati potenzialmente rilevanti anche gli incontri tenutisi l’ultima settimana del mese precedente. Al riguardo, nel corso dell’audizione di ENI del 20 febbraio 2009 (doc. 444) si è infatti appreso che, sebbene la variazione ufficiale di *Platt’s Bethouia* venga resa nota il primo giorno di ciascun mese, già negli ultimi 10 giorni del mese è possibile formulare previsioni circa il suo

⁵⁵ Data della nota per l’amministratore delegato (che approvava la proposta proveniente dal responsabile del *business* GPL) fino al settembre 2003 e successivamente data del verbale del comitato *pricing* (al quale partecipavano i responsabili dei diversi segmenti del *business*).

⁵⁶ In alcuni casi, limitati, la prima data utile disponibile per le tre società era rappresentata dalla prima data di decorrenza dei listini (listini bombole e piccoli serbatoi ottobre 1997; listini bombole giugno 1998 e listini bombole e piccoli serbatoi luglio 1998). In tali circostanze si è imposto, in via prudenziale, che la data di decisione del listino fosse anticipata di due giorni rispetto a quella di decorrenza.

⁵⁷ Come visto, nel caso di ENI a partire da ottobre 2003 la variazione dei listini veniva decisa in un comitato *pricing*. In ogni caso, tale modalità non era incompatibile con un sostanziale accentramento della decisione da parte di [AD AgipGas]. Al riguardo, [responsabile AgipGas della rete di vendita GPL in bombole e serbatoi] ha dichiarato: “L’attività di *pricing* era svolta dall’AD (in seguito responsabile *business* del GPL) ... Quello che è certo è che a seguito di questi incontri ricevevamo istruzioni sui listini” (doc. 324). Inoltre, lo stesso [responsabile AgipGas della rete di vendita GPL in bombole e serbatoi], nel corso dell’audizione del 20 febbraio 2009 ha precisato che “[AD AgipGas] dava indicazioni sulle variazioni del listino a seguito degli incontri con [AD Butangas e/o AD Liquigas]” (doc. 444).

⁵⁸ In alcune limitate circostanze ENI, e BUTANGAS solo per lo sfuso, hanno comunque inviato una comunicazione alla rete di assenza di variazione del listino. In questi casi, la data di tale comunicazione è stata individuata quale limite temporale massimo per circoscrivere gli incontri potenzialmente rilevanti.

andamento sulla base delle quotazioni del GPL (propano) nel Nord Europa⁵⁹. Pertanto, si è ritenuto che l'incontro rilevante ai fini della determinazione congiunta della strategia di prezzo potesse essere avvenuto anche nel corso dell'ultima settimana del mese precedente.

100. La Tabella seguente sintetizza le informazioni elaborate su questo aspetto, fornendo anno per anno, le decisioni di prezzo precedute dall'esistenza di almeno uno degli "incontri potenzialmente rilevanti"⁶⁰, selezionati con le modalità cautelative descritte, per il periodo 1996 - luglio 2005⁶¹.

In particolare:

- la seconda colonna indica il numero di decisioni di listino (variazioni o assenza di variazioni) precedute da evidenza di incontri tra i vertici delle tre società. In alcuni anni, ci sono state più variazioni di listino nello stesso mese e, dunque, il numero dei listini risulta superiore a 12. Quanto al 2005, le trasferte di cui si ha evidenza terminano a luglio 2005: i listini considerati per questo anno sono pertanto solo 7;
- la terza colonna contiene il totale degli incontri rilevanti di cui si ha evidenza nell'anno. Come già precisato, in alcuni casi più incontri potrebbero risultare rilevanti per il medesimo listino;
- nella quarta e nella quinta colonna gli incontri rilevanti sono distinti, rispettivamente, in incontri a due, specificando l'identità dei partecipanti, e a tre.

⁵⁹ A titolo meramente esemplificativo, si menziona che nel verbale *pricing* di ENI del 3 gennaio 2000 viene fatto riferimento alla variazione di prezzo della materia prima del 27 dicembre 1999 (doc. 325).

⁶⁰ Con tale termine vengono dunque indicati quei contatti, sia bilaterali sia trilaterali, che hanno avuto luogo in data precedente e/o contestuale la prima data utile di adozione del listino da parte di almeno una delle tre società.

⁶¹ Gli anni 1994-1995 non sono stati considerati in ragione del fatto che per essi si dispone, come detto, di una documentazione assolutamente parziale (ovvero di un elenco degli incontri così come risultanti dalle agende di [*AD Liqigas*], doc. 348 e di un elenco di trasferte di [*AD AgipGas*], doc. 446). Con riguardo al 1996, si precisa, inoltre, che fino al mese di novembre non si dispone dei listini di ENI: la prima data utile è stata, dunque, individuata dal confronto tra le date di invio alla rete dei listini di BUTANGAS e LIQUIGAS.

Tabella 6 - Sintesi delle decisioni di prezzo precedute da incontri rilevanti (periodo 1996 – luglio 2005)

Anno	Decisioni di prezzo precedute da incontri rilevanti su totale listini	Tot. incontri rilevanti	di cui: a due (identità dei partecipanti*)	di cui: a tre
1996	6 su 13	7	7(4AB 3BL)	
1997	4 su 13	4	4(3BL 1AL)	
1998	6 su 12	10	9(4AB 5BL)	1
1999	7 su 15	10	8(5BL 2AB 1AL)	2
2000	8 su 15	12	10(5BL 3AB 2AL)	2
2001	10 su 12	14	10(10AB)	4
2002	9 su 13	11	6(5AB 1BL)	5
2003	8 su 12	11	8(7AB 1BL)	3
2004	3 su 12	4	4(3AB 1AL)	
2005	3 su 7	4	3(2AB 1AL)	1

Fonte: elaborazione su dati dei doc. 325, da 336 a 345, da 347 a 350, 352, 355, 357, 393, da 423 a 426, 444, da 446 a 448, 475/1, 475/2, 475/3, 479, 509, 538

*Legenda: AB: incontro AD ApipGas/AD Butangas; AL: incontro AD ApipGas/AD Liquigas; BL: incontro AD Butangas/AD Liquigas

101. La Tabella evidenzia che, nel periodo oggetto di accertamento, almeno per il 51,6% delle decisioni di prezzo prese dalle tre società è stata trovata evidenza di “incontri potenzialmente rilevanti”. Tali incontri sono stati complessivamente 87, in media oltre 9 all’anno. La maggior parte di questi incontri (circa l’80%) è avvenuta tra due società, in prevalenza ENI e BUTANGAS. Occorre considerare che, stante un *set* informativo che, come già precisato, risulta inevitabilmente incompleto, tali evidenze rappresentano un’indicazione minima degli incontri tra i rappresentanti delle società BUTANGAS, ENI e LIQUIGAS potenzialmente utili ai fini di una concertazione sulle variazioni da apportare (o non apportare) ai rispettivi listini. In particolare, le caratteristiche del *set* di dati disponibili sono tali per cui non solo sono sicuramente sfuggite occasioni di incontro, ma, soprattutto, sono stati sottorappresentati gli incontri a tre.

102. In particolare, con specifico riferimento agli incontri a tre, si pone in evidenza che gli stessi potrebbero risultare sottostimati in quanto:

– per gli anni 1997 - febbraio 2000 e dal giugno 2004 non si dispone di informazioni relativamente alle trasferte di [AD AgipGas];

– le entrate congiunte di [AD AgipGas] e [AD Butangas] in LIQUIGAS avvenute prevalentemente in occasione di riunioni degli organi direttivi di Seastok sono state considerate alla stregua di incontri bilaterali, qualora dai verbali non risulti la partecipazione di [AD Liquigas]. È tuttavia altamente probabile un contatto tra i rappresentati delle tre società volto alla definizione congiunta delle politiche di prezzo *a latere* di occasioni di incontro ufficiali. Ciò risulta confermato, come già evidenziato, da quanto riportato da ENI nella domanda di trattamento favorevole (doc. 327);

– analogamente dai verbali di alcune riunioni di Assogasliquidi tenutesi presso ENI risulta la presenza di [AD Butangas] e [AD Liquigas] ma non quella di [AD AgipGas]. È parimenti probabile che tali riunioni costituissero occasione di un incontro a tre, per le medesime ragioni espresse al punto precedente;

– in altre occasioni di incontro tra [AD AgipGas] e [AD Butangas] in Agip (desunte dalle note spese di [AD Butangas] dove viene espressamente indicato “Agip”), [AD Liquigas] risulta comunque in trasferta a Roma. È dunque ben possibile che anche il rappresentante di LIQUIGAS fosse presente all’incontro;

– infine, alcuni incontri a due sono seguiti, nella medesima giornata o comunque nell’arco temporale di pochi giorni, da un secondo incontro bilaterale tra coppie di partecipanti diversi. Essi dunque potrebbero essere di fatto assimilati ad un incontro a tre. Al riguardo, si richiama quanto affermato nella dichiarazione di [AD AgipGas] allegata alla domanda di trattamento favorevole di ENI: “... accadeva che mi incontravo anche col solo [AD Butangas] il quale poi riferiva il contenuto della nostra conversazione a [AD Liquigas]” (doc. 324)⁶². La dichiarazione di [AD AgipGas] è confermata sul punto dalla circostanza che dall’analisi effettuata gli incontri bilaterali tra [AD AgipGas] e [AD Butangas] risultano particolarmente frequenti. In via prudenziale, tali incontri sono stati considerati comunque a due.

103. In conclusione, dai paragrafi che precedono risulta confermata l’esistenza di una prassi di incontri ricorrente e continuativa tra i rappresentanti delle tre società. La molteplicità degli incontri non appare giustificabile sulla base di motivazioni di natura oggettiva (riunioni in sede di associazione di categoria e degli organi direttivi delle imprese comuni nella logistica primaria), anche in considerazione della loro frequenza. In ogni caso, si pone in evidenza che la maggior parte dei contatti di cui si ha evidenza, in particolare quelli bilaterali, non appaiono riconducibili ad occasioni di incontro degli organi direttivi di imprese comuni o in seno all’associazione di categoria.

104. Un significativo sottoinsieme delle evidenze raccolte riguarda, poi, incontri precedenti e/o contestuali alla definizione delle decisioni di prezzo, confermando dunque la coerenza con le modalità di funzionamento dell’intesa così come descritte da ENI nella domanda di trattamento favorevole. Peraltro, si ricorda ancora una volta che gli incontri di cui si ha evidenza rappresentano solo una parte di quelli che presumibilmente hanno avuto luogo. Infatti, come già illustrato, la documentazione acquisita agli atti per ricostruire il complesso dei contatti tra i rappresentati delle tre società è necessariamente parziale e incompleta (cfr. paragrafo 88). Inoltre, nei casi dubbi è stata sempre e comunque prescelta un’interpretazione prudenziale (cfr. paragrafi 92 e 102). Da ultimo, il numero limitato dei soggetti coinvolti e l’assiduità nei loro rapporti testimoniata dal numero degli incontri di cui si ha prova lascia presupporre che fosse anche possibile il ricorso ad

⁶² Cfr. anche la dichiarazione di [AD AgipGas] prodotta da ENI il 2 ottobre 2009 ad integrazione della domanda di trattamento favorevole (doc. 550) nella quale viene affermato: “... prima della pubblicazione dei nostri listini ci sentivamo con i vertici di Liquigas e di Butangas, in particolare con quest’ultimi, che erano interessati alle variazioni che stavamo per apportare ai listini”. Nella dichiarazione di [responsabile AgipGas della rete di vendita GPL in bombole e serbatoi], nella quale viene riportato che a seguito di incontri tra [AD Butangas] e [AD AgipGas] “[AD AgipGas] ci dava le indicazioni sulle modifiche da inserire nel listino” (doc. 324).

altre forme di contatti, ad esempio telefonici, comunque utili alla definizione congiunta delle decisioni di prezzo⁶³.

V. 3 IL PARALLELISMO DEI LISTINI

105. L'intesa descritta da ENI ha ad oggetto, come detto, la fissazione dei listini per la vendita di GPL in bombole e in piccoli serbatoi. Nel corso dell'istruttoria sono stati acquisiti tali listini per le tre società BUTANGAS, ENI e LIQUIGAS, al fine di verificare se essi mostrano un andamento parallelo per gli anni oggetto di indagine.

V. 3.1 I LISTINI

106. Le analisi di seguito descritte riguardano i listini delle società BUTANGAS, ENI e LIQUIGAS dal novembre 1996 e solo di BUTANGAS e LIQUIGAS dal gennaio 1995 all'ottobre 1996⁶⁴. Questo perché per ENI si dispone dei listini solo a partire dal novembre 1996⁶⁵. Le analisi cominciano dal 1995 e non dal 1994, che nella domanda di trattamento favorevole è indicato come l'anno di inizio dell'intesa. Questo perché i listini trasmessi da LIQUIGAS per il 1994 rappresentano a detta della stessa società *"tutto ciò che con sforzo e diligenza è stato possibile reperire"*⁶⁶ e, pertanto, potrebbero fornire un quadro approssimativo del reale andamento dei listini.

107. Come evidenziato nel paragrafo dedicato ai mercati, i canali distributivi delle bombole di GPL e dei piccoli serbatoi si differenziano, oltre che per prodotto (propano per i piccoli serbatoi, propano e miscela per le bombole), anche per le modalità di commercializzazione. In particolare, per i piccoli serbatoi la vendita è diretta mentre le bombole sono di norma vendute ai clienti finali dai rivenditori. La diversità dei mercati trova corrispondenza nel fatto che tutte le società definiscono listini differenziati per le bombole e per i piccoli serbatoi.

108. I listini bombole vengono diffusi ai rivenditori e contengono prezzi consigliati per la vendita al pubblico⁶⁷. Con riguardo a tali listini occorre considerare che il GPL in bombole è in realtà l'insieme di una pluralità di prodotti, individuati dalla capacità dei contenitori nei quali il GPL viene imbottigliato. Pertanto, per ciascuna società, i listini non contengono un unico prezzo ma tanti prezzi quante sono le tipologie di bombole commercializzate.

109. Diversamente, il GPL per piccoli serbatoi è un prodotto unico e la sua distribuzione viene fatta direttamente dalle società petrolifere sulla base dei listini dalle stesse predisposte. Nello specifico, per il GPL in piccoli serbatoi, BUTANGAS indica un prezzo massimo e un prezzo

⁶³ Cfr. al riguardo la seconda dichiarazione di [AD AgipGas]: *"prima della pubblicazione dei nostri listini ci sentivamo con i vertici di Liguigas e di Butangas, in particolare con quest'ultimi, che erano interessati alle variazioni che stavamo per apportare ai listini"* (doc. 550).

⁶⁴ I listini di BUTANGAS sono contenuti nei docc. da 411 a 415, 440 e 453. I listini di ENI sono contenuti nei docc. 446, 462, 466 e 474. I listini di LIQUIGAS sono contenuti nei docc. da 359 a 368, 439, 441 e 517.

⁶⁵ La società ha spiegato che i listini precedenti non sono più disponibili nei suoi archivi (si veda doc. 446).

⁶⁶ Anche in ragione del fatto che l'art. 2200 del c.c. dispone un obbligo di durata solo decennale per la conservazione dei documenti. La società ha, inoltre, evidenziato come nel 1994 abbiano avuto luogo vicende societarie (acquisizione di LiquiPibiGas Distribuzione S.p.A. da parte di Novogas S.p.A. che ha poi cambiato denominazione sociale in Liguigas S.p.A.) tali per cui i relativi listini risultano in taluni casi attribuiti alla Novogas e alla LiquiPibiGas (doc. 441).

⁶⁷ I listini per le bombole contengono anche l'indicazione dei prezzi di cessione ai rivenditori. Fino a quando i prezzi delle bombole di GPL sono stati definiti dal CIP (1991) al rivenditore era riconosciuto un margine convenzionale, fissato in 280 lire/Kg (0,14 euro/Kg), che determinava la differenza, fissa, tra il prezzo al pubblico (franco negozio rivenditore) e quello rivenditore. I listini delle società risultano aver conservato questa stessa struttura (prezzo di cessione delle bombole a rivenditore definito per differenza dal prezzo consigliato al pubblico).

minimo. ENI suddivide il territorio nazionale in fasce (raggruppamenti di province), per ciascuna delle quali indica un prezzo. LIQUIGAS indica un solo prezzo.

110. In secondo luogo, coerentemente con il fatto che i mercati della distribuzione di GPL in bombole e in piccoli serbatoi sono locali e sono mercati di prossimità, i listini si differenziano per aree geografiche ma con modalità che cambiano per i due canali e per le singole società. Occorre, tuttavia, evidenziare che l'articolazione geografica dei listini costituisce una semplificazione della diversità dei contesti competitivi nelle diverse aree del Paese. Questo implica che anche le macro aree individuate dalle società comprendono numerosi e diversi mercati locali.

111. Nei listini per il GPL in piccoli serbatoi di BUTANGAS e LIQUIGAS l'articolazione territoriale è limitata alle isole minori. Quanto ad ENI, l'articolazione territoriale nei listini è maggiore e collegata alla definizione stessa delle fasce di prezzo: il territorio nazionale è diviso in raggruppamenti di province (fasce), per ciascuno dei quali è definito un prezzo. Inoltre, nel corso degli anni, ENI ha apportato modifiche alle fasce sia creandone di nuove sia spostando province da una fascia all'altra.

112. Con riguardo ai listini delle bombole, tutte e tre le società adottano un'articolazione geografica che, di norma, distingue il Centro-Nord dal Sud ma può essere anche più raffinata, sia nel senso di segmentare ulteriormente il Sud, sia nel senso di trattare come a sé stanti le isole minori (come fanno ENI e LIQUIGAS) o specifiche aree territoriali (ad esempio, come fa ENI, la provincia di Aosta). Nel complesso i listini bombole delle società BUTANGAS, ENI e LIQUIGAS hanno avuto o un'articolazione territoriale simile⁶⁸ o articolazioni differenziate ma sostanzialmente stabili⁶⁹. Ciò ha implicato che le politiche commerciali delle società, per le quali i listini sono la necessaria base di partenza, nel complesso dei mercati locali non hanno subito ripetuti cambiamenti nel corso del periodo 1995 - 2005.

V. 3.2 LA MODALITÀ DI VARIAZIONE DEI LISTINI

113. Come visto nel paragrafo precedente, i listini per il GPL definiti dalle società BUTANGAS, ENI e LIQUIGAS presentano una certa complessità dovuta, nel caso dei piccoli serbatoi, solo alla diversa articolazione territoriale dei prezzi e nel caso delle bombole anche alla molteplicità dei

⁶⁸ I listini delle tre società presentano un'articolazione geografica simile nei seguenti periodi:

- novembre 1996 – gennaio 1997 (tre raggruppamenti: Centro – Nord; Puglia, Campania e Calabria; Sicilia);
- marzo 1997 – marzo 2001 e gennaio 2005 – luglio 2005 (due raggruppamenti: Centro-Nord e Sud);
- settembre 2005 – dicembre 2005 (listino unico nazionale).

Con specifico riferimento al periodo gennaio 1995 – ottobre 1996, per il quale sono disponibili solo i listini delle società BUTANGAS e LIQUIGAS, si precisa che i listini di tali società avevano un'articolazione territoriale simile con la sola eccezione del mese di gennaio 1995.

⁶⁹ I listini delle tre società presentano articolazioni territoriali differenziate nel periodo aprile 2001 – gennaio 2005.

Tuttavia, anche in questo lasso di tempo la struttura dei listini, per quanto differenziata, è stata caratterizzata da una sostanziale stabilità: le modifiche sono state poche e nel complesso riconducibili al fatto che per un certo periodo BUTANGAS e LIQUIGAS hanno adottato un listino unico nazionale. In particolare, a partire dalla situazione instaurata nel marzo 1997, nella quale tutte e tre le società articolano i propri listini in Centro-Nord e Sud, si sono avuti i seguenti cambiamenti:

- ad aprile 2001 LIQUIGAS ha adottato un listino unico nazionale;
- ad agosto 2002 anche BUTANGAS ha unificato il proprio listino per l'intero territorio nazionale;
- ad agosto 2004 ENI ha introdotto un listino *ad hoc* per la Sicilia;
- a novembre 2004 BUTANGAS e LIQUIGAS hanno reintrodotta nei rispettivi listini la distinzione Centro-Nord Sud;
- a gennaio 2005 ENI ha abbandonato il listino *ad hoc* per la Sicilia estendendo a questa regione il listino Sud.

prodotti offerti (contenitori di diversa dimensione). Al fine di verificare se sia esistito un parallelismo dei listini delle parti, occorre tener conto di tale articolazione⁷⁰.

114. Un'analisi puntuale delle variazioni dei listini ha evidenziato come, in realtà, i listini venivano modificati in maniera semplice: nella sostanza, ognuna delle tre società applicava la medesima variazione per tutte le voci del listino nelle varie ripartizioni territoriali, e questo sia per il listino del canale bombole che per quello del canale piccoli serbatoi. Le eccezioni a questa regola sono, infatti, molto poche e sono di norma dovute a circostanze specifiche, verificatesi solo per alcune singole edizioni del listino.

115. In particolare, si è potuto constatare che le poche eccezioni alla suddetta regola⁷¹ possono essere ricondotte a tre tipologie di circostanze specifiche. In alcuni casi, nei quali una voce è variata in modo diverso dalle altre ed è stata immediatamente corretta nel listino successivo, l'eccezione alla regola della variazione uniforme si deve probabilmente ad errori nella compilazione del listino (e alla loro successiva correzione)⁷². In altri casi, l'eccezione all'uniformità delle variazioni riguarda una sola delle voci del listino e deriva dalla scelta, da parte della società, di adottare politiche di prezzo *ad hoc* per aree circoscritte (ad esempio, la provincia di Aosta). Per ciascuna delle tre società, al più in otto casi (indicati, nell'analisi, come "listini differenziati") si può, infine, parlare di veri e propri listini non uniformi sul territorio nazionale, con l'adozione di differenziazioni di prezzo per macroaree⁷³. Come si vedrà, tuttavia, in quattro di questi casi le tre società risultano aver adottato contemporaneamente lo stesso schema di differenziazione territoriale delle proprie politiche di prezzo.

116. Che i listini del GPL in bombole e in piccoli serbatoi fossero modificati applicando un'unica variazione alle diverse voci nelle quali si articolavano è coerente con le affermazioni di [AD AgipGas] secondo le quali le tre società si accordavano su un unico numero (in quale misura trasferire nei rispettivi listini la variazione del *Platt's*). Tale risultato costituisce un importante punto di partenza per lo studio del parallelismo dei comportamenti delle tre parti.

117. Di seguito si descriveranno più diffusamente le analisi condotte. In particolare, nel paragrafo V. 3.2.1, per il canale piccoli serbatoi si spiegherà che le variazioni risultavano uniformi nelle partizioni geografiche individuate dalle singole società. Quindi, per il canale bombole si verificherà l'unitarietà della variazione in ragione tanto dell'articolazione geografica quanto della molteplicità delle bombole commercializzate (paragrafo V. 3.2.2). Per comodità di lettura si fa

⁷⁰ L'articolazione dei listini e il meccanismo di coordinamento avente ad oggetto un valore sintetico, tale da poter essere definito in uno scambio di battute tra amministratori delegati, risultano conciliabili se, per i singoli listini, i prezzi relativi alle diverse partizioni geografiche (e, per le bombole, i prezzi del singolo prodotto) variano nella stessa misura (ad esempio, si aumentano i prezzi di tutte le aree di 10).

⁷¹ Le eccezioni sono state individuate calcolando, per ciascun listino, le differenze tra i valori massimo e minimo delle variazioni nelle singole articolazioni territoriali. Sono state considerate "significative", e dunque sottoposte ad un approfondimento volto a trovarne una causa, le differenze con valori uguali o maggiori di 5 lire ovvero di 3 millesimi di euro.

⁷² Più precisamente, gli "errori" sono stati individuati come differenze dello stesso valore tra due listini successivi. In tali casi il secondo listino corregge la variazione anomala (rispetto a quella prevalente nel complesso delle varie articolazioni geografiche) del listino precedente.

⁷³ Peraltro, anche tali casi non appaiono inconciliabili con una variazione sostanzialmente unitaria dei listini (sulla quale risulti relativamente agevole trovare un accordo), nella misura in cui i prezzi di una macroarea variano in maniera diversa dal resto del territorio nazionale (ad esempio, al Sud i prezzi vengono aumentati meno che nel resto del Paese) ovvero il territorio nazionale appare diviso in due partizioni nelle quali i prezzi vengono variati in maniera differenziata (ad esempio, al Nord i prezzi aumentano di x mentre al Sud aumentano di y).

presente che i paragrafi V. 3.2.1 e V. 3.2.2 possono essere saltati senza pregiudicare la comprensione delle successive analisi sul parallelismo dei listini.

V.3.2.1 Analisi delle variazioni dei listini - Piccoli serbatoi

118. Nel canale distributivo dei piccoli serbatoi il prodotto offerto è unico e l'articolazione dei listini deriva esclusivamente dalla componente territoriale. Pertanto, per verificare se sia possibile ridurre la variazione di tali listini ad un unico valore occorre guardare solo alle differenze territoriali.

119. Con riferimento ai listini BUTANGAS per i piccoli serbatoi si è in primo luogo verificato che la differenza tra il prezzo massimo e quello minimo contenuto in ciascun listino è costante⁷⁴. Quindi si sono calcolate le variazioni del prezzo massimo di ciascun listino rispetto al precedente e si è verificato che tali variazioni sono costanti per le partizioni considerate (Italia, Isola d'Elba e La Maddalena)⁷⁵. Da ciò segue che la variazione del listino piccoli serbatoi di BUTANGAS può essere sintetizzata dalla variazione del prezzo massimo per il territorio nazionale⁷⁶.

120. Quanto ai listini LIQUIGAS per i piccoli serbatoi si è calcolata la differenza tra il prezzo massimo indicato per le isole minori e quello generale (Italia)⁷⁷. Tale differenza risulta costante con sporadiche eccezioni⁷⁸. Pertanto, anche LIQUIGAS risulta aver modificato in maniera uniforme i prezzi del GPL per piccoli serbatoi in Italia e nelle isole minori. Il valore rappresentativo di tali modifiche (utilizzato per le analisi relative al parallelismo) è la variazione del prezzo consigliato per il territorio nazionale.

121. Con riguardo ai listini piccoli serbatoi di ENI⁷⁹, per ciascuna fascia si sono calcolate le variazioni dei prezzi rispetto al listino precedente. Al fine di confrontare tra loro le variazioni adottate per le singole fasce, si è calcolata, per ogni listino, la differenza tra il valore massimo e quello minimo e si è rilevato come solo in pochi casi si verificano differenze "significative" (almeno 5 lire ovvero 3 millesimi di euro)⁸⁰. Pertanto, anche per ENI si è verificato che, al di là di

⁷⁴ Essa risulta pari a 25 lire ovvero 0,013 euro. Le uniche eccezioni a tale regola riguardano dicembre 1994 e febbraio 1995 per l'Isola d'Elba.

⁷⁵ Le variazioni di listino sono diverse per l'Italia, da una parte, e per l'Isola d'Elba e la Maddalena, dall'altra, in soli 3 casi (sui 92 listini diramati da BUTANGAS nel periodo dicembre 1994 – dicembre 2005), e precisamente nei listini di aprile e luglio 1998 e del 4 ottobre 2000.

⁷⁶ Infatti, essendo la differenza tra prezzo massimo e prezzo minimo costante, le variazioni di ciascun listino rispetto al precedente sono le stesse sia che si consideri il prezzo massimo sia che si usi il prezzo minimo.

⁷⁷ Come per BUTANGAS, l'analisi ha riguardato i listini diramati da dicembre 1994 a dicembre 2005 (complessivamente 84 listini). Si precisa che nell'analisi descritta non si sono considerati i listini dell'8 febbraio 1995 (estensione a Veneto, Emilia Romagna e Toscana del prezzo in vigore dal 23 gennaio 1995 per le restanti regioni) e del 1° agosto 1996 (estensione a Piemonte, Veneto, Emilia Romagna, Marche, Lazio, Toscana e Sardegna del prezzo in vigore dal 8 maggio 1996 per le restanti regioni) in quanto si tratta di variazioni interne al listino. In altre parole, la società non modifica i prezzi bensì la copertura territoriale dei propri listini.

⁷⁸ Tra la fine del 2000 (in particolare, listini di novembre e dicembre) e l'inizio del 2001 (listino di febbraio) si amplia la forbice di prezzo tra il territorio nazionale e le isole minori (la differenza passa da 60 a 100 lire) mentre nel settembre 2005 tale forbice si riduce (la differenza passa da 0,50 a 0,40 euro). In corrispondenza di questi salti la variazione tra un listino e il precedente per le isole minori differisce da quello generale.

⁷⁹ Si precisa che nel periodo novembre 1996 – dicembre 2005 le fasce di prezzo dei listini passano da 7 a 11. Nell'analisi svolta non si sono considerati i prezzi consigliati per San Marino.

⁸⁰ Si tratta, infatti, di 12 casi su 82 listini considerati (da novembre 1996 a dicembre 2005); al riguardo, si precisa che tali 82 listini comprendono solo i casi nei quali ENI ha diramato nuovi listini rispetto al mese precedente. In particolare, l'analisi delle differenze per i listini di ENI relativi ai piccoli serbatoi ha evidenziato 12 casi di *pricing* specifico per aree circoscritte (di cui 8 relativi alla provincia di Aosta), un unico caso di "errore" (riguardante i listini del 5 agosto e del 10 settembre 2002 limitatamente alla quarta fascia) e due casi di listini differenziati, relativi al luglio 2004 (diminuzione del prezzo in tutte le aree ad eccezione di Campania, Puglia e Calabria) e novembre 2004 (incremento solo per le province

casi sporadici e circoscritti, il listino viene cambiato applicando un'unica variazione alle diverse fasce. Tale variazione è individuata, per le analisi sul parallelismo, dalla moda delle variazioni relative alle diverse fasce⁸¹.

V. 3.2.2 Analisi delle variazioni dei listini – Bombeole

V. 3.2.2.1 Uniformità della variazione dei listini bombeole per area geografica

122. Con riferimento ai listini delle bombeole, occorre considerare che ciascun listino riguarda diverse pezzature di bombeole. Tutte e tre le società offrono bombeole di miscela da 10 e 15 Kg e bombeole di propano da 10, 15, 20, 25 e 62 Kg. Accanto a questa offerta comune, BUTANGAS, ENI e LIQUIGAS offrono tipologie specifiche di bombeole⁸². Le bombeole da 10 e 15 Kg si configurano come una categoria unitaria, in ragione del fatto che costituiscono la tipologia di bombeole più venduta⁸³ e che, unitamente alle bombeole da 20 Kg – che sono però meno diffuse, godono di un'aliquota IVA agevolata (9%-10% a fronte del 19%-20% delle bombeole con più di 20 Kg). Pertanto, i contenitori, sia di miscela che di propano fino a 15 Kg, sono stati considerati negli approfondimenti svolti come un'unica tipologia di bombeole⁸⁴.

123. Al fine di verificare se anche per i listini delle bombeole le diverse voci della articolazione geografica sono variate in maniera uniforme, per ciascuna società si è svolta la seguente analisi:

- si sono calcolate, per ognuna delle voci della sua articolazione territoriale e per ciascuna tipologia di contenitore, le variazioni unitarie per chilogrammo (variazioni di prezzo diviso il numero di Kg) di ogni listino rispetto al precedente;
- all'interno di ciascun listino e per le singole tipologie di bombeole si sono confrontate tra loro le variazioni unitarie applicate ai prezzi per le diverse ripartizioni geografiche, calcolando la differenza tra la variazione più elevata e quella meno elevata;
- si sono quindi analizzati i casi in cui le differenze tra le variazioni massime e minime avevano valori “significativi” (maggiori di 5 lire/3 millesimi di euro).

meridionali). Si precisa, infine, che per due listini (agosto e settembre 2002) le differenze risultano dovute a due cause diverse (*pricing* specifico per le isole minori e un “errore”).

⁸¹ Come noto, la moda, in un insieme di osservazioni, corrisponde all'osservazione che ricorre con maggior frequenza. In considerazione del fatto che di norma all'interno di ciascun listino di ENI le differenze tra i valori massimo e minimo sono trascurabili, nella maggioranza dei casi la moda equivale alla media. Solo nei 2 casi di listini differenziati la variazione unitaria è stata calcolata come media delle variazioni delle singole fasce.

⁸² BUTANGAS offre bombeole di miscela da 14 Kg e bombeole di propano da 13 Kg e da 50 Kg. Questa società offre tutte le pezzature di bombeole solo nel Centro-Nord mentre nelle altre ripartizioni in genere non sono commercializzate le capacità maggiori (50 e 62 Kg). Si precisa, infine, che BUTANGAS comincia a commercializzare bombeole da 20 Kg solo a partire da febbraio 2000.

LIQUIGAS offre anche bombeole di propano da 5 Kg (nel solo Centro-Nord, a partire da gennaio 1999). Per questa società le bombeole da 62 Kg seguono una dinamica di prezzi “unitaria” nel senso che non si differenzia per area geografica. Le bombeole da 5 Kg seguono la dinamica di prezzi delle pezzature con più di 20 Kg (alle quali si applica un'aliquota IVA al 20%).

ENI offre anche bombeole di propano da 100 e 200 Kg. In Valle d'Aosta ENI commercializza solo bombeole di propano da 10, 15 e 25 Kg. Per questa regione i prezzi sono espressi senza accise.

⁸³ Dai docc. 515 e 517 risulta che la maggior parte del fatturato e dei volumi di vendita di BUTANGAS e di LIQUIGAS derivano da tali contenitori. In particolare, per LIQUIGAS (doc. 517) il [omissis] del fatturato (il [omissis] dei volumi) deriva da bombeole da 10 kg e il [omissis] del fatturato ([omissis] dei volumi) dai contenitori di 15 Kg. Anche per BUTANGAS (doc. 515) la maggior parte del fatturato si realizza con le bombeole fino a 15 Kg (tradizionalmente questa società vendeva anche bombeole da 14 Kg, il cui peso è andato diminuendo; ad ogni modo le bombeole da 14 Kg e 15 Kg sono state trattate in maniera unitaria).

⁸⁴ Nelle analisi svolte queste pezzature sono state indicate con M o P a seconda che contengano miscela o propano. Per BUTANGAS le tipologie di bombeole M e P comprendono anche i contenitori da 13 e 14 Kg. Si precisa, inoltre, che le bombeole di propano con peso superiore a 15 Kg sono state indicate con P seguito dal numero di Kg contenuti.

Come si descriverà in dettaglio nei punti seguenti, tale analisi ha evidenziato la scarsa rilevanza quantitativa di tali casi, di norma riconducibili a categorie coerenti con l'uniformità della variazione dei listini.

124. Nel caso di BUTANGAS sui 95 listini considerati – si tratta dei listini diramati alla rete di vendita da dicembre 1994 a dicembre 2005 – solo in 15 casi si ottengono differenze tra le variazioni massime e minime almeno pari a 5 lire o 3 millesimi di euro. Di tali differenze 6 sono riconducibili a “errori” (ciascun “errore” coinvolge 2 listini), 1 a *pricing* specifico (per l'Isola d'Elba e la Maddalena relativamente alle bombole di propano da 13 Kg) e 8 a listini effettivamente differenziati.

125. Con riguardo a LIQUIGAS sono emersi 19 casi di differenze “significative” su 93 listini considerati (listini diramati alla rete di vendita da gennaio 1995 a dicembre 2005). Nello specifico, 10 casi sono riconducibili a “errori”⁸⁵, 5 a *pricing* specifico per Ustica e Pantelleria e 8 a listini differenziati.

126. Quanto ad ENI l'analisi delle variazioni dei listini bombole ha evidenziato 17 casi di differenze “significative” (su 82 listini, da novembre 1996 a dicembre 2005). In 13 casi le differenze sono dovute a *pricing* specifico (prevalentemente per Aosta⁸⁶ o Ustica e Pantelleria); in 7 casi le differenze dipendono da listini differenziati per aree geografiche.

127. Da quanto sopra detto emerge che di norma nei listini di BUTANGAS, ENI e LIQUIGAS la variazione relativa alle singole tipologie di bombole è riconducibile ad un'unica grandezza per tutte le aree geografiche. Infatti, il numero di differenze rilevanti è esiguo, a maggior ragione se si considera che i listini analizzati sono solo quelli diramati e pertanto non comprendono, di norma, i casi in cui i listini non sono stati modificati. Inoltre, le poche differenze “significative” sono per la maggior parte spiegabili con “errori” e *pricing* specifico per aree geografiche circoscritte. In particolare, per tutte e tre le società i listini differenziati per area geografica si riducono a 7 per ENI e 8 per BUTANGAS e LIQUIGAS⁸⁷.

128. In conclusione, nei paragrafi precedenti si è messo in evidenza come, per le singole tipologie di bombole, la variazione dei listini sia sostanzialmente la stessa indipendentemente dall'articolazione territoriale adottata dalle società BUTANGAS, ENI e LIQUIGAS. In ragione di ciò, si è adottato quale valore rappresentativo della variazione dei listini di ciascuna tipologia di bombole la moda (valore più frequente) delle variazioni unitarie⁸⁸; nei casi, sporadici, di listini differenziati per aree geografiche si è, invece, utilizzata la media⁸⁹.

⁸⁵ Limitatamente a questa società, si sono assimilati ad “errori” (individuati come differenze all'incirca uguali in due listini successivi dove il secondo listino corregge la variazione errata del primo) casi nei quali la variazione per una determinata area equivale alla somma delle variazioni di due listini successivi per le altre aree. Si tratta, nello specifico, dei listini bombole di LIQUIGAS del 10 ottobre 1995 per Puglia e Calabria e del 6 settembre 2002 per Ustica e Pantelleria: infatti, per le aree indicate non risultano disponibili i listini immediatamente precedenti (rispettivamente, luglio 1995 e agosto 2002). Si precisa, inoltre, che per questa società taluni casi di differenza sono giustificate da più di una causa.

⁸⁶ Inoltre, con riguardo ad Aosta in diversi casi la differenza può essere ricondotta a variazioni delle accise (tali variazioni non si ripercuotono sui prezzi per Aosta, che sono senza accisa). Si precisa, inoltre, che anche per ENI taluni casi di differenza sono giustificate da più di una causa.

⁸⁷ Con riferimento ai listini differenziati delle tre società, si vedrà nel seguito, che in quattro casi essi presentano praticamente lo stesso disegno territoriale e/o merceologico per tutte e tre le società (ovvero solo per BUTANGAS e LIQUIGAS limitatamente al periodo gennaio 1995 – ottobre 1996 per il quale non sono disponibili i listini di ENI).

⁸⁸ Alternativamente, si sarebbe potuto utilizzare la media. Rispetto a questo indicatore la moda non è influenzata dai valori anomali che sono costituiti dagli “errori” e dalle politiche di prezzo locali. Ad ogni modo, in ragione del fatto che nella larga maggioranza dei casi le differenze tra i valori massimo e minimo delle variazioni sono nulle o comunque trascurabili, la moda coincide quasi sempre con la media.

V. 3.2.2.2 Uniformità della variazione dei listini bombole per tipologia di contenitore

129. Una volta appurato che, all'interno dei listini bombole delle singole società, i prezzi variano in maniera sostanzialmente uniforme nelle diverse ripartizioni geografiche individuate, si può verificare se l'uguaglianza si mantenga anche tra le diverse tipologie di bombole. A tale fine, si è proceduto, separatamente per ciascuna società, a confrontare le variazioni unitarie dei prezzi delle diverse pezzature di bombole (moda delle variazioni per ripartizione geografica, media nei pochi casi di listini differenziati).

130. Un confronto grafico delle variazioni dei prezzi delle diverse tipologie di bombola evidenzia come, salvo poche eccezioni, i prezzi si muovano in maniera uniforme per le diverse pezzature. Questo implica che la variazione dei listini, oltre a risultare indipendente dall'area geografica – come verificato grazie all'analisi delle differenze, è generalmente costante anche per le diverse tipologie di bombole. In altre parole, un'unica variazione viene di norma applicata a tutte le articolazioni (di prodotto e geografiche) dei listini del GPL in bombole.

131. Un altro modo di verificare che nella sostanza la medesima variazione del listino viene applicata a tutte le tipologie di bombole è quello di confrontare tra loro, nell'ambito dei listini di ciascuna delle tre società, le variazioni di prezzo applicate a ciascuna delle pezzature del prodotto⁹⁰. In particolare, il confronto è stato effettuato osservando il rapporto tra la variazione massima e quella minima⁹¹ tra quelle fatte registrare, in un dato listino, per le diverse tipologie di bombole. Nel caso in cui a tutte le pezzature sia stata imposta una variazione uniforme, ci si può attendere che il valore di tale rapporto sia all'incirca di 1,1. Questo perché le bombole di GPL possono essere assoggettate a due aliquote IVA, 10% e 20%; di conseguenza, una volta decisa la variazione da applicare, le società la maggiorano in ragione dell'aliquota applicata alla specifica tipologia di bombola. In assenza di altre cause di differenziazione, dopo l'applicazione dell'IVA la variazione massima risulterà quella delle bombole con aliquota al 20%, la minima sarà quella applicata alle bombole con aliquota al 10%. In questo caso, che corrisponde appunto ad una variazione uniforme del listino tra le diverse tipologie di bombole, il rapporto tra variazione massima e minima sarà all'incirca 1,1⁹².

132. Le distribuzioni di frequenza del rapporto tra la variazione unitaria massima e quella minima per tipologia di bombola evidenziano che, per tutte e tre le società, i rapporti si concentrano

Per completezza, si precisa che in alcuni casi per calcolare la moda si sono dovuti operare degli arrotondamenti (all'unità fino al 2001 e alla terza cifra decimale dal 2002). In sporadici casi, inoltre, la moda risultava indeterminata pur essendo trascurabili le differenze tra la variazioni massima e minima: ad esempio, nel listino LIQUIGAS relativo al settembre 2005 per le bombole da 20 Kg di propano le sole variazioni da considerare, relative al continente e alle isole minori, differivano tra di loro di un millesimo; in tali circostanze si è calcolata la media.

⁸⁹ In particolare, come anticipato, i valori che sintetizzano le variazioni dei listini sono stati calcolati come medie delle variazioni unitarie in un numero assai limitato di casi: 8 per BUTANGAS e LIQUIGAS (di cui 4 per variazioni differenziate parallele tra le varie società) e 5 per ENI (di cui 4 per variazioni differenziate parallele).

Con riferimento ad ENI, si precisa che in due casi di variazioni differenziate si è calcolata la moda e non la media in quanto si trattava di casi equiparabili a una discontinuità nell'articolazione territoriale dei listini (listino del 10 marzo 1997 per il quale le differenze erano spiegate dall'aggregazione della Sicilia, fino a quel mese considerata a sé stante, al resto del Mezzogiorno) e a un *pricing* specifico (listino del 14 febbraio 2001 nel quale le bombole di propano da 15 Kg avevano un prezzo differenziato nel Nord).

⁹⁰ Come visto, nei listini di ciascuna delle tre società, per ciascuna pezzatura è stato individuata una misura di sintesi delle variazioni applicate nelle diverse aree geografiche. In particolare, l'indicatore è di norma rappresentato dalla moda (valore più frequente).

⁹¹ Entrambe considerate in valore assoluto per ottenere valori solo positivi dei rapporti.

⁹² Se chiamiamo V la variazione unitaria uniforme, l'applicazione delle due aliquote porterà la variazione massima a $V*1,20$ e quella minima a $V*1,10$. Il loro rapporto sarà quindi $(V*1,20)/(V*1,10) = (1,20/1,10) = 1,09$, cioè all'incirca 1,1.

effettivamente intorno al valore 1,1. In particolare, nell'intervallo compreso tra 1,08 e 1,12 si collocano 57 casi su 94 per BUTANGAS, 55 su 92 per LIQUIGAS e 60 su 82 per ENI.

133. In conclusione, tutte le analisi svolte portano a concludere che la variazione dei listini delle tre società può essere ricondotta ad un unico valore applicato a tutte le voci (territoriali e di prodotto) nelle quali si articolavano i listini. In altre parole, ciascuna delle società BUTANGAS, ENI e LIQUIGAS modificava di un'unica entità il proprio listino.

V. 3.3 IL PARALLELISMO NELLE VARIAZIONI DEI LISTINI

134. Le analisi qui descritte, effettuate sui listini delle società BUTANGAS, ENI e LIQUIGAS, sono state finalizzate a verificare l'esistenza di un parallelismo nei comportamenti delle stesse società. In particolare, si è prima verificato se e in quale misura esista una corrispondenza tra le decisioni di variare ovvero di mantenere immutati i listini a fronte di variazioni della quotazione FOB *Bethouia*, note il primo giorno di ciascun mese. Si sono quindi analizzate le due variabili chiave in caso di variazioni dei listini, ovvero la decorrenza e la dimensione delle medesime variazioni, al fine di verificare se e in quale misura esse siano sincrone (decorrenze ravvicinate) e di uguale entità.

135. Quanto alle informazioni utilizzate per tali analisi, per verificare (i) la concordanza nella decisione di effettuare o meno una variazione del listino e (ii) l'eventuale sincronismo con il quale le parti hanno attuato la decisione nei casi in cui c'è stata variazione del listino, sono state utilizzate le date di decorrenza dei listini⁹³. Per verificare se le variazioni dei listini operate dalle tre società hanno avuto dimensioni analoghe, le informazioni utilizzate sono state quelle sulle modifiche apportate mese per mese dalle tre società ai propri listini, riconducibili per ciascuna di esse ad un unico valore per ogni listino, come evidenziato nelle analisi precedenti⁹⁴.

V. 3.3.1 Il parallelismo: variazione/mantenimento e decorrenze dei listini

136. Tutte e tre le società BUTANGAS, ENI e LIQUIGAS hanno descritto un processo di definizione dei listini essenzialmente guidato dalla conoscenza, il primo giorno di ciascun mese, della quotazione internazionale del costo della materia prima (cd *Platt's Bethouia*)⁹⁵. In considerazione delle dichiarazioni fatte dalle società a proposito delle rispettive tempistiche di variazione del listino, inoltre, si può ritenere che il decimo giorno del mese costituisca una sorta di limite tecnico per adeguare tempestivamente i listini alla variazione della quotazione internazionale *Platt's*.

137. Nelle analisi che hanno riguardato le date di decorrenza dei listini, si è verificato in primo luogo se le tre società variavano i listini, ovvero omettevano di variarli⁹⁶, negli stessi mesi

⁹³ Il *set* di dati è stato completato, ove necessario, indicando i mesi di riferimento nei casi in cui il listino non è stato modificato.

⁹⁴ In tale *set* di dati per i mesi nei quali i listini non sono stati variati si è imposto il valore 0.

⁹⁵ BUTANGAS ha affermato che “i listini sono decisi a livello nazionale [omissis]” (doc. 305). LIQUIGAS (doc. 309) ha spiegato che “le variazioni delle quotazioni internazionali vengono recepite nei listini nel termine di [omissis]”. Nel verbale ispettivo della stessa LIQUIGAS ispezione del 27 gennaio 2009, doc. 331) si trova: “[omissis] illustra la metodologia di determinazione del listino mensile dei prezzi nazionale per GPL sfuso e in bombole adottata da Liguigas dal 2004. [Omissis]”. Quanto a ENI, si ricorda che nella domanda di trattamento favorevole (doc. 327, audizione del 5 dicembre 2008) la società ha affermato che gli incontri tra i responsabili dei business GPL avvenivano “nei momenti tipici per i prezzi internazionali del prodotto, cioè quelli in cui i prezzi erano particolarmente volatili”.

⁹⁶ In alcuni casi, le società hanno diramato listini con variazioni nulle. Nelle elaborazioni sulla date di decorrenza tali casi sono stati trattati come quelli in cui non venivano modificati i listini; si tratta, infatti, di circostanze del tutto equivalenti. La

(“allineamento”). Quindi, con riferimento ai mesi nei quali tutte e tre applicavano variazioni, si sono evidenziati, quali elementi indicativi di un parallelismo nelle date di validità dei listini, i casi in cui le variazioni, oltre che allineate, avevano decorrenze molto prossime, situate nell’arco di due giorni (“vicine”). Infine, nel sottoinsieme delle variazioni allineate e vicine si sono evidenziati i casi nei quali difficilmente il parallelismo dei comportamenti può trovare spiegazione nella variazione del FOB *Bethouia*, che avviene all’inizio del mese:

- le variazioni con decorrenza successiva al decimo giorno del mese; infatti, situandosi tali variazioni oltre il tempo necessario a trasferire nei listini le variazioni del FOB *Bethouia*, presuppongono valutazioni slegate dall’andamento del costo della materia prima;
- i casi in cui in uno stesso mese risultano più di una variazione allineate e vicine; anche tali casi sono indicativi di un parallelismo sui listini slegato da valutazioni sul costo della materia prima, che resta, infatti, costante per l’intero mese⁹⁷.

138. I risultati dell’analisi condotta sono sintetizzati nelle Tavole 7 e 8, rispettivamente per le bombole e per i piccoli serbatoi, di seguito riportate. In esse sono contenute anno per anno e per l’intero periodo 1995-2005 – si ricorda che per il periodo gennaio1995-ottobre1996 è stato possibile confrontare i soli listini di BUTANGAS e LIQUIGAS – le seguenti informazioni:

- il numero di listini, ivi compresi i casi in cui si sono mantenuti i listini dei mesi precedenti⁹⁸;
- il numero dei listini allineati, considerando tali i casi in cui nessuna società muove il listino o tutte e tre le società muovono il listino;
- il numero dei listini invariati allineati (nessuna società muove il listino);
- il numero delle variazioni di listino allineate (tutte e tre le società muovono il listino);
- il numero di variazioni allineate in cui i listini hanno la stessa decorrenza o decorrenze molto ravvicinate (ritardo massimo di 2 giorni tra la prima e l’ultima);
- il numero di variazioni allineate e vicine che avvengono oltre il decimo giorno del mese;
- i mesi nei quali si verifica più di una variazione non nulla allineata e vicina.

diramazione di un listino con variazione nulla per uno dei due canali di vendita (bombole o piccoli serbatoi) è generalmente associata a un listino con variazione non nulla nell’altro canale.

Per i piccoli serbatoi i listini con variazioni nulle sono stati i seguenti: per ENI 1 ottobre 1997, 16 marzo 2000 e 9 giugno 2000; per BUTANGAS 8 aprile 2004; per LIQUIGAS 3 marzo 2005. Per completezza si riportano i casi nei quali l’esistenza di listini con variazioni nulle è risultata rilevante per la valutazione dell’allineamento: ottobre 1997 (allineamento), marzo 2000 (allineamento) e marzo 2005 (non allineamento).

Per le bombole i listini con variazioni nulle sono due (15 marzo 1999 e 8 giugno 1999) entrambi relativi ad ENI; in entrambi i casi sono risultati rilevanti per la valutazione del parallelismo dei comportamenti (allineamento).

⁹⁷ Al riguardo, si precisa che la variazione del 24 febbraio 1995 (seconda del mese) di BUTANGAS e LIQUIGAS è contestuale ad una variazione dell’accisa. Ad ogni modo, l’entità della variazione corrisponde alla variazione dell’accisa solo per il listino dei piccoli serbatoi (nel listino bombole viene applicata una variazione maggiore).

⁹⁸ Si precisa che si sono contate due (o più) variazioni nello stesso mese se almeno una società muove due (o più) volte il listino.

Tavola 7 – Analisi sulle decorrenze dei listini piccoli serbatoi per anno (periodo 1995-2005)

Anno	Numero di listini	Listini allineati	Listini invariati allineati	Variazioni di listino allineate	Variazioni di listino allineate e vicine	Variazioni di listino allineate e vicine successive al 10° giorno del mese	Mesi con più di una variazione allineata e vicina
1995	14	14	5	9	8	3	1 gen.
1996	12	11	4	7	7	1	0
1997	13	12	7	5	3	1	0
1998	12	11	4	7	4	0	0
1999	15	14	4	10	7	3	2 ago., dic.
2000	16	10	3	7	6	0	0
2001	12	11	4	7	4	2	0
2002	12	11	6	5	4	0	0
2003	12	11	1	10	8	1	0
2004	12	10	2	8	5	1	0
2005	12	7	4	3	2	0	0
Totale	142	122	44	78	58	12	3

Fonte: elaborazione su dati delle parti

Tavola 8 – Analisi sulle decorrenze listini bombole per anno (periodo 1995-2005)

Anno	Numero di listini	Listini allineati	Listini invariati allineati	Variazioni di listino allineate	Variazioni di listino allineate e vicine	Variazioni di listino allineate e vicine successive al 10° giorno del mese	Mesi con più di una variazione allineata e vicina
1995	14	14	4	10	10	4	2 gen., feb.
1996	13	13	5	8	8	2	1 mag.
1997	13	12	6	6	4	1	0
1998	12	11	4	7	3	0	0
1999	15	14	6	8	8	4	2 ago., dic.
2000	16	15	3	12	11	3	2 mar., ott.
2001	12	12	4	8	5	2	0
2002	13	13	8	5	4	0	0
2003	12	11	1	10	9	1	0
2004	12	12	2	10	6	1	0
2005	12	12	5	7	5	1	0
Totale	144	139	48	91	73	19	7

Fonte: elaborazione su dati delle parti

139. Le decisioni in merito al mantenimento ovvero alla variazione dei listini risultano allineate (tutte e tre le società modificano i listini o mantengono il listino precedente) nell'85,9% dei casi per i piccoli serbatoi (122 su 142) e nel 96,5% per le bombole (139 su 144). Tale allineamento in merito alla decisione di cambiare o meno il listino deriva per un terzo circa da casi di mantenimento del listino precedente e per i restanti due terzi da casi di variazione⁹⁹.

140. Le variazioni di listino risultano inoltre caratterizzate da un'elevata sincronia. Infatti, nel 74,4% dei casi per il canale piccoli serbatoi (58 su 78) e nel 80,2% per il canale bombole (73 su 91) le decorrenze dei listini (con variazioni) cadono nell'arco di 2 giorni la prima dall'ultima (vicine).

141. Non sono rari, infine, i casi di variazioni allineate e vicine che probabilmente non possono essere spiegate da adeguamenti alle variazioni della quotazione FOB *Bethouia*. In particolare, le variazioni allineate e vicine sono successive al decimo giorno del mese, per i piccoli serbatoi, in 12

⁹⁹ Nel 2005 nel canale piccoli serbatoi si osserva una significativa riduzione del numero di variazioni allineate rispetto alle variazioni totali (7 su 12 a fronte di 10/14 su 12/16) rispetto agli altri anni. Nello stesso canale il 2000 presenta 10 variazioni allineate su 16. Tuttavia, questo anno è caratterizzato da ripetute variazioni dell'accisa alle quali le tre società reagiscono in maniera differenziata (in 2 casi di marzo e in un caso ad ottobre BUTANGAS ed ENI emettono nuovi listini per comunicare alla rete la variazione di accisa mentre LIQUIGAS non emette alcun nuovo listino).

casi su 58 e in 19 su 73 per le bombole. Inoltre, in 3 mesi per il canale sfuso e in 7 per quello bombole le società muovono, in maniera sincrona, più volte.

142. La principale conclusione che si può trarre dall'analisi sulle decorrenze dei listini delle società BUTANGAS, ENI e LIQUIGAS è l'esistenza di una marcata similitudine nelle decisioni delle società in merito alla variazione ovvero al mantenimento del listino precedente nonché nella tempistica dei listini nei casi di variazioni dei listini. Tale parallelismo risulta poi qualificato da alcuni casi nei quali le decorrenze "sincrone" (oltre il decimo giorno del mese; più variazioni in uno stesso mese) appaiono slegate dalla variazione del costo della materia prima (resa nota il primo giorno del mese e valida fino al mese successivo). Il parallelismo nella sequenza variazioni/mantenimento di listino e nella tempistica delle variazioni risulta più marcato per i listini bombole rispetto ai piccoli serbatoi.

V. 3.3.2 Il parallelismo: l'entità delle variazioni dei listini

143. Nei punti seguenti si descriverà l'analisi effettuata sull'entità della variazione degli stessi. In particolare, gli approfondimenti hanno riguardato la dimensione delle variazioni dei listini delle società BUTANGAS, ENI e LIQUIGAS – cioè, nella ricostruzione di ENI, costituiva l'oggetto del coordinamento – anche in rapporto alle variazioni della quotazione internazionale del propano FOB *Bethouia* – che avrebbe rappresentato il parametro rispetto al quale definire l'entità degli incrementi/decrementi¹⁰⁰.

144. Il confronto tra le variazioni dei listini delle società BUTANGAS, ENI e LIQUIGAS è stato fatto utilizzando le variazioni unitarie (uguali per le diverse aree geografiche) dei listini bombole e dei listini per i piccoli serbatoi. Con riferimento ai listini per le bombole, si precisa che l'analisi di seguito descritta riguarderà solo le bombole di miscela fino a 15 Kg. Infatti, i risultati di tale analisi si estendono anche alle restanti tipologie in quanto, come si è visto in precedenza, di norma i prezzi di tutte le tipologie di bombole variavano di uno stesso valore¹⁰¹.

145. Nello specifico, il confronto ha riguardato sia l'entità delle variazioni di listino sia l'andamento dei prezzi nel periodo 1995 – 2005, che di tali variazioni è il risultato. L'andamento dei prezzi del GPL in bombole e in piccoli serbatoi è stato ricostruito attraverso le variazioni cumulate dei listini¹⁰². In aggiunta, si sono calcolate le differenze tra il valore massimo e quello minimo delle variazioni – dove i valori massimo e minimo sono individuati tra le variazioni

¹⁰⁰ Per le società BUTANGAS e LIQUIGAS (rispettivamente, docc. 520 e 517) l'acquisto della materia prima rappresenta il principale dei costi sostenuti. La seconda componente, per importanza, del prezzo del GPL sono le accise. Ciò, in aggiunta a quanto sostenuto dalle stesse società, nonché da ENI, con riguardo al fatto che i listini venivano variati a seguito della pubblicazione della quotazione FOB *Bethouia* (docc. 305, 309 e 324), testimonia dell'importanza della quotazione internazionale della materia per la definizione delle politiche di prezzo.

¹⁰¹ Ad ogni modo l'analisi è stata, in effetti, svolta anche per le restanti tipologie di bombole confermando, come ci si attendeva, i risultati che saranno esposti nel testo.

¹⁰² Con riguardo alle variazioni cumulate si precisa che il primo valore di ciascuna serie è nullo mentre i valori successivi sono definiti come somma tra il valore precedente e la variazione del listino di riferimento. Nei relativi grafici le serie disponibili da date successive al gennaio 1995 si posizionano più in basso rispetto alle serie che coprono tutto il periodo di analisi. Le variazioni cumulate riproducono con esattezza l'andamento dei prezzi unitari.

Con riferimento alle società BUTANGAS e LIQUIGAS, si precisa che i listini relativi ai piccoli serbatoi sono disponibili dal dicembre 1994. Pertanto, le serie relative a queste società cominciano con un valore positivo pari alla variazione del listino di gennaio 1995 rispetto a dicembre 1994 (8 millesimi di euro per entrambe).

relative alle società BUTANGAS, ENI e LIQUIGAS – analizzandone le distribuzioni anche in rapporto alle dimensioni medie delle medesime variazioni¹⁰³.

146. Si anticipa fin da ora che il parallelismo nelle decisioni di variazione emerge in maniera chiara ed inequivocabile sia per le bombole sia per i piccoli serbatoi. Con specifico riferimento al GPL per piccoli serbatoi, le curve delle variazioni cumulate (che riproducono fedelmente l'andamento dei prezzi) presentano andamenti più nettamente paralleli per BUTANGAS e LIQUIGAS, mentre, nel corso del periodo di analisi, la curva relativa ad ENI presenta un andamento leggermente divergente rispetto alle altre due curve, con l'apertura di una forbice. Al riguardo, si ricorda che BUTANGAS e LIQUIGAS non tengono conto nei prezzi consigliati delle diversità esistenti tra i mercati geografici¹⁰⁴, ENI, al contrario, definisce prezzi locali – per raggruppamenti di province – modificando, inoltre, nel tempo la segmentazione territoriale dei propri listini. Appare, pertanto, ragionevole ipotizzare che, a fronte di possibili cambiamenti nei mercati locali, ENI abbia definito prezzi per il GPL in piccoli serbatoi più aderenti a tali condizioni locali mentre BUTANGAS e LIQUIGAS abbiano semplicemente ampliato la forbice tra il prezzo di listino e i prezzi effettivi praticati nelle realtà locali caratterizzate da maggiore contendibilità¹⁰⁵.

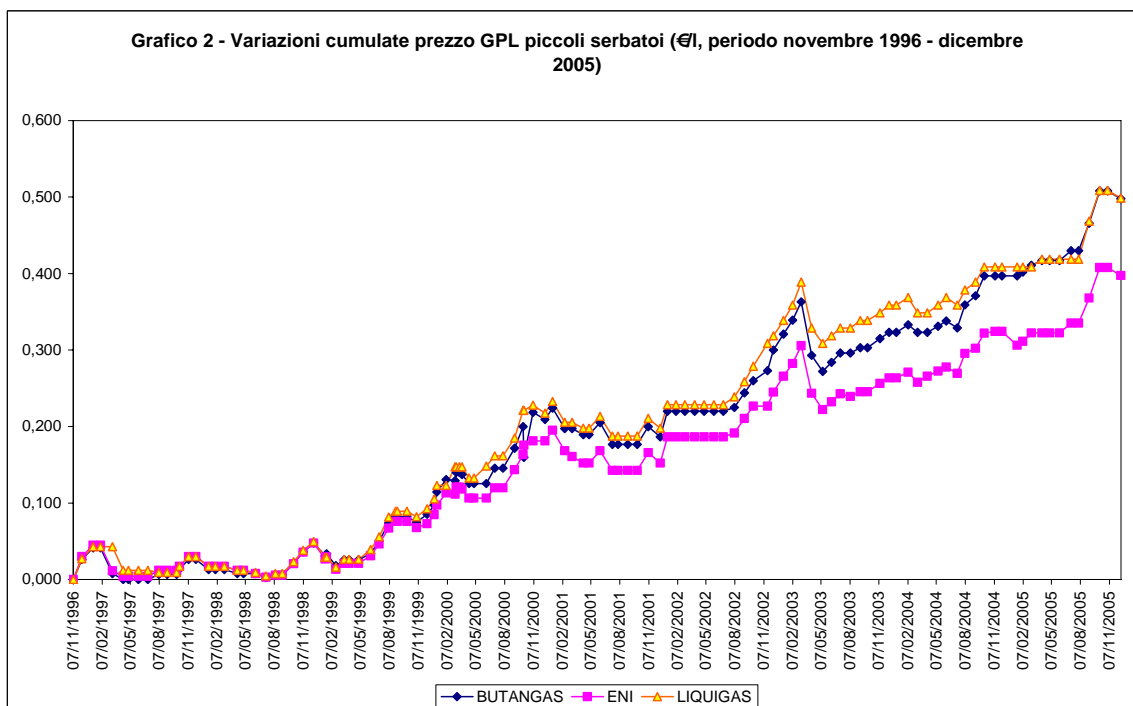
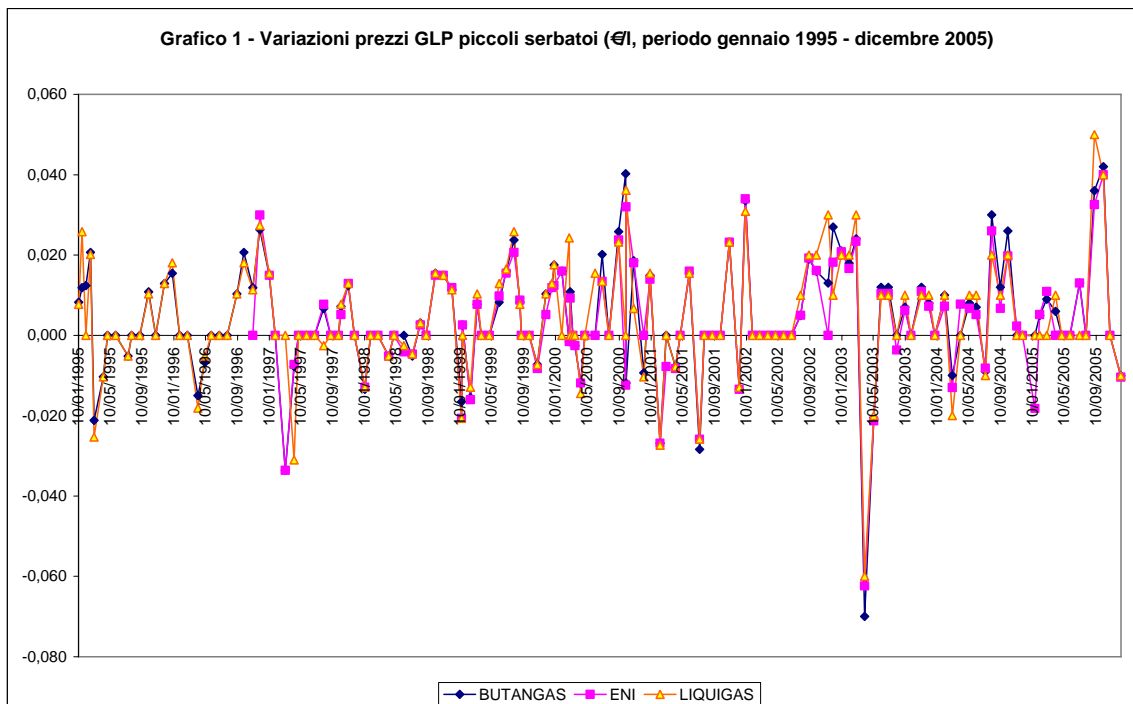
V. 3.3.2.1 Il confronto tra le variazioni dei listini – Piccoli serbatoi

147. Con riferimento al GPL per piccoli serbatoi, il parallelismo nelle variazioni dei listini delle tre società BUTANGAS, ENI e LIQUIGAS emerge con chiarezza dai grafici seguenti, nei quali sono riportati per le tre società le variazioni unitarie e quelle cumulate dei listini. Nel grafico delle variazioni cumulate, come anticipato, si evidenzia l'apertura di una forbice tra la curva dei prezzi di ENI e le restanti due.

¹⁰³ Si tratta di una media calcolata sui valori assoluti delle variazioni. Al riguardo si precisa che le differenze tra le variazioni massima e minima sono sempre positive. Pertanto, il ricorso ai valori assoluti delle variazioni per calcolarne la media è spiegato dalla necessità di confrontare le differenze con un valore medio comparabile.

¹⁰⁴ Nel senso che, con l'eccezione delle isole minori, esse indicano un unico prezzo nazionale.

¹⁰⁵ Cambiamenti nei mercati locali possono essere dovuti, a titolo di esempio, alla progressiva metanizzazione del territorio nazionale o alla presenza di piccoli operatori locali (che non sostengano il costo di strutture logistiche primarie) particolarmente aggressivi.



148. Nel Grafico 2 sono riportate le variazioni cumulate a partire da novembre 1996, mese a partire dal quale si dispone anche dei listini ENI, e dunque per un periodo più ristretto rispetto a

quello di analisi. Ciò al fine di evidenziare con maggiore chiarezza l'apertura di una forbice tra le curve relative a BUTANGAS e LIQUIGAS e quella relativa ad ENI. Ad ogni modo, il grafico relativo all'intero periodo gennaio 1995 – dicembre 2005 conduce a conclusioni del tutto analoghe¹⁰⁶.

149. Un altro modo di guardare al parallelismo evidenziato dai grafici è quello di verificare se le differenze tra le variazioni apportate dalle tre società ai rispettivi listini risultino di valore trascurabile, anche in relazione alla dimensione delle variazioni. A tal fine sono state costruite i) la distribuzione di frequenza delle differenze tra le variazioni delle tre società e ii) quella della dimensione media delle medesime variazioni. Quanto alle variazioni dei listini delle tre società, esse sono sostanzialmente uguali (variazione nulla o pari a 1 millesimo) nel 52,1% dei casi (74 listini su 142 totali); nel 69,0% dei casi la differenza tra le variazioni è al più uguale a 3 millesimi di euro; nel 79,6% a 5 millesimi. Ciò a fronte di variazioni (medie) dei listini che sono pari a 0 nel 31,7% dei casi (tutte e tre le società mantengono il listino precedente¹⁰⁷), e che hanno un valore medio di 14 millesimi nei casi in cui almeno una delle tre società cambia i prezzi di listino.

V.3.3.2.2 Il confronto tra le variazioni dei listini – Bombole

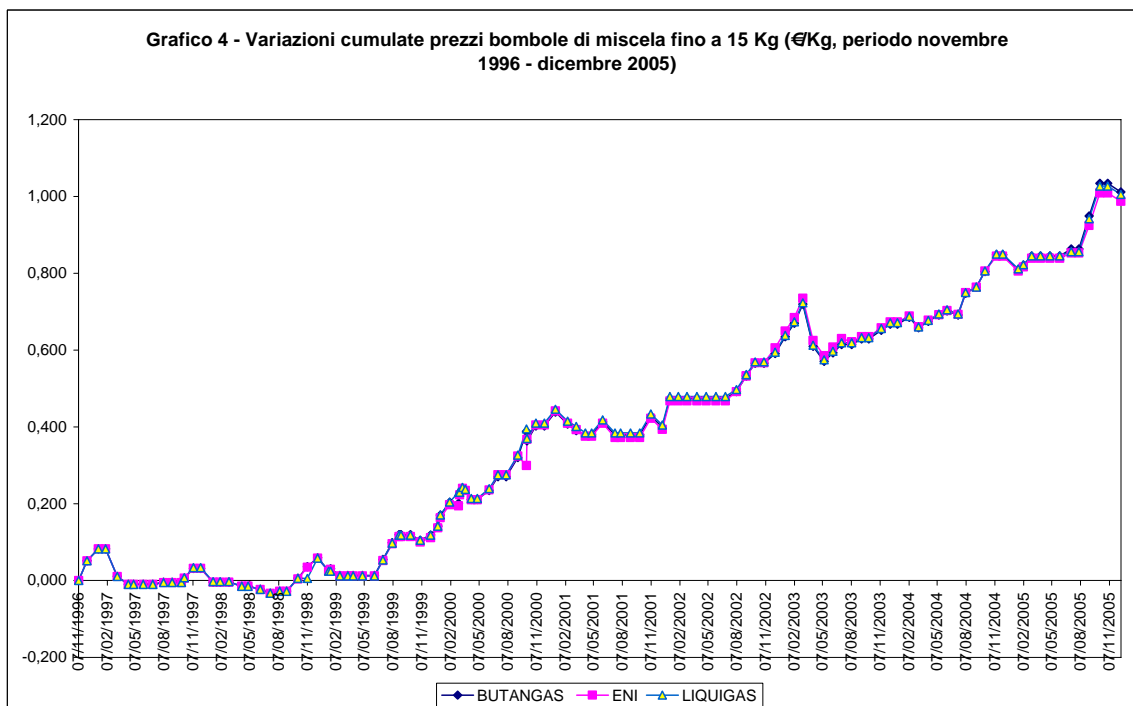
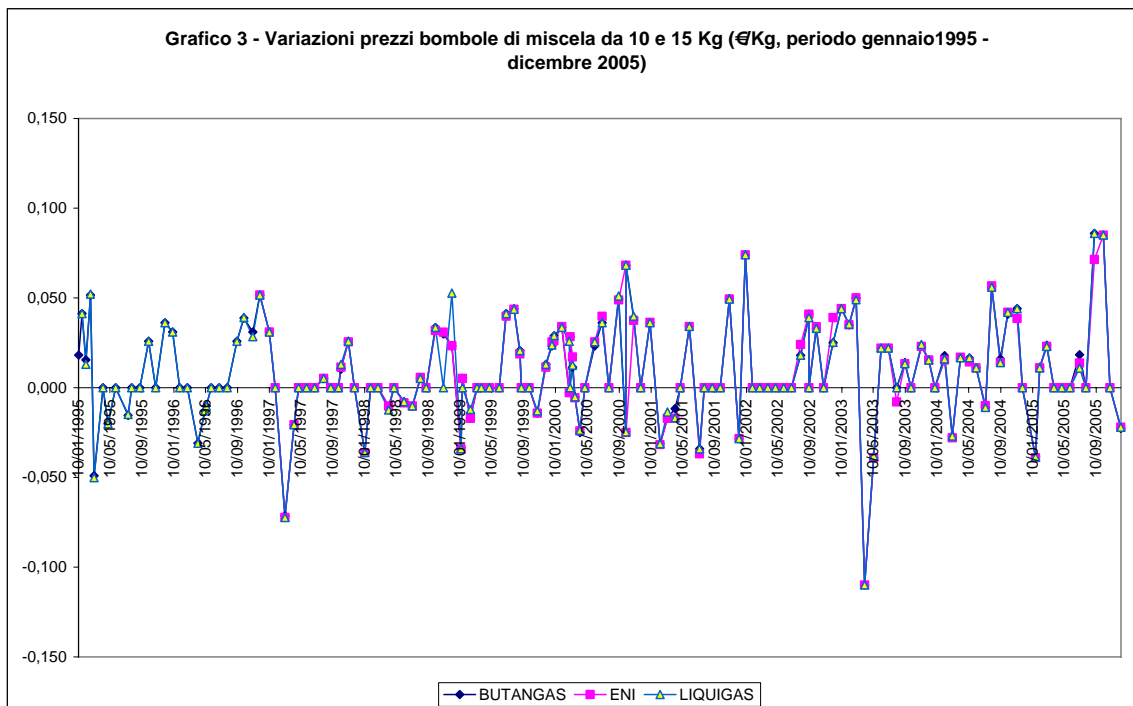
150. Si riportano di seguito i grafici delle variazioni unitarie e di quelle cumulate dei listini bombole di BUTANGAS, ENI e LIQUIGAS, limitatamente alle bombole di miscela fino a 15 Kg. Tale analisi è stata completata dallo studio delle variazioni di listino delle tre società con specifico riferimento alle differenze e al valore medio. Con riferimento al Grafico 4, relativo alle variazioni cumulate dei prezzi di listino delle bombole di miscela, si precisa che il periodo considerato è quello compreso tra novembre 1996 e dicembre 2005, per il quale sono disponibili i listini di tutte e tre le società; ciò al fine di rendere di immediata percezione il parallelismo delle curve¹⁰⁸. Si ricorda, infine, che il risultato di questa analisi può essere esteso anche a tutte le altre tipologie di bombole, posto che, dallo studio condotto in precedenza, emerge che ciascuna società applicava, di norma, a tutte le pezzature di bombole la medesima variazione del prezzo di listino¹⁰⁹.

¹⁰⁶ In particolare, tale grafico differisce dal Grafico 2 per il fatto che la curva relativa ad ENI parte con *gap* rispetto a quelle di BUTANGAS e LIQUIGAS: infatti, a novembre 1996, mese di inizio della curva di prezzi relativa ad ENI, le curve delle altre due società, che cominciano da dicembre 1994, avevano già raggiunto un valore positivo.

¹⁰⁷ Si tratta dei casi, già evidenziati nel paragrafo V. 3.3.1, nei quali le tre società assumono la medesima decisione di non variare i listini. Al riguardo si precisa che la differenza, pari a un'unità, tra i casi qui risultanti (45) e quelli indicati nella Tavola 7 (44) è dovuta ad un listino di LIQUIGAS (1 agosto 1996) associato ad una variazione "interna" (veniva equiparato a quello nazionale il prezzo di 3 regioni).

¹⁰⁸ Il grafico relativo all'intero periodo 1995-2005 differisce dal Grafico 4 per il fatto che la curva relativa ad ENI parte con *gap* rispetto a quelle di BUTANGAS e LIQUIGAS.

¹⁰⁹ Ad ogni modo, i risultati sono stati confermati dalle analisi relative ai restanti prodotti, che sono state in effetti condotte.



151. Il parallelismo nelle variazioni dei prezzi delle bombole di miscela emerge in maniera netta dai grafici. A conferma di ciò, le variazioni dei prezzi unitari delle bombole di miscela sono risultate sostanzialmente uguali per le tre società (differenze al più pari a 1 millesimo) nel 75,0%

dei casi; nell'87,5% dei casi la differenza non supera i 3 millesimi e nel 91% dei casi è al più uguale a 5 millesimi. Ciò a fronte di variazioni medie che sono pari a 0 nel 34,7% dei casi (nessuna delle società modifica il proprio listino¹¹⁰) e che hanno un valore medio di 30 millesimi nei casi in cui almeno una delle tre società varia i prezzi di listino.

V. 3.3.2.3 Il confronto tra le variazioni dei listini – Il rapporto con le quotazioni Platt's

152. Al fine di confrontare l'andamento dei prezzi dei listini con quello del costo internazionale della materia prima si sono costruite, sia per i prezzi di listino che per la quotazione *Platt's FOB Bethouia* del propano¹¹¹, le serie delle variazioni cumulate su base mensile¹¹². In particolare, tali serie partono ciascuna dal valore 0¹¹³. In questo modo, esse rendono più agevole il confronto dei prezzi di listino con la quotazione *Platt's* in quanto sono praticamente azzerate le differenze di livello delle serie di origine e sono più chiaramente evidenziati i ritorni delle serie al livello iniziale (intersezioni con l'asse orizzontale) e la loro discesa al di sotto di questo stesso livello (valori negativi).

153. Le serie delle variazioni cumulate dei listini delle tre società (che riproducono fedelmente l'andamento dei listini) sono state deflazionate usando l'indice dei prezzi al consumo per le famiglie di operai e impiegati con base 1995 cosicché l'andamento delle serie risulta depurato dal tasso di inflazione generale. Né si può ritenere che sull'andamento delle serie incidano le accise in quanto le variazioni che le hanno interessate nel periodo 1995-2005 sono state limitate in numero e hanno comportato un aumento complessivo di 86 lire per Kg¹¹⁴.

154. Nei grafici seguenti sono riportate le curve delle variazioni cumulate su base mensile del *FOB Bethouia* e dei prezzi di listino delle tre società (deflazionate), separatamente per i piccoli serbatoi e per le bombole di miscela fino a 15 Kg. Infatti, anche per queste analisi è sufficiente esporre i risultati con riguardo ad una sola tipologia di bombole essendo gli stessi risultati estendibili alle restanti tipologie (in forza della sostanziale unitarietà delle variazioni dei listini)¹¹⁵; Si avverte,

¹¹⁰ Si tratta dei 48 casi, già evidenziati nel paragrafo V. 3.3.1, nei quali le tre società assumono la medesima decisione di non variare i listini ai quali se ne aggiungono due (aprile 1995 e ottobre 1997) in cui non varia il prezzo delle bombole di miscela ma variano i prezzi delle bombole di propano.

¹¹¹ La serie delle quotazioni del *FOB Bethouia* è contenuta nel doc. 358, acquisito presso LIQUIGAS (che il contenuto di tale documento sia la quotazione internazionale è stato confermato dalla stessa società nel corso dell'audizione del 16 luglio 2009, doc. 509).

Per calcolare le variazioni del *FOB Bethouia* in euro, le quotazioni sono state convertite secondo gli usi del settore ovvero utilizzando il tasso di cambio medio dell'ultima decade del mese precedente. I tassi per le ultime decadi dei mesi sono stati calcolati usando i tassi dal 21° giorno in poi: questa convenzione è stata dedotta dall'allegato al doc. 325 che riporta le note per l'AD/comitato *pricing* di ENI.

Le variazioni del *FOB Bethouia*, espresse in tonnellate, sono state convertite in euro/litri usando il fattore di conversione 0,565 (1Kg è pari a 0,565 litri). In merito al fattore di conversione da utilizzare BUTANGAS ha indicato un fattore di conversione pari a 0,52; ENI ha affermato che 0,52 costituisce una sorta di media tra i fattori specifici per la miscela e il propano (0,565 e 0,505); LIQUIGAS ha indicato più fattori tra i quali 0,52 e 0,565 (per la miscela). Il fattore di conversione usato (0,565) è quello che deprime di meno le quotazioni del *FOB Bethouia* espresse in litri.

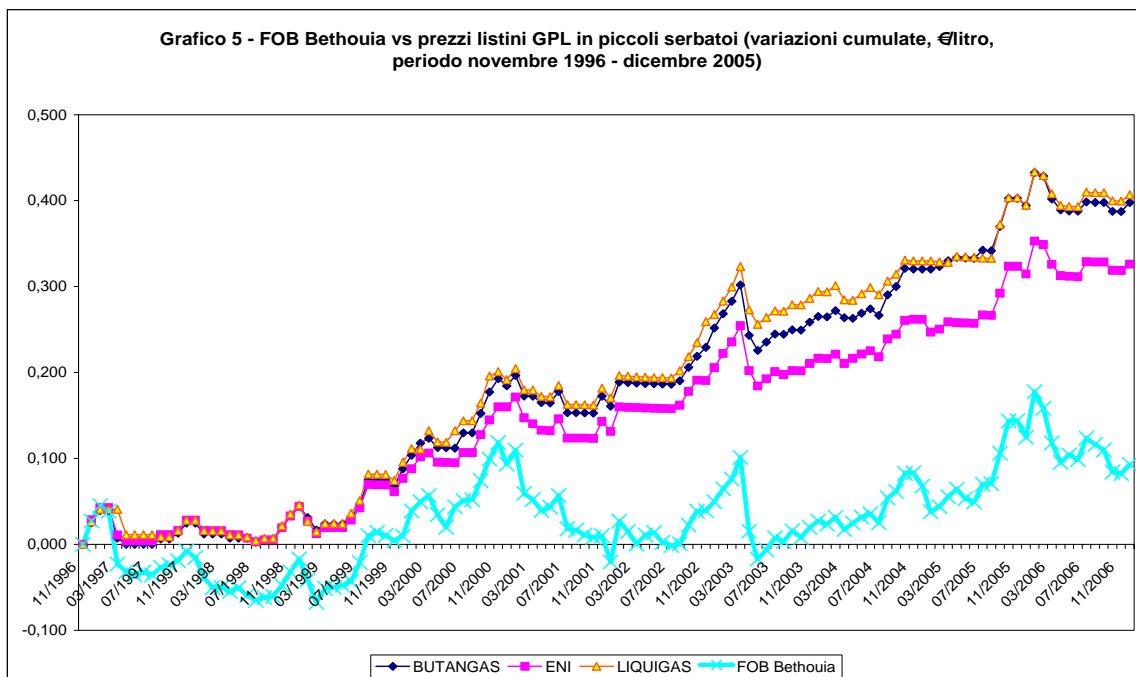
¹¹² Si ricorda che per ogni mese esiste una sola quotazione del *FOB Bethouia*. Quanto alle società BUTANGAS, ENI e LIQUIGAS, nei mesi caratterizzati da più di una variazione di listino si è considerata la variazione complessiva mentre nei mesi nei quali i listini non sono stati modificati si è considerata una variazione nulla. Pertanto, anche per le società si è considerata una variazione per ciascun mese.

¹¹³ Poiché sia BUTANGAS che LIQUIGAS variano i listini due volte nel mese di gennaio 1995 (il 10 e il 23) le rispettive curve cominciano con valori positivi (valore iniziale 0 più seconda variazione del mese, pari a 41 millesimi per entrambe). Questo perché le società hanno affermato che recepiscono, se del caso, la variazione del *FOB Bethouia* entro i primi 10 giorni del mese e quindi, nel caso di specie, con il primo movimento di listino.

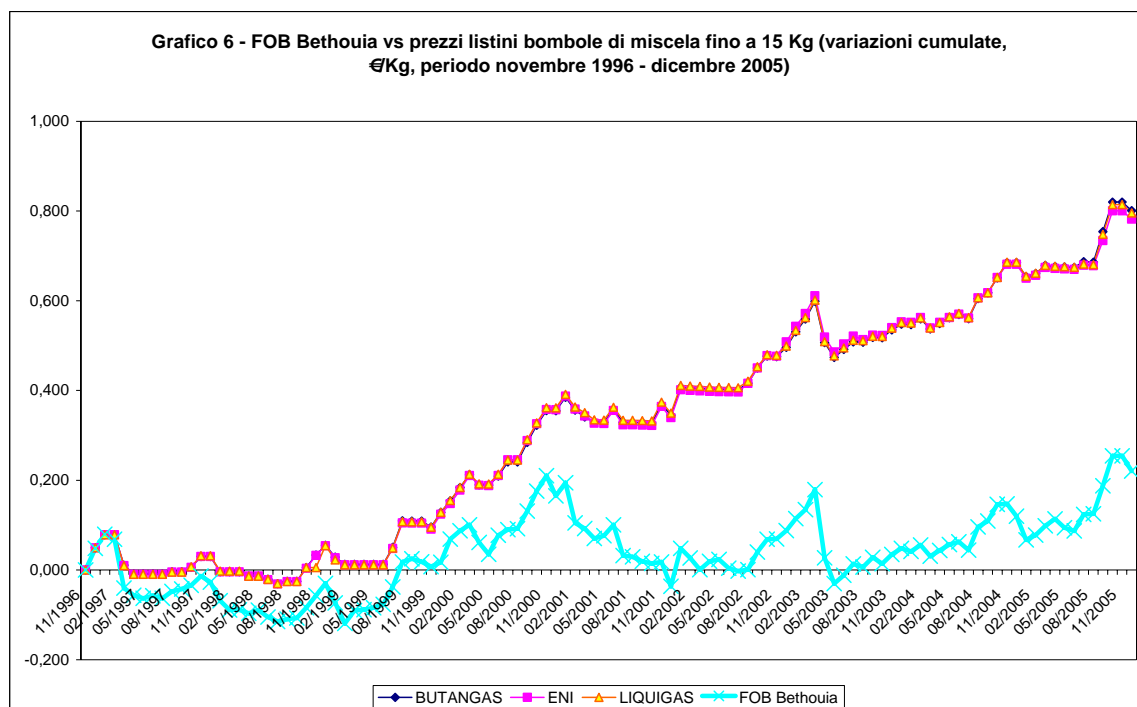
¹¹⁴ Dalle 282,82 lire per Kg del 22 maggio 1993 alle 367,784 a decorrere dal 1 novembre 2001.

¹¹⁵ Ad ogni modo, l'analisi è stata condotta anche per le restanti tipologie di bombole e ha confermato i risultati esposti nel testo.

infine, che anche per i grafici qui riportati si è scelto di considerare, per chiarezza espositiva, il periodo novembre 1996 – dicembre 2005 ma che le considerazioni che si svolgeranno valgono per l'intero periodo 1995-2005¹¹⁶.



¹¹⁶ I grafici relativi all'intero periodo 1995-2005 differiscono dai Grafici 5 e 6 perché la curva relativa ad ENI si situa al di sotto di quelle relative a BUTANGAS e LIQUIGAS – in altre parole la curva di ENI parte con *gap* rispetto alle altre due – in conseguenza del fatto che la serie dei prezzi di ENI comincia dal novembre 1996.



155. I grafici evidenziano chiaramente l'apertura di una forbice tra le curve dei prezzi di listino delle tre società e quella che riporta l'andamento della quotazione *Platt's*¹¹⁷. Si tratta – come è evidente – di un risultato di notevole interesse, in quanto dimostra che l'andamento delle serie dei listini adottati dalle tre società è svincolato da quello della quotazione della materia prima. Ne consegue che il parallelismo di prezzo messo in luce dallo studio dei listini di BUTANGAS, ENI e LIQUIGAS non può essere spiegato dal fatto che tutte e tre le società abbiano in maniera indipendente adeguato i loro listini ad un'unica serie di riferimento (quella, appunto, della materia prima). Inoltre, gli andamenti delle curve delle tre società, da una parte, e quella del FOB *Bethouia*, dall'altra, mostrano in maniera chiara come la forbice tra le stesse curve si apra perché le variazioni dei listini “amplificano” a vantaggio delle società le variazioni del FOB *Bethouia* (diminuiscono di meno o aumentano di più)¹¹⁸.

V. 3.3.3 Il parallelismo nelle variazioni non uniformi dei listini

156. Come visto nel paragrafo V. 3.2, le società BUTANGAS, ENI e LIQUIGAS modificavano i listini del GPL applicando una stessa variazione a tutte le voci nelle quali gli stessi si articolavano. Le eccezioni a tale regola erano sporadiche e per lo più riconducibili a categorie coerenti con una sostanziale uniformità delle variazioni: errori nella predisposizione del nuovo listino (corretti in quelli immediatamente successivi) o politiche di prezzo *ad hoc* per aree circoscritte (ad esempio,

¹¹⁷ Com'è ovvio, i grafici riproducono anche il parallelismo tra gli andamenti dei prezzi di listino delle tre società, con le specificità già evidenziate e commentate per i canali di vendita piccoli serbatoi e bombole.

¹¹⁸ Una differenza tra la serie che rappresenta il costo e quelle dei prezzi di listino avrebbe potuto aprirsi anche con “salti” di queste ultime curve.

Aosta). Con specifico riferimento ai listini bombole le variazioni realmente differenziate ammontavano al più a 8 casi per ciascuna società¹¹⁹.

157. Il confronto tra le tre società con riguardo alle variazioni differenziate ha messo in rilievo un risultato di grande interesse: in quattro degli otto casi nei quali le società BUTANGS, ENI e LIQUIGAS hanno variato i listini del GPL in bombole in maniera non uniforme tra le diverse aree geografiche esse hanno, tuttavia, adottato la medesima strategia di differenziazione territoriale (e/o merceologica) delle proprie scelte commerciali. Questi casi sono riportati nella seguente Tavola 9.

¹¹⁹ 7 per ENI, 8 per BUTANGS e LIQUIGAS.

Tavola 9 – Variazioni differenziate parallele nei listini bombole (lire/Kg; millesimi di €/Kg)

Listino	Società		
	BUTANGAS	ENI ¹²⁰	LIQUIGAS
	Decorrenza 10/03/1995		Decorrenza 09/03/1995
Marzo 1995	Solo propano fino a 15 Kg	(listini non disponibili)	Solo propano fino a 15 Kg:
	Variazione Nord -90 Variazione Sud -100		Variazione Nord -93 Variazione Sud -103
	Decorrenza 05/01/1996		Decorrenza 05/01/1996
Gennaio 1996	Solo propano fino a 15 Kg	(listini non disponibili)	Solo propano fino a 15 Kg:
	Variazione Nord +80 Variazione Sud +70		Variazione Nord +80 Variazione Sud +70
	Decorrenza 12/04/2000	Decorrenza 12/04/2000	Decorrenza 12/04/2000
Aprile 2000	Variazione Nord -50 Variazione Sud -45	Variazione Nord -50 Variazione Sud -44	Variazione Nord -50 Variazione Sud -44
		Decorrenza 07/07/2005	
	Decorrenza 08/07/2005	Variazione Nord: miscela +27	Decorrenza 06/07/2005
Luglio 2005	Variazione Nord: miscela +27 propano +55	propano +55	Variazione Nord: miscela +27 propano +55
	Variazione Sud: miscela 0 propano +27	Variazione Sud: miscela 0 propano +28	Variazione Sud: miscela 0 propano +27

Fonte: Elaborazioni su dati delle parti

158. Ai suddetti casi di variazioni differenziate parallele, vanno assimilati quelli, riportati nella Tavola 10, nei quali le tre società apportano variazioni parziali ai rispettivi listini che si presentano, tuttavia, uguali per tutte e tre – o solo per BUTANGAS e LIQUIGAS nei casi nei quali il listino di ENI è risultato non disponibile. In altre parole, per i cinque listini evidenziati, le parti hanno modificato i prezzi solo per una macroarea o per una tipologia di bombola ma lo hanno fatto per le stesse macroaree/tipologie e nella medesima misura.

¹²⁰ I listini di ENI sono disponibili a partire da novembre 1996.

Tavola 10 – Variazioni parziali parallele nei listini bombole (lire/Kg; millesimi di €/Kg)

Listino	Società		
	BUTANGAS	ENI	LIQUIGAS
	Decorrenza 13/04/1995		Decorrenza 14/04/1995
Aprile 1995	Solo propano	(listini non disponibili)	Solo propano
	Variazione -35		Variazione -34
	Decorrenza 02/05/1995		Decorrenza 02/05/1995
	Solo miscela		Solo miscela
Maggio 1995	Solo Sicilia e Campania	(listini non disponibili)	Solo Sicilia e Campania
	Variazione -39		Variazione -39
	Decorrenza 08/05/1996		Decorrenza 08/05/1996
Maggio 1996	Solo Centro-Nord	(listini non disponibili)	Solo Centro-Nord e propano da 62 Kg ¹²¹
	Variazione -25		Variazione -25
	Decorrenza 13/05/1996		Decorrenza 13/05/1996
Maggio 1996	Solo Puglia e Calabria	(listini non disponibili)	Solo Puglia e Calabria
	Variazione -20		Variazione -20
	Decorrenza 11/11/2004	Decorrenza 9/11/2004	Decorrenza 11/11/2004
Novembre 2004	Solo Sud	Solo Sud	Solo Sud
	Variazione +0,44	Variazione +0,44 Sicilia +0,33	Variazione +0,44

Fonte: Elaborazioni su dati delle parti

159. Come risulta dall'osservazione delle tavole, in tutti i casi considerati le decorrenze dei listini sono coincidenti o comunque situate nell'arco di due giorni. Inoltre, le variazioni differenziate o parziali, che si presentano in maniera identica nei listini delle tre società, sono spesso risultate articolate sia per area geografica sia per la tipologia di prodotto. In particolare, nei listini di marzo 1995 e gennaio 1996 (Tavola 9) variano in maniera differenziata tra il Nord e il Sud solo le bombole di propano fino a 15 Kg. Nei listini di maggio 1995 (Tavola 10) variano solo i prezzi della miscela e solo per due regioni. Infine, nel luglio 2005 (Tavola 9) la variazione è differenziata tra Nord e Sud e tra miscela e propano. Si segnala infine che, per BUTANGAS e LIQUIGAS, entrambe le variazioni del mese di maggio 1996 sono state parziali ma parallele.

¹²¹ Si precisa che, diversamente da LIQUIGAS, BUTANGAS non commercializzava bombole di propano da 62 Kg al di fuori del Centro - Nord.

160. Il parallelismo nelle variazioni non uniformi dei listini riveste una particolare importanza nell'analisi del comportamento delle tre società concorrenti. In primo luogo esso evidenzia – ancora una volta – come l'uguaglianza delle decisioni di listino non possa essere interpretata come conseguenza del fatto che le società si rifacevano tutte alla variazione del FOB *Bethouia*. A ben vedere le variazioni non uniformi riguardano la struttura stessa del listino, che è la base per la definizione delle politiche di prezzo nei diversi mercati locali. Le variazioni di listino in esame risultano quindi di particolare rilievo in quanto mostrano che BUTANGAS, ENI e LIQUIGAS hanno modificato le proprie strategie di prezzo per le stesse aree e/o tipologie di bombole, nella stessa misura e con la stessa tempistica: esito, questo, difficilmente spiegabile se non ipotizzando una previa concertazione tra le parti.

V. 3.4 CONCLUSIONI IN MERITO AL PARALLELISMO DEI LISTINI

161. In conclusione, lo studio dei listini per il GPL in bombole e in piccoli serbatoi adottati dalle società BUTANGAS, ENI e LIQUIGAS nel periodo 1995 – 2005 ha evidenziato alcuni risultati di particolare rilievo:

- ogni società, pur articolando i propri listini in un complesso di voci sia territoriali che (per le bombole) di prodotto, ha, di norma, variato i listini applicando a tutte le voci un'unica differenza rispetto al listino precedente. Le eccezioni a tale regola sono state, per tutte e tre le società, molto poche e, in genere, riconducibili a spiegazioni non in contrasto con l'uniformità della variazione dei singoli listini;
- nella grande maggioranza dei casi le tre società hanno adottato la stessa decisione in merito alla variazione ovvero al mantenimento del listino del mese precedente a fronte della variazione mensile del costo internazionale della materia prima. In altri termini, tutte hanno lasciato inalterato il listino o tutte adottato delle modifiche;
- quando le tre società hanno deciso di modificare i listini, lo hanno fatto tendenzialmente con la medesima tempistica di decorrenza;
- le variazioni dei listini di GPL in bombole e in piccoli serbatoi delle tre società sono state in genere di entità molto simile, garantendo un andamento sostanzialmente parallelo dei prezzi per tali prodotti. Le differenze tra le variazioni apportate dalle tre società sono risultate in genere di scarsa rilevanza (al più pari a 3 millesimi nel 69% dei casi per i piccoli serbatoi e nell'87,5% per le bombole) anche in considerazione della dimensione media delle variazioni apportate (14 millesimi per i piccoli serbatoi e 30 per le bombole);
- l'andamento dei prezzi consigliati dalle tre società risulta sostanzialmente indipendente rispetto a quello della quotazione *Platt's* di riferimento;
- in un significativo numero di casi la decorrenza “sincrona” dei listini risulta per tutte e tre le società svincolata dalla tempistica necessaria ad adattare tempestivamente i listini alle variazioni della quotazione della materia prima (*Platt's*);
- in un sottoinsieme di casi in cui le variazioni dei listini bombole non sono state uniformi in tutte le articolazioni degli stessi, le tre società risultano aver modificato le proprie politiche di prezzo per area geografica e/o prodotto applicando le medesime variazioni con la medesima tempistica.

162. La sostanziale indipendenza, quanto a tempistica ed entità delle variazioni, dei listini delle tre società e della quotazione FOB *Bethouia* implica che il parallelismo riscontrato non può essere spiegato con la circostanza che tutte e tre le società stessero fissando il prezzo seguendo in maniera

indipendente l'andamento della quotazione della materia prima. Il parallelismo dei listini resta, pertanto, non spiegato. Parimenti, il fatto che le tre società hanno modificato in maniera differenziata i propri listini con uno stesso disegno e uguale tempistica non appare spiegabile se non ammettendo una previa concertazione tra le parti.

V. 4. LE EVIDENZE AGLI ATTI DEL PROCEDIMENTO

163. Il presente procedimento era stato originariamente avviato per una ipotesi di accordo tra sei società per la determinazione congiunta del livello dei prezzi e di altre condizioni contrattuali da applicare ai rivenditori del GPL in bombole in Sardegna. L'acquisizione della documentazione istruttoria nel corso della prima fase del procedimento ha dunque riguardato le sei società destinatarie del provvedimento di avvio (oltre a BUTANGAS, ENI e LIQUIGAS anche SARDAGAS, ULTRAGAS e FIAMMA), nonché la società Saras S.p.A., proprietaria dell'unica raffineria dell'isola. In tale fase si è principalmente acquisita documentazione circoscritta alla regione Sardegna.

164. In seguito alla modifica oggettiva del procedimento (nei confronti delle sole BUTANGAS, ENI e LIQUIGAS), indotta dagli elementi apportati da ENI con la domanda di trattamento favorevole, si è proceduto ad acquisire ulteriore documentazione relativa alla più ampia formulazione dell'ipotesi istruttoria (determinazione congiunta a livello nazionale dei prezzi nei mercati del GPL in bombole e in piccoli serbatoi). Nei punti successivi si dà conto delle principali evidenze agli atti raccolte nel corso delle due fasi del procedimento, prevalentemente attraverso le verifiche ispettive presso le sedi delle società.

V. 4.1. LA DOCUMENTAZIONE ACQUISITA NELLA PRIMA PARTE DEL PROCEDIMENTO

165. Dalla documentazione raccolta nella prima parte del procedimento, che ha riguardato, come visto, i mercati del GPL in bombole in Sardegna emergono principalmente due fenomeni:

- L'esistenza nelle diverse aree del Paese di condizioni di redditività differenziate per le società grossiste/imbottigliatrici; in particolare, tale fenomeno si manifesta attraverso livelli disomogenei sul territorio degli sconti riconosciuti ai rivenditori sul prezzo di acquisto delle bombole (cd "difesa mercato");
- In Sardegna, la percezione diffusa di un clima di sostanziale non belligeranza tra i principali operatori del GPL nella regione, che si è incrinato, come risulta da varie testimonianze agli atti, nel periodo 2005-2006.

V. 4.1.1. Evidenze sulla "difesa mercato"

166. La "difesa mercato" è lo sconto riconosciuto al rivenditore sul prezzo di listino, affinché lo stesso possa far fronte alle condizioni concorrenziali prevalenti nelle varie zone d'Italia¹²². Le evidenze agli atti mostrano l'esistenza di sensibili differenze tra i livelli di difesa mercato nelle diverse regioni, e in particolare tra quelli applicati in Sardegna (più ridotti) e quelli di altre parti del Paese. Tra queste:

- BUTANGAS in Sardegna ha applicato nei singoli mesi nel 2007 difese mercato relativamente ridotte e comprese tra il [omissis] e il [omissis] circa rispetto a quella applicata in media¹²³;

¹²² La difesa mercato è, pertanto, un costo per le società imbottigliatrici.

¹²³ Docc. 14 e 18. La media è comprensiva anche del dato relativo alla Sardegna.

– per quanto riguarda LIQUIGAS, dal doc. 163 risulta che questa società ha speso in Sardegna per difesa mercato e bombole omaggio rispettivamente nel dicembre 2007, nel gennaio 2008 e nel febbraio 2008 importi compresi tra il [omissis] e il [omissis] circa rispetto agli importi medi del resto d'Italia¹²⁴;

– con riferimento ad ENI, dal doc. 40 risulta che nel 2006 e nel 2007 questa ha riconosciuto a Divengas, Torregas e Sodigas (sue concessionarie in Sardegna) difese comprese tra [omissis] e [omissis]¹²⁵, a fronte di importi compresi tra [omissis] e [omissis] corrisposte alle altre concessionarie dell'Italia centrale.

167. Nel corso delle audizioni svolte nella prima parte dell'istruttoria, le società BUTANGAS, ENI e LIQUIGAS (che sono attive su tutto il territorio nazionale) non hanno negato la maggiore redditività del mercato sardo rispetto ad altri contesti locali. Tali società hanno spiegato questa diversa redditività con ragioni di tipo strutturale. In particolare, BUTANGAS (doc. 305) ha sostenuto che, in ragione dei maggiori consumi in Sardegna di GPL in bombole ai rivenditori, è sufficiente riconoscere un margine unitario minore. ENI (doc. 282) e LIQUIGAS (doc. 309) hanno evidenziato che in Sardegna sono assenti i fenomeni di illegalità (quali il riempimento abusivo di bombole altrui) che, in alcune aree dell'Italia, rendono necessari sconti maggiori¹²⁶. ENI ha anche annoverato tra le cause strutturali della maggiore redditività del mercato sardo l'assenza di combustibili alternativi gassosi (doc. 282).

168. In generale, le evidenze acquisite nel corso delle ispezioni del 6 maggio 2008 confermano che la misura della difesa mercato dipende dai diversi contesti concorrenziali. In merito, in due documenti acquisiti presso ENI¹²⁷ si afferma che i casi di maggior spesa per la difesa mercato sono collegati a episodi di maggiore aggressività delle azioni commerciali dei concorrenti. Come caso particolare di questa regola generale, risulta evidente che l'aggressività degli operatori sardi è considerata minore di quella che prevale in altre regioni d'Italia¹²⁸; di conseguenza minori sono, come visto, i costi che le società devono sostenere per la difesa mercato (e maggiori i margini per le società imbottigliatrici/grossiste).

V. 4.1.2. Evidenze sulla percezione locale di un clima di non belligeranza incrinatosi a partire dal 2005-2006

169. La documentazione acquisita con riguardo alla Sardegna testimonia l'esistenza, a livello locale, di un clima di scarsa pressione concorrenziale, che risulta essere stato compromesso, a

¹²⁴ Per la stessa società, dal doc. 142 si ricava che la spesa media per difesa mercato e omaggi è stata pari a [omissis] nel 2005, [omissis] nel 2006 e [omissis] nel 2007. Più in generale dal doc. 163 risulta che il margine netto realizzato da LIQUIGAS in Sardegna risulta [omissis] rispetto alla media nazionale: [omissis] nel dicembre 2007, [omissis] nel gennaio 2008 e [omissis] nel febbraio 2008. Questo deriva dal fatto che gli sconti diretti in fattura e la spesa per difesa mercato e bombole omaggio sono in Sardegna inferiori rispetto a quanto accade nel resto dell'Italia.

¹²⁵ Nel 2006 per DIVENGAS, TORREGAS e SODIGAS le difese mercato sono state pari a circa a [omissis], [omissis] e [omissis]; nel 2007 gli stessi importi sono saliti a [omissis], [omissis] e [omissis].

¹²⁶ Anche FIAMMA, sentita in audizione il 4 marzo 2009 (doc. 451) ha sostenuto che la difesa mercato riconosciuta ai rivenditori sardi risulta inferiore a quella prevalente in altre parti d'Italia in ragione di specificità strutturali del mercato sardo e, segnatamente, un livello dei costi più elevato, la necessità di investimenti per adeguare strutture logistiche più datate e l'assenza di fenomeni di riempimento abusivo.

¹²⁷ Docc. 45 e 46, relativi all'aprile 2008 e all'agosto 2007.

¹²⁸ Ad esempio, nel doc. 24, verbale di accertamento ispettivo presso la sede di Porto Torres di BUTANGAS, si legge che la situazione sarda "è ben diversa da quella che si riscontra nel resto d'Italia, dove in genere viene applicata una scontistica superiore a causa della maggior concorrenza esistente tra gli operatori". Nello stesso senso il doc. 229, e-mail datata 10 gennaio 2007 reperita presso ENI, nel quale si afferma che: "La Sardegna è stata storicamente la cassaforte dell'Agipgas e anche in questa fase critica continua ad essere una grande parte di vendita e utili".

partire dal 2005 - 2006, da alcuni eventi (“rottture”) che molti operatori commentano in termini critici. In particolare, vi sono evidenze di “rottture” di mercato, relative al 2005 – 2006, nella forma di listini e sconti ai rivenditori particolarmente aggressivi. L’ingresso di nuovi operatori nel mercato, anche in conseguenza dell’accesso alle strutture di imbottigliamento di ENI sull’isola, come nel caso di Beyfin¹²⁹, sembra aver costituito uno dei principali elementi di “rottura” degli equilibri consolidati del mercato sardo. L’entrata di Beyfin si colloca temporalmente all’inizio del 2007¹³⁰; essa è dunque successiva alle pratiche di “rottura” del 2005 – 2006.

170. La lettura della documentazione agli atti restituisce in sostanza l’immagine di un settore pervaso da un clima di scarsa concorrenza durato fino agli anni 2005-2006 e sostanzialmente condiviso da più operatori, anche se le evidenze dei passi più concreti, come riunioni tra i rappresentanti delle imprese, riguardano solo i tre operatori principali¹³¹. Le evidenze sulla non belligeranza reciproca (o sulla sua rottura) sono relative al livello degli sconti praticati ai rivenditori (non solo nella forma della difesa mercato ma anche, ad esempio, come bombole omaggio) e a forme di mutuo rispetto dei rivenditori esclusivi.

171. Una chiara esemplificazione di quanto precede è fornita dal doc. 55, acquisito presso ENI¹³². Il documento è privo di data, ma può collocarsi dopo l’entrata sul mercato sardo della Beyfin, avvenuta all’inizio del 2007 grazie anche al supporto della stessa ENI. In esso si legge: *“il mercato della Sardegna si è via via deteriorato fino a raggiungere livelli concorrenziali e di sconti sempre più simili a quelli praticati in continente. Dalla felice situazione del non lontano 2005, dove operavano solo le Società Mayor quali Liquigas, Butangas, Fiamma 2000, Agipgas, Ultragas”* si è passati ad una pluralità di operatori con l’ingresso di nuove società quali Autogas Sarda, Sudgas, Cimegas, Isolagas e Beyfin. *“La concorrenza c’era anche prima ma si limitava a sconti molto bassi e ad un rispetto reciproco che fungeva da naturale calmiera. L’arrivo di tanti operatori ha provocato una escalation degli sconti e la nota vicenda della Beyfin ha di fatto vanificato il patto morale di non belligeranza tra le grandi Società”*¹³³.

172. Il doc. 55 pone in evidenza che il clima di non belligeranza in Sardegna era anche legato al ridotto numero di operatori. Coerentemente, come emerge dallo stesso documento – nonché dal doc. 57 descritto nel seguito – l’ingresso di nuovi operatori mette definitivamente in crisi tale situazione di mercato.

V. 4.1.3. Evidenza di un incontro tra i rappresentanti locali delle società BUTANGAS, ENI e LIQUIGAS

173. Nel contesto di mercato descritto nei punti precedenti, di particolare interesse è il doc. 57, acquisito presso ENI (nota interna) e datato aprile 2006 che fa riferimento a un incontro avvenuto tra i rappresentanti delle tre principali società in merito all’opportunità di definire una strategia comune di difesa delle quote di mercato e dei margini in Sardegna. Questo documento si riferisce ad un contesto di mercato caratterizzato da un calo delle vendite, del quale vengono citate le cause: alcune di medio-lungo periodo – è il caso dello sviluppo delle reti canalizzate di GPL e del crescente ricorso a combustibili alternativi; altre contingenti – è il caso dell’attenzione dei media

¹²⁹ Si vedano docc. 45, 50, 55 e 56.

¹³⁰ Doc. 74.

¹³¹ Si veda doc. 57, illustrato nel dettaglio più avanti.

¹³² Si tratta di una nota interna acquisita presso ENI.

¹³³ Cfr. anche doc. 229.

sul caro bombole e della situazione climatica del 2006. Il calo delle vendite viene riferito a tutti gli operatori ma nel documento sono riportate le vendite per il GPL in bombole e in piccoli serbatoi solo di BUTANGAS e LIQUIGAS, oltre che della stessa ENI.

174. A fronte di “azioni scomposte” da parte degli operatori locali per “improbabili recuperi” sulle quantità e sui margini, si afferma che “A seguito di una riunione tecnica sulla sicurezza si è ipotizzata la seguente strategia comune: ... L'unica strada da perseguire è quella della comune difesa delle rispettive quote di mercato e dei margini. Su queste ipotesi c'è l'accordo locale e si attende la benedizione dalle varie direzioni.”

175. Con riguardo alle dinamiche concorrenziali in Sardegna il doc. 57 evidenzia come il clima di non belligeranza sia stato messo in crisi dal declino della domanda al quale gli operatori hanno reagito con politiche commerciali più aggressive.

176. Da un punto di vista concorrenziale, da questo documento emergono due elementi di particolare significatività: una riunione a cui avrebbero partecipato società concorrenti e la definizione di una strategia comune in esito alla riunione stessa. Si evidenzia, inoltre, che il documento riguarda non solo al mercato (del prodotto) del GPL in bombole ma anche a quello del GPL in piccoli serbatoi e fa riferimento ad un incontro al quale sembrano aver partecipato solo i rappresentanti delle società BUTANGAS, ENI e LIQUIGAS – come si deduce dal fatto che i dati delle vendite riportati nel documento interessano solo questi 3 operatori.

177. BUTANGAS ha contestato nella propria memoria difensiva che l'oggetto della riunione di cui al doc. 57 fosse illecito. Al riguardo, si osserva come la lettura che BUTANGAS dà nella propria memoria del documento in esame sia del tutto parziale e, pertanto, conduca ad una conclusione, errata. Emerge, infatti, in maniera univoca dalla lettura del documento come lo scopo della riunione fosse la definizione di una strategia comune di difesa delle quote di mercato e dei margini in Sardegna: oggetto chiaramente illecito.

V. 4.1.4. L'ingresso di Beyfin nel mercato sardo

178. L'apertura da parte di ENI delle proprie strutture produttive che ha consentito a Beyfin l'ingresso sul mercato sardo è stata vissuta dagli operatori, inclusi i concessionari della stessa ENI, come un importante elemento di rottura che ha alterato i preesistenti equilibri del settore. Anche l'apertura di ENI a nuovi operatori risulta legata al declino dei consumi di GPL e al conseguente eccesso di capacità produttiva¹³⁴. L'apertura concessa a Beyfin è un esempio della discontinuità che ENI ha rappresentato di aver introdotto nella propria politica commerciale a partire dal 2006 (audizione del 10 ottobre 2008, doc. 282)¹³⁵.

179. Il doc. 45, datato 15 aprile 2008, contiene un carteggio tra la concessionaria Divengas ed ENI in merito alle azioni di ritorsione a danno delle attività a marchio ENI seguite all'entrata sul

¹³⁴ Nel corso dell'audizione del 10 ottobre 2008 (doc. 282) ENI ha fatto presente che “anche in conseguenza del declino della domanda, in Sardegna, come nel resto del territorio italiano, esiste un eccesso di capacità di imbottigliamento”.

¹³⁵ In particolare, tale discontinuità ha riguardato:

“1) [la] sostituzione dei capi area commerciali sia locali che centrali, compreso, quindi, il capo area responsabile dell'area Sardegna/Lazio/Abruzzo;

2) [l']ottimizzazione dei costi di produzione, attraverso l'apertura delle strutture di imbottigliamento a due nuovi operatori: Beyfin, con il quale Eni intrattiene rapporti commerciali anche sul resto del territorio italiano sia per il GPL sia per altri prodotti (ad esempio, carburanti per autotrazione), e Smeraldagas. In particolare, ... anche in conseguenza del declino della domanda, in Sardegna, come nel resto del territorio italiano, esiste un eccesso di capacità di imbottigliamento;

3) [la] modifica delle strategie commerciali, sia rispetto ai concessionari sia alla rete di vendita” (doc. 282).

mercato sardo di Beyfin¹³⁶. Divengas lamenta che: *“l’agevolazione da voi concessa alla Beyfin di operare con sistema di vendita destabilizzante oltre ad aver danneggiato principalmente l’Agipgas, ha scatenato la ritorsione dei concorrenti facendo precipitare il mercato ad un livello impensabile fino a due anni fa ... notizie che attingiamo dai rivenditori i quali ci riferiscono che i concorrenti, indispettiti dall’azione destabilizzante della Beyfin, si attivano al massimo per sottrarci consenso e vendite”*.

180. L’ingresso di Beyfin risulta aver comportato una forte discontinuità sotto il profilo della gestione dei rivenditori. In una lettera di Divengas ad ENI, datata novembre 2007 (doc. 50), si legge che l’ingresso di Beyfin, con vendite dirette ai consumatori, *“ha sconvolto l’equilibrio dei rivenditori”*, scatenando la reazione dei concorrenti, che aggrediscono le reciproche reti distributive¹³⁷.

V. 4.2. LA DOCUMENTAZIONE ACQUISITA DOPO L’AMPLIAMENTO OGGETTIVO DELL’ISTRUTTORIA: UNO SCAMBIO DI INFORMAZIONI

181. A seguito dell’ampliamento oggettivo dell’istruttoria, in data 27 gennaio 2009 sono stati compiuti nuovi accertamenti ispettivi presso le sedi delle società BUTANGAS, ENI e LIQUIGAS, destinatarie del provvedimento di estensione. Nel corso di tali ispezioni, presso la sede di BUTANGAS, sono state rinvenute evidenze relative ad uno scambio di informazioni sugli andamenti delle vendite a livello nazionale relative alle tre suddette società nonché a Elf Gas¹³⁸, Api¹³⁹, Shell Gas¹⁴⁰. Nello specifico sono stati rinvenuti:

- prospetti riassuntivi delle variazioni percentuali delle vendite delle società BUTANGAS, ENI e LIQUIGAS nonché di Api, Elf Gas e Shell Gas nei singoli mesi del periodo gennaio 1996 – giugno 2000, separatamente per i canali bombole e piccoli serbatoi; le variazioni delle vendite si riferiscono allo stesso mese dell’anno precedente; nel medesimo documento si trova anche un appunto con l’indicazione di persone e linee telefoniche delle società ENI, LIQUIGAS, Api ed Elf Gas (doc. 417);
- per il periodo gennaio 1997 – agosto 2000, ricevute di fax inviati da BUTANGAS a Api (doc. 419), Elf Gas (doc. 420), ENI (doc. 418) e LIQUIGAS (doc. 421) riguardanti i suddetti prospetti contenenti dati risalenti al più ai due mesi precedenti; per Elf Gas si dispone anche di fax con i

¹³⁶ Per quanto riguarda la collocazione temporale dell’ingresso di Beyfin, risulta da alcuni documenti che il contratto con ENI per l’imbottigliamento delle bombole di Beyfin nello stabilimento di Sarroch è stato firmato a gennaio 2007. Beyfin offre le bombole porta a porta, con una innovazione (di successo) rispetto a modalità di vendita consolidate.

¹³⁷ In particolare, per quanto riguarda le specifiche iniziative di BUTANGAS *“lo spazio da acquisire viene ricercato da questi anche sugli esclusivi (prima questo non avveniva)”*. Quanto a SARDAGAS, questa propone sconti *“senza indugi, anche ai rivenditori esclusivi Agipgas con il conseguente disorientamento e disappunto da parte di essi.”* LIQUIGAS applica sconti sulle bombole da 10 kg e sconti spot del 20% *“che vengono gestiti dai trasportatori al momento della fornitura in base alla preferenza concessa dal rivenditore sulle altre marche.”*

¹³⁸ Elf Gas Italiana s.r.l. è diventata Totalgaz Italia s.r.l. (Totalgaz) nel 1997; Totalgaz è controllata da Total Italia S.p.A..

¹³⁹ Il ramo d’azienda di Api S.p.A. relativo al GPL in bombole è stato acquisito da BUTANGAS nel 2006 (si veda sito internet della società).

¹⁴⁰ Shell Gas Italia S.p.A., incorporata in Shell Italia S.p.A. alla fine del 2005, non è più attiva nei mercati interessati. Il ramo d’azienda di Shell Gas relativo ai piccoli serbatoi è stato acquisito da LIQUIGAS a fine 2003 (si veda provvedimento n. 12622, 20 novembre 2003, C6139 LIQUIGAS/RAMO D’AZIENDA DI SHELL GAS ITALIA, in *Bollettino* n. 47/2003). Il ramo d’azienda relativo al GPL in bombole è stato acquisito da BUTANGAS nel 2000 (si veda sito internet della società).

quali questa società inviava a BUTANGAS le variazioni, mensili e progressive¹⁴¹, delle proprie vendite;

– per il mese di dicembre 1994 ricevute di fax inviati da BUTANGAS alle società Api, Elf Gas, ENI, LIQUIGAS e Shell Gas (all'epoca Monteshell) contenente il prospetto riassuntivo dell'andamento delle vendite fino a novembre 1994 (doc. 422); per le società Api ed Elf Gas si dispone anche del fax inviato da queste società a BUTANGAS con i dati relativi alle rispettive vendite.

182. Sul punto, ENI ha successivamente integrato la documentazione allegata alla domanda di trattamento favorevole (doc. 455), producendo due dichiarazioni di dipendenti nonché esempi che confermano l'esistenza di una prassi, per gli anni 1994 fino almeno a tutto il 2001, di contatti telefonici mensili dalla stessa ENI a BUTANGAS relativamente ai dati delle proprie vendite di GPL in bombole e in piccoli serbatoi. BUTANGAS provvedeva poi ad assemblare le informazioni ricevute e a rinviare mensilmente via fax tabelle analoghe a quelle rinvenute in ispezione. Nella dichiarazione del dipendente ENI che materialmente riceveva i fax da BUTANGAS, viene precisato: *“avevo indicazioni da [AD AgipGas] di portargli immediatamente questi fax non appena arrivavano”*. ENI ha anche prodotto esempi dei prospetti riepilogativi degli andamenti delle vendite delle società coinvolte nello scambio di informazioni per il periodo gennaio 1994 – maggio 1996.

183. Nel loro complesso, i documenti sopra descritti appaiono riconducibili ad uno scambio di informazioni nel quale BUTANGAS svolgeva il ruolo di collettore dei dati relativi alle società Api, Elf Gas, ENI, LIQUIGAS e Shell Gas. BUTANGAS provvedeva poi ad organizzare le informazioni, comprese quelle relative alle proprie vendite, in prospetti sintetici che venivano inviati alle medesime società che avevano comunicato, per telefono o via fax, i propri dati. L'oggetto dello scambio erano gli andamenti mensili e progressivi delle vendite nei canali bombole e piccoli serbatoi, singolarmente considerati. La cadenza dello scambio era mensile e i dati venivano resi disponibili con un ritardo che arrivava al più a due mesi. Lo scambio si è protratto dal 1994 al 2001.

184. La funzione dello scambio di informazioni e il suo inquadramento nel disegno collusivo oggetto di accertamento sono stati chiariti da ENI in un'integrazione della domanda di trattamento favorevole (doc. 544). La società ha indicato due distinte funzioni: una funzione informativa comune a tutte le società coinvolte e una di monitoraggio del mantenimento dello *status quo* concorrenziale riservata alle tre società coinvolte nell'intesa, ovvero BUTANGAS, ENI e LIQUIGAS.

185. *“La funzione “comune” era quella di fornire informazioni utili a ciascuna società per essere aggiornate sull'andamento del mercato, mancando fonti pubbliche alternative per tale tipo di analisi”*. Al riguardo ENI ha precisato che il contenuto informativo dei fax era idoneo a fornire un quadro rappresentativo dell'andamento delle vendite in quanto riguardava le tre società principali (oltre alla stessa ENI, BUTANGAS e LIQUIGAS) e tre società di minore importanza (Api, Elf Gas e Shell Gas) *“ma caratterizzate da una significativa presenza a livello pluriregionale”*.

¹⁴¹ Per variazione mensile sembra doversi intendere la variazione rispetto al mese precedente. Per variazione progressiva la variazione complessiva fino al mese di riferimento; in particolare, la variazione progressiva a dicembre è la variazione dell'anno rispetto al precedente.

186. Quanto alla funzione “riservata” di monitoraggio, ENI ha posto in evidenza che “i dati raccolti nei fax erano tali da evidenziare tempestivamente incrementi nei volumi di vendita e quindi eventuali significativi disallineamenti rispetto al patto di mantenere una simmetria nelle variazioni dei listini.” Al riguardo, nella dichiarazione di [AD AgipGas] che integra la domanda di trattamento favorevole (doc. 550) viene affermato che lo scambio di fax “è stato funzionale a monitorare le modifiche dell’equilibrio concorrenziale delle tre società, in assenza di dati ufficiali di mercato”.

187. ENI ha anche fornito una spiegazione dell’interruzione, nel 2001, di tale pratica, collegandola sia a mutamenti organizzativi interni (soppressione della funzione *marketing*) sia alla necessità di ottemperare all’indicazione, proveniente dai vertici della società, di adottare atteggiamenti più cauti nei rapporti con i concorrenti in seguito all’attenzione mostrata dall’Autorità nei confronti delle attività del gruppo (procedimento I/165 relativo all’attività di distribuzione carburanti).

188. Le società Api e Total, interpellate sul punto¹⁴², non sono state in grado di fornire spiegazioni in merito al loro coinvolgimento nello scambio di informazioni, anche in ragione del fatto che le evidenze agli atti risultano risalenti nel tempo (docc. 543 e 549). Quanto alla funzione dello scambio di fax, entrambe le società hanno affermato che con ogni probabilità esso era finalizzato a fornire informazioni sull’andamento del mercato in un contesto caratterizzato da assenza di informazioni ufficiali. Ciò confermerebbe, nella sostanza, quanto affermato da ENI circa la funzione “comune” dello scambio di informazioni.

VI. ARGOMENTAZIONI DELLE PARTI

189. Le parti destinatarie del provvedimento di estensione oggettiva del procedimento I/700 hanno affrontato, nel corso delle audizioni (infraprocedimentali e finale) e nelle memorie difensive, le principali questioni oggetto di accertamento. BUTANGAS e LIQUIGAS hanno contestato fermamente la propria responsabilità nei confronti dell’infrazione oggetto della presente procedura, sostenendo l’inesistenza di un’intesa lesiva della concorrenza in violazione dell’art. 101 del TFUE. In particolare, le contestazioni sollevate risultano riconducibili a due argomenti principali: i) l’intesa contestata non sarebbe stata provata; ii) l’intesa sarebbe priva di effetti restrittivi della concorrenza.

190. In particolare, le osservazioni presentate da BUTANGAS e LIQUIGAS, possono essere ricondotte ai seguenti profili:

- a) irrilevanza probatoria della documentazione presentata da ENI a corredo della richiesta di trattamento favorevole;
- b) oneri di accertamento gravanti sull’Autorità;
- c) inesistenza di contatti idonei, per numero e frequenza, a concertare le decisioni di prezzo;
- d) mancata verifica, in assenza di prove documentali del cartello, dell’inesistenza di possibili spiegazioni alternative al riscontrato parallelismo dei listini;
- e) irrilevanza probatoria dello scambio di informazioni sulle vendite di GPL per piccoli serbatoi e in bombole;

¹⁴² Queste società hanno preso visione dei documenti relativi allo scambio di informazioni che le riguardavano specificamente nel corso di due distinte audizioni (tenutesi il 21 settembre 2009, con Api, e il 25 settembre 2009, con Total) durante le quali la Direzione ha formulato precise richieste in merito (si vedano docc. 533 e 541).

- f) irrilevanza concorrenziale dei listini e inidoneità del cartello ad incidere sui prezzi effettivi (assenza di effetti restrittivi della presunta intesa sul mercato);
- g) assenza di condizioni favorevoli alla formazione e mantenimento di un equilibrio collusivo (insostenibilità di un equilibrio collusivo);
- h) gravità e durata dell'intesa.

a) Sul valore probatorio della leniency

191. BUTANGAS e LIQUIGAS contestano la valenza probatoria della richiesta di *leniency* di ENI. In particolare, entrambe sostengono che la ricostruzione dei fatti fornita da ENI sia strumentale, incompleta e contraddittoria: ciò ne determinerebbe l'inaffidabilità e ne minerebbe la credibilità. Più in generale, le due società fanno valere che l'assenza di norme procedurali che regolano le modalità di assunzione della prova ponga la stessa normativa sulla *leniency* al di fuori del perimetro costituzionale, risultando la stessa in contrasto con i principi generali dell'ordinamento in materia di tutela dei diritti di difesa e del contraddittorio.

192. La strumentalità, e dunque l'assenza di credibilità, della *leniency* di ENI risulterebbe, in particolare:

- dalla stessa cronologia della strategia difensiva di ENI, che prima ha formulato una proposta di impegni ai sensi dell'art. 14-ter della legge n. 287/90 e solo successivamente al loro rigetto ha manifestato l'intenzione di prestare una qualificata collaborazione, presentando una domanda di trattamento favorevole ai sensi dell'art. 15, comma 2-bis, della legge n. 287/90¹⁴³;
- dalla presenza di un preciso interesse del *leniency applicant* ad ottenere l'immunità o la riduzione della sanzione. Peraltro, nel caso di specie, tale interesse risulterebbe rafforzato dalla circostanza che era stato già avviato un procedimento in relazione al mercato sardo. BUTANGAS pone anche in evidenza che la dichiarazione di [AD AgipGas] non sia stata resa a nome dell'impresa coinvolta nella condotta illecita ma unicamente a titolo personale;
- dalle modalità con cui sono state acquisite le dichiarazioni dei dipendenti o ex-dipendenti di ENI¹⁴⁴. Inoltre, [AD AgipGas] si è dichiarato indisponibile ad essere sentito direttamente dagli uffici dell'Autorità, pur avendo questi ultimi manifestato l'esigenza di procedere in tal senso.

193. L'inattendibilità della *leniency* discenderebbe anche dalla circostanza che essa si baserebbe su dichiarazioni di dipendenti e ex-dipendenti che si sono dimostrate, in diverse e significative occasioni, in contraddizione tra loro. Più specificatamente, sono state rilevate:

- incoerenze in relazione all'identità delle imprese che avrebbero preso parte alla presunta intesa¹⁴⁵;
- incongruenze nelle due dichiarazioni rese da [ex responsabile AgipGas della rete di vendita GPL in bombole e serbatoi] con particolare riferimento alle persone coinvolte¹⁴⁶;

¹⁴³ Secondo le parti, infatti, la presentazione degli impegni indicherebbe che, almeno inizialmente, ENI avesse escluso l'esistenza di un cartello, al quale lo strumento degli impegni non è applicabile.

¹⁴⁴ In particolare, BUTANGAS sottolinea come tali dichiarazioni siano state rese non in presenza dei funzionari dell'Autorità ma internamente ad ENI, sulla base di domande da essa predisposte e, dunque, suscettibili di "orientare" le risposte e ottenere dichiarazioni "utili" alla *leniency*.

¹⁴⁵ Inizialmente ENI ha sostenuto che la presunta intesa avesse coinvolto anche Ultragas Tirrena e Ultragas Centro Meridionale per poi limitarne l'ambito soggettivo unicamente alle sole ENI, BUTANGAS e LIQUIGAS. In alcune dichiarazioni di dipendenti ENI ([l'attuale responsabile del business GPL del gruppo ENI] e [omissis]) vengono menzionati incontri tra i rappresentanti di ENI e Ultragas. BUTANGAS fa inoltre rilevare che nella maggior parte delle dichiarazioni acquisite non vi è alcun riferimento alla partecipazione della stessa BUTANGAS al presunto cartello.

- contraddizioni nelle due dichiarazioni rilasciate da [AD AgipGas] in merito alle effettive modalità di funzionamento dell'intesa¹⁴⁷;
- lacune e anomalie in relazione all'interpretazione fornita da ENI circa la funzione dello scambio di informazioni sugli andamenti delle vendite¹⁴⁸;
- incongruenze su altri profili quali l'elenco dei 28 presunti incontri rilevanti fornita da ENI, che risulterebbero, nella maggior parte dei casi, smentiti dalle ulteriori evidenze acquisite agli atti.

194. Le due società hanno, altresì, posto in evidenza che, come peraltro riconosciuto dalla stessa ENI, la domanda di *leniency* non risulta corredata/supportata da alcuna evidenza documentale diretta del presunto cartello. BUTANGAS ha anche rilevato l'assenza di documentazione preesistente e contemporanea alle vicende oggetto di accertamento. Ciò ne ridurrebbe ulteriormente il valore probatorio.

195. Nel corso dell'audizione finale del 20 gennaio 2010, ENI ha precisato di aver svolto, in seguito all'avvio del procedimento istruttorio, “un'accurata e rigorosa indagine interna al fine di riscontrare l'esistenza di un'eventuale violazione della normativa antitrust ad opera della società controllata AgipGas”, ad esito della quale si è determinata a presentare una domanda di *leniency*. Gli elementi emersi nel corso dell'indagine interna hanno, infatti, consentito di delineare “l'esistenza di un'intesa anticoncorrenziale a livello nazionale, avente ad oggetto le variazioni dei listini del GPL (in bombole e sfuso), nei termini illustrati dagli Uffici, secondo quanto emerge principalmente dalle dichiarazioni rese dall'ex dipendente Dott. [omissis] (amministratore delegato di AgipGas e poi responsabile del business GPL dell'Eni fino al 2005)”. Tali dichiarazioni “appaiono peraltro particolarmente attendibili e disinteressate, proprio tenuto conto che trattasi di ex dipendente di Eni non legato alla stessa da alcun rapporto o interesse professionale o personale e anzi, a quanto risulta, tuttora attivo nel settore del GPL presso imprese concorrenti”. Infine, nonostante l'attenzione che emerge dalle stesse dichiarazioni a non lasciare tracce documentali dei descritti incontri, ENI ha posto in evidenza di aver prodotto riscontri documentali risalenti all'epoca dei fatti a conferma dell'esistenza dell'intesa, quali registrazioni degli ingressi presso i propri uffici dei rappresentanti delle imprese coinvolte e note di rimborso spese delle trasferte.

b) Oneri di accertamento gravanti sull'Autorità

196. BUTANGAS e LIQUIGAS hanno argomentato che la presenza di una richiesta di *leniency* non vale ad attenuare lo *standard* probatorio gravante su un'autorità di concorrenza: in caso di contestazione, infatti, le dichiarazioni del *leniency applicant* devono essere corroborate da elementi di prova. In particolare, BUTANGAS ha osservato che il grado di corroborazione richiesto è tanto maggiore quanto minore è la credibilità della *leniency*. LIQUIGAS ha rappresentato che una certa *alea* di inattendibilità è di per sé connaturata al programma di

¹⁴⁶ Nella prima dichiarazione vengono riportate unicamente le visite di [omissis] a [AD AgipGas] e solo nella seconda intervista vengono riferiti gli incontri tra i vertici delle tre società e in particolare le visite di [AD Butangas] a [AD AgipGas].

¹⁴⁷ In particolare, LIQUIGAS ha osservato che nella seconda dichiarazione di [AD AgipGas] sembrano assumere rilevanza contatti telefonici tra i vertici delle tre società, in contrasto con quanto affermato nella prima dichiarazione circa l'esistenza di una concertazione ad esito di incontri.

¹⁴⁸ Al riguardo, entrambe le società hanno ritenuto tardiva, strumentale e comunque inverosimile la ricostruzione data da ENI sulla sua funzione di monitoraggio della presunta intesa, nonché sulle motivazioni che avrebbero determinato la cessazione di tale pratica.

clemenza. Ciò richiederebbe uno speciale rigore valutativo: in queste circostanze l'Autorità sarebbe, infatti, investita di una "*speciale diligenza*" nella valutazione delle dichiarazioni e delle allegazioni prodotte dal denunciante, che dovrebbero essere, dunque, sottoposte ad uno scrutinio particolarmente rigoroso di riscontri esterni ed elementi di contesto che consentano di confermarne, al di là di ogni ragionevole dubbio, l'attendibilità e la fondatezza.

197. Al riguardo, entrambe le società hanno sostenuto che gli uffici dell'Autorità non avrebbero corroborato la *leniency* con altre valide fonti di prova, idonee a supportare l'impianto accusatorio¹⁴⁹. In altri termini, le due società hanno rappresentato che gli uffici dell'Autorità non avrebbero avvalorato la tesi sostenuta nella *leniency* mediante elementi probatori raccolti indipendentemente e non avrebbero dunque soddisfatto lo *standard* probatorio richiesto dalla giurisprudenza nazionale e comunitaria.

c) Inesistenza di contatti idonei, per numero e frequenza, a concertare le decisioni di prezzo

198. Quanto alla valenza probatoria dei contatti tra i vertici delle tre società, BUTANGAS e LIQUIGAS hanno affermato che le evidenze degli incontri acquisite agli atti sono irrilevanti e comunque insufficienti ai fini della prova della concertazione. Al riguardo, BUTANGAS e LIQUIGAS hanno in primo luogo argomentato che, in assenza di riscontri probatori fattuali in relazione alla qualità e al contenuto degli incontri, i contatti non risulterebbero "*qualificati*" e dunque di per sé inidonei a ridurre i margini di incertezza normalmente connaturati all'autonoma determinazione delle proprie condotte da parte di un operatore. Gli uffici dell'Autorità non avrebbero, pertanto, provato l'esistenza di un collegamento funzionale tra i contatti e la presunta finalità della concertazione, ovvero il coordinamento dei listini.

199. In tal senso, LIQUIGAS ha osservato che gli uffici dell'Autorità avrebbero considerato "*a priori ciascun incontro come un'occasione di illecita collusione tra le parti*". Al contrario, in un mercato quale quello del GPL, gli incontri tra i rappresentanti dei principali operatori sarebbero dovuti a numerose ragioni di carattere tecnico e/o legate all'evolversi della legislazione di settore.

200. Inoltre, l'attività istruttoria non ha fatto emergere evidenze che consentano di confermare in maniera univoca gli elementi di riscontro forniti da ENI. Sia BUTANGAS che LIQUIGAS hanno posto l'accento sulle incongruenze e contraddizioni tra le 28 trasferte di [AD AgipGas], indicate da ENI quali possibili occasioni di concertazione, e la documentazione agli atti¹⁵⁰. Al riguardo,

¹⁴⁹ LIQUIGAS ha, in particolare, evidenziato che gli elementi addotti nel caso di specie dal *leniency applicant* non potevano assurgere al rango di prova ma si configuravano piuttosto come semplici informazioni, non idonee a costituire il presupposto esclusivo per una formale contestazione di addebiti. Anche BUTANGAS ha contestato l'assenza di attività di riscontro e verifica della fondatezza degli elementi prodotti dal *leniency applicant*, ritenendo che gli uffici dell'Autorità si fossero limitati ad una mera collazione delle informazioni provenienti dal denunciante, prestando una totale acquiescenza alla loro attendibilità.

¹⁵⁰ In particolare, BUTANGAS ha osservato come "*un terzo degli elementi di riscontro indicati da [AD AgipGas] a sostegno della teoria della concertazione sui listini sia in contrasto con le evidenze acquisite dalla Direzione nel corso dell'attività istruttoria*". A giudizio di LIQUIGAS, dalla lista delle 28 trasferte di [AD AgipGas] – che risulterebbe, almeno nelle intenzioni del *leniency applicant*, "*l'elemento probatorio di maggiore rilevanza tra quelli consegnati all'Autorità, atteso che avrebbe dovuto certificare la fondatezza della ricostruzione operata da [AD AgipGas]*" – in solo 4 occasioni l'incontro si sarebbe effettivamente svolto e, nemmeno per questi, l'Autorità disporrebbe di alcuna evidenza circa il loro intento o oggetto collusivo. In particolare, le 28 trasferte di [AD AgipGas], in occasione delle quali potevano essere avvenuti incontri, sono stati sottoposte ad un *test* di resistenza volto a verificare che fossero presenti tutti e tre i soggetti coinvolti ([AD AgipGas], [AD Butangas] e [AD Liquigas]) e che la data dell'incontro cadesse prima sia dell'invio del listino LIQUIGAS alla rete di commercializzazione sia dell'adozione del listino ENI. Tale verifica ha evidenziato che solo 4 dei 28 incontri risultavano utili alla definizione congiunta della variazione dei listini (secondo il *test* adottato dalla società).

LIQUIGAS ha anche precisato che, negli unici 4 incontri che risultano riscontrati da altre evidenze, *“la presenza congiunta dei tre interessati ... trovava piena giustificazione nel fatto che gli stessi avvenivano in corrispondenza di occasioni ben precise ed istituzionali”* (audizione del 16 luglio 2009, doc. 509). Più in generale, LIQUIGAS ha affermato che *“non è irragionevole ma anzi normale che i vertici delle tre società avessero svariate occasioni di incontro, in ragione della partecipazione agli organi associativi, anche in virtù del loro importante ruolo sul mercato, nonché a varie imprese comuni di cui l’Autorità è ampiamente a conoscenza”*.

201. Con specifico riferimento agli “incontri potenzialmente rilevanti”, le due società hanno posto in evidenza l’esistenza di vizi metodologici nella selezione degli stessi. In particolare, è stata affermata l’irrelevanza delle seguenti categorie di incontri:

– incontri avvenuti nell’ultima settimana del mese, a motivo dell’inattendibilità delle informazioni conoscibili (quotazioni per il Nord Europa) ai fini della previsione sull’andamento della quotazione di riferimento del prezzo della materia prima (*Platt’s Bethouia*)¹⁵¹;

– incontri avvenuti contestualmente o il giorno precedente alla prima data utile di invio dei listini. Tale contestazione viene mossa unicamente da BUTANGAS e motivata dalla circostanza che l’attività amministrativa successiva alla decisione di *pricing* e necessaria al recepimento della stessa (predisposizione di nuovi listini e delle relative lettere di accompagnamento alle 15 filiali e 10 unità operative), richiedeva almeno due giorni;

– incontri avvenuti in sede associativa o in occasione delle riunioni degli organi sociali dell’impresa comune Seastok. A giudizio di BUTANGAS e LIQUIGAS, infatti, in assenza di evidenze puntuali che consentano di attribuire un contenuto anticoncorrenziale a tale tipologia di incontri, essi sarebbero del tutto irrilevanti ai fini della prova della concertazione¹⁵².

202. Infine, le due società hanno mosso contestazioni puntuali in relazione ad alcune specifiche date di incontri (in particolare, 13 date di incontri per BUTANGAS e 9 per LIQUIGAS), rilevando delle incongruenze rispetto alla documentazione agli atti.

d) mancata verifica, in assenza di prove documentali del cartello, dell’inesistenza di possibili spiegazioni alternative al riscontrato parallelismo dei listini

203. Nelle loro memorie BUTANGAS e LIQUIGAS non hanno confutato il parallelismo dei listini. Al riguardo, LIQUIGAS ha considerato che *“l’Autorità afferma una cosa a tutti nota nel mercato del GPL, laddove osserva che i listini delle società sono paralleli”*. Le due società ritengono, infatti, che i listini di tutte le società del settore (non solo quelli delle parti) seguano un

¹⁵¹ Al riguardo, BUTANGAS ha individuato uno scostamento (in valore assoluto) di circa 5 punti percentuali, per il periodo marzo 2005-dicembre 2006, tra il tasso di crescita effettivo del *Platt’s Bethouia* rispetto al mese precedente e la stima basata sulle quotazioni del Nord Europa e, dunque, una possibilità di errore *“irragionevolmente elevato”*. LIQUIGAS ha affermato che, nel corso degli ultimi giorni del mese, è possibile *“soltanto ipotizzare, sulla base del valore del CIF 7000 (i.e. valore spot della materia prima in quel giorno), quale sarà l’andamento del FOB. Tuttavia tali ipotesi non possono essere considerate attendibili”*. In particolare, l’analisi effettuata su 10 incontri potenzialmente rilevanti svoltisi nell’ultima settimana del mese nel periodo ottobre 1996-febbraio 2005 ha evidenziato differenze da un minimo di 0,9% ad un massimo di 13,3% tra il valore medio del CIF 7000 negli ultimi cinque giorni precedenti all’incontro e il valore del FOB *Bethouia* pubblicato il primo giorno del mese successivo.

¹⁵² Al riguardo, la dichiarazione di ENI relativa alla circostanza che la definizione congiunta delle politiche di prezzo avvenisse anche *a latere* di occasioni di incontro ufficiali, non supportata da evidenze documentali, non sarebbe sufficiente a dimostrare l’esistenza di condotte illecite. In tal senso, BUTANGAS ha affermato che *“la mera compresenza di soggetti concorrenti ad una riunione dell’associazione di categoria o del consiglio di amministrazione di un’impresa comune ... non può valere neanche come indizio di una pretesa concertazione tra le parti, soprattutto in casi, come quelli citati, in cui esiste una motivazione ufficiale e trasparente che giustifica l’incontro”*.

andamento parallelo e ciò anche successivamente alla presunta data di cessazione dell'intesa, facendo peraltro rilevare come gli uffici dell'Autorità abbiano invece verificato il parallelismo dei listini solo nei confronti delle parti.

204. Ciò che le due società hanno contestato è che il parallelismo sia frutto di una concertazione, sostenendo altresì che gli uffici dell'Autorità non avrebbero adeguatamente dimostrato che non esistono spiegazioni del parallelismo alternative alla concertazione, passaggio indispensabile data l'assenza di prove documentali dirette della concertazione.

205. Entrambe le parti hanno fornito delle spiegazioni del riscontrato parallelismo dei listini alternative alla concertazione. A giudizio di BUTANGAS, il parallelismo sarebbe la risultante dei seguenti fattori: in primo luogo, la *leadership* di ENI (“*il ruolo di leader che, storicamente, ENI ricopre sui mercati del settore energetico*”¹⁵³) e la “*naturale tendenza*” di tutti gli altri operatori (compresi BUTANGAS e LIQUIGAS) ad adattare intelligentemente la propria politica di prezzi a quella del *market leader*; in secondo luogo, l'elevata trasparenza del mercato (dovuta all'azione esercitata dai rivenditori), l'omogeneità del prodotto, nonché “*l'evoluzione delle dinamiche di formazione dei prezzi nel mercato del GPL*”¹⁵⁴.

206. Anche secondo LIQUIGAS il parallelismo dei listini “*è frutto di una consolidata prassi di mercato storicamente derivante dal regime di prezzi amministrati cui era sottoposto il mercato fino alla metà degli anni '90*”. Ulteriori giustificazioni sarebbero ascrivibili alla trasparenza del mercato, indotta dai rivenditori promiscui per le bombole e dai clienti di maggiori dimensioni per i piccoli serbatoi¹⁵⁵. Ciò farebbe sì che “*tutti gli operatori di mercato si adeguano pressoché automaticamente al listino del primo operatore che pubblica le variazioni rispetto al mese precedente*”. Il parallelismo sarebbe, dunque, l'esito di autonome scelte di impresa.

e) irrilevanza probatoria dello scambio di informazioni sulle vendite di GPL in piccoli serbatoi e in bombole

207. BUTANGAS e LIQUIGAS hanno rappresentato che lo scambio di informazioni sulle vendite di GPL in bombole e in piccoli serbatoi risulterebbe, di fatto, uno strumento inidoneo al monitoraggio di un accordo sui prezzi di listino. Infatti, i dati sulle vendite dipendono dai prezzi effettivi e non dai prezzi di listino, e, secondo le due società, tra listini e prezzi effettivi non vi sarebbe alcuna chiara e intelligibile relazione.

208. Inoltre, le informazioni scambiate sarebbero inutili in quanto: i) indicano la variazione delle vendite rispetto allo stesso mese dell'anno precedente e non mese su mese; ii) sono relative all'intero mercato nazionale e non disaggregate per area geografica; iii) infine, non consentirebbero di isolare alcune dinamiche di mercato quali la crescita esterna.

209. Entrambe le società hanno poi rilevato l'incongruenza temporale tra il periodo dello scambio (1994-2001) e la durata presunta del cartello (1995-2005). Al riguardo, le motivazioni addotte da ENI a giustificazione della sua interruzione, ovvero la soppressione della funzione *marketing* in ENI e la maggiore cautela raccomandata dai vertici di tale società rispetto alle tematiche *antitrust*

¹⁵³ Con particolare riferimento al mercato delle bombole, la *leadership* di ENI sarebbe anche dovuta al fatto che la miscela, materia prima per metà delle bombole, è fornita da ENI.

¹⁵⁴ Tale evoluzione sembra far riferimento al passaggio dal regime di prezzi amministrati (fino al 1991), a quello di prezzi sorvegliati (fino al 1994), fino alla completa liberalizzazione nella fissazione degli stessi.

¹⁵⁵ Con specifico riferimento al canale delle bombole, nell'audizione del luglio 2009 (doc. 509) LIQUIGAS ha spiegato che “*i rivenditori informano immediatamente i fornitori delle condizioni praticate dalle società concorrenti, [...] (in molti casi trasmettendo copia delle fatture)*”. Ciò renderebbe “*i prezzi praticati inevitabilmente più allineati tra loro*”.

(a seguito dell'avvio del procedimento I/165 sulla distribuzione dei carburanti), sono ritenute da LIQUIGAS e BUTANGAS del tutto strumentali e infondate.

210. Le due società hanno infine posto in evidenza che la partecipazione allo scambio di informazioni di imprese estranee all'intesa risulta quanto meno anomala e incongruente rispetto alle finalità di monitoraggio del presunto cartello. In tal senso, l'interpretazione data da ENI circa la duplice funzione dello stesso – peraltro fornita solo successivamente all'acquisizione dei fax nel corso delle ispezioni del 27 gennaio 2009 – appare del tutto strumentale. In assenza di prove al riguardo, la spiegazione più logica sarebbe che lo scambio di informazioni di cui si ha evidenza agli atti ha assolto nel passato a una funzione unica tra tutte le società coinvolte, di natura meramente informativa, volta a sopperire alla mancanza di dati ufficiali sull'andamento delle vendite di GPL, e dunque del tutto estranea a qualunque ipotesi di cartello.

f) irrilevanza concorrenziale dei listini e inidoneità del cartello ad incidere sui prezzi effettivi (assenza di effetti restrittivi della presunta intesa sul mercato)

211. BUTANGAS e LIQUIGAS hanno sostenuto che i listini non avrebbero alcuna valenza concorrenziale in quanto non vi sarebbe alcuna relazione sistematica e stabile tra prezzi di listino e prezzi effettivi praticati ai rivenditori (GPL in bombole) e ai clienti finali (GPL in piccoli serbatoi). Ciò sarebbe dimostrato da una serie di elaborazioni su dati aziendali che evidenziano l'esistenza di una molteplicità di prezzi effettivi diversi da quelli di listino.

212. Con specifico riferimento alle vendite di GPL in piccoli serbatoi, le elaborazioni prodotte da BUTANGAS indicherebbero un'estrema variabilità dei prezzi effettivi sia da un punto di vista geografico sia temporale; in particolare, la società ha praticato prezzi diversi anche all'interno del medesimo mercato geografico. Quanto alla relazione tra prezzi di listino e prezzi effettivi, le elaborazioni mettono in evidenza che i prezzi effettivi risulterebbero nel 57% dei casi inferiori ai prezzi di listino e nel 7% superiori¹⁵⁶; il prezzo effettivo sarebbe dunque superiore al prezzo di listino in un "numero basso ma non irrilevante dei casi". L'irrilevanza concorrenziale dei listini sarebbe anche dimostrata dall'andamento costantemente crescente dello sconto medio nel periodo 1996-2008, nonché da un'analisi economica che per il periodo 1996-2008 mostrerebbe: i) l'apertura di una forbice tra i prezzi di listino e i prezzi effettivi; ii) un andamento crescente dei prezzi effettivi; iii) un andamento allineato di questi ultimi rispetto ai costi variabili.

213. Ulteriori elaborazioni dimostrerebbero che i prezzi praticati nelle province in cui le parti hanno una quota congiunta elevata (almeno 65%) risultano superiori a quelli praticati nelle province in cui le parti hanno una quota congiunta inferiore (meno del 25%) e tale differenza non avrebbe subito cambiamenti con il venir meno dell'intesa¹⁵⁷.

214. LIQUIGAS ha posto in evidenza che la funzione dei listini all'interno della propria organizzazione è quella di trasmettere alla rete di vendita indicazioni sulla variazione dei costi di fornitura ("una traccia attendibile"), nonché un riferimento temporale in merito alla decorrenza

¹⁵⁶ In particolare, BUTANGAS presenta una serie di risultati che dimostrano come il prezzo modale, ovvero il prezzo più frequentemente praticato, non sia un buon indicatore dei prezzi effettivi. Ciò perché BUTANGAS assume che solo se il prezzo modale è un buon indicatore dei prezzi effettivi praticati, l'esistenza di un'intesa restrittiva della concorrenza sui prezzi di listino potrebbe trovare conferma.

¹⁵⁷ Questo è quanto emerge da un modello econometrico esposto nell'Appendice C della memoria di BUTANGAS. L'esistenza di una differenza di prezzo tra province concentrate (quota congiunta superiore al 65%) e province frammentate (quota congiunta inferiore al 25%) si evince anche dal grafico e dai dati riportati a pag. 83 della memoria, malgrado al par. 312 BUTANGAS sostenga che esiste "una sostanziale omogeneità tra province frammentate e concentrate".

dei nuovi prezzi di listino. Ciò risulterebbe coerente con l'organizzazione "federale" della struttura di vendita di LIQUIGAS, caratterizzata da un'ampia autonomia decisionale dei direttori di filiale in merito agli sconti da praticare e alla decorrenza effettiva dei listini (memoria difensiva di LIQUIGAS)¹⁵⁸. A conferma della funzione dei listini LIQUIGAS mette in rilievo che la correlazione tra prezzi di listino e costi di fornitura (pari ad almeno 0,75) è nettamente superiore a quella tra prezzi effettivi e costi di fornitura (al più pari a 0,35).

215. Dall'elaborazione dei dati aziendali prodotta da LIQUIGAS risulterebbe che i prezzi effettivi sono diversi da quelli di listino; in particolare, emerge che in un numero limitato ma significativo di casi i prezzi effettivi praticati per il GPL in piccoli serbatoi risultano superiori a quelli di listino. Inoltre, nel periodo 2001-2008 l'andamento dei prezzi del GPL in piccoli serbatoi non mostra differenze tra il periodo di costanza del cartello e il periodo successivo mentre i prezzi delle bombole "sono addirittura inferiori nel periodo di cartello rispetto a quello successivo". LIQUIGAS ha inoltre presentato altre analisi volte a dimostrare che alcuni valori non sarebbero stati influenzati dalla fine del periodo di vigenza del presunto cartello. In particolare: i) la relazione tra prezzi effettivi e costi di fornitura non è variata (periodo 2001-2008); ii) i margini netti sono stati decrescenti su tutto il periodo 1996 - 2008; iii) gli sconti sono stati crescenti su tutto il periodo 1996 - 2008.

216. Contrariamente a BUTANGAS e LIQUIGAS, ENI ha invece sostenuto che i listini presentano una specifica rilevanza concorrenziale (doc. 544). In particolare, con riferimento al canale delle bombole, ENI ha spiegato che i listini sono intesi a modificare in maniera unitaria le condizioni praticate dalle società ai rivenditori radicati nei diversi mercati locali in considerazione dell'elevato numero di questi ultimi (nel periodo di durata dell'intesa oggetto di accertamento ENI si avvaleva di circa 10.000 rivenditori e la rete LIQUIGAS contava già nel 1994 18.000 rivenditori). ENI ha evidenziato come sia nella pratica insostenibile per qualsivoglia impresa rinegoziare le condizioni praticate a decine di migliaia di rivenditori ad ogni modifica del FOB *Bethouia* (ovvero con cadenza mensile) risultando invece molto più efficiente negoziare *una tantum* lo sconto e modificare mensilmente i listini. Coerentemente, la funzione della concertazione sui listini era quella "di rendere simmetriche le variazioni dei listini medesimi al fine di mantenere lo status quo degli equilibri concorrenziali". Le considerazioni svolte con riferimento al mercato delle bombole possono essere estese anche a quello dei piccoli serbatoi nel quale la numerosità della clientela è maggiore. La società ha, inoltre, fatto rilevare che "la redazione dei listini aveva la finalità di indicare alla rete di distribuzione interna a ciascuna azienda un prezzo di riferimento per la cessione del prodotto ai rivenditori e un prezzo massimo di vendita al cliente finale, come peraltro dimostrato dal fatto che ad ogni variazione del listino si procedeva alla comunicazione dello stesso a tutte le strutture di vendita dislocate sul territorio nazionale".

¹⁵⁸ Nell'audizione del luglio 2009 (doc. 509) la società ha rappresentato che "in ragione della struttura fortemente decentralizzata di LIQUIGAS, che attribuisce al direttore di filiale un significativo potere nella definizione dei prezzi effettivi di vendita, il prezzo di listino costituisce un valore massimo teorico al quale tende in media il prezzo praticato". Nella memoria difensiva depositata il 15 gennaio 2010, LIQUIGAS ha presentato grafici relativi ai prezzi di listino e ai prezzi effettivi dai quali risulta che in un numero limitato ma significativo di casi i prezzi praticati per i piccoli serbatoi risultano superiori a quelli di listino.

g) assenza di condizioni favorevoli alla formazione e mantenimento di un equilibrio collusivo (insostenibilità di un equilibrio collusivo)

217. BUTANGAS e LIQUIGAS hanno, altresì, rappresentato che il contesto economico nel quale sarebbe maturata l'intesa non sarebbe stato favorevole all'instaurarsi e al perpetuarsi di un equilibrio collusivo. Al riguardo, BUTANGAS ha posto in evidenza: i) l'elevato livello di frammentazione dei mercati locali; ii) l'esistenza di forti differenze strutturali nei diversi mercati locali in termini di quote di mercato tra le tre imprese e più in generale nelle condizioni di concorrenza (nel 2008, in 13 mercati locali le parti avrebbero una quota congiunta inferiore al 25%); iii) l'esistenza di basse barriere all'entrata (il canale delle bombole sarebbe caratterizzato da ridotti *switching costs*, mentre nello sfuso rilevarebbe la breve durata dei contratti di fornitura). LIQUIGAS ha evidenziato che l'intesa era insostenibile a motivo: i) del ruolo di operatori minori attivi a livello locale, a fronte di una quota di mercato congiunta delle parte che raggiunge al più il 40%; ii) dell'inesistenza di strumenti di ritorsione idonei ad impedire deviazioni dalla condotta collusiva.

h) gravità e durata

218. In subordine rispetto alle argomentazioni sopra esposte, che dovrebbero portare a concludere circa l'inesistenza di un'intesa lesiva della concorrenza in violazione dell'art. 101 del TFUE, BUTANGAS e LIQUIGAS hanno contestato la natura grave e il carattere duraturo dell'infrazione addebitata. In particolare, entrambe le società hanno posto in evidenza che la presunta concertazione sui listini si configurerebbe al più come intesa sui prezzi massimi. In assenza di una presunzione di illiceità relativamente a tali fattispecie, sarebbe stata necessaria una valutazione caso per caso che tenesse conto dei reali effetti sulle condizioni di concorrenza esistenti nei mercati del GPL sfuso e in bombole. In ogni caso, per le motivazioni descritte in precedenza, l'intesa non avrebbe concretamente comportato effetti restrittivi della concorrenza. Pertanto, le condizioni richieste dalla giurisprudenza nazionale e comunitaria per l'imposizione di sanzioni non risulterebbero soddisfatte.

219. Quanto alla durata, sulla base delle contestazioni mosse da BUTANGAS e LIQUIGAS alla ricostruzione degli incontri tra amministratori delegati, le due società hanno sostenuto che l'intesa sarebbe eventualmente durata molto meno di undici anni. In particolare: dal 1996 al 2000 secondo BUTANGAS; per gli anni 1998, 1999, 2000 e 2002 secondo LIQUIGAS.

220. LIQUIGAS ha da ultimo fatto valere la presenza delle seguenti circostanze attenuanti: i) la cessazione spontanea dell'intesa, da oltre 4 anni; ii) la presentazione di impegni ai sensi dell'art. 14-ter della legge n. 287/90.

Conclusioni

221. In conclusione, BUTANGAS e LIQUIGAS hanno sostenuto che la ricostruzione dell'intesa fornita da ENI nella domanda di trattamento favorevole non è credibile. In assenza di prove documentali dell'intesa, le altre evidenze acquisite nel corso dell'istruttoria non costituiscono prova dell'infrazione, in quanto non ne è stato dimostrato il legame funzionale con la presunta finalità della concertazione, ovvero il coordinamento dei listini. Al riguardo, le evidenze degli incontri acquisite agli atti risulterebbero irrilevanti e comunque insufficienti ai fini della prova della concertazione, mancando riscontri oggettivi e puntuali che consentano di attribuire un

contenuto anticoncorrenziale a tali incontri. In particolare, non costituiscono prova gli incontri tra gli amministratori delegati delle parti giustificati da occasioni ufficiali (ad esempio in sede di associazione di categoria o di gestione di imprese comuni). Sarebbe, inoltre, illogico ipotizzare che lo scambio di informazioni avente ad oggetto la variazione rispetto allo stesso mese dell'anno precedente delle vendite di GPL in bombole e in piccoli serbatoi sull'intero territorio nazionale potesse risultare utile al monitoraggio di un'intesa sui listini.

222. Nelle loro memorie BUTANGAS e LIQUIGAS non hanno contestato l'esistenza di un parallelismo nei listini delle tre società. Tuttavia, esse hanno ritenuto che, in assenza di prove documentali, le conclusioni in merito al parallelismo non siano tali da determinare un'inversione dell'onere della prova in capo alle parti. Ciò perché non sarebbe stata dimostrata l'assenza di possibili spiegazioni alternative al riscontrato parallelismo dei listini. Le società hanno anche contestato che non sia stata verificata l'esistenza di un parallelismo dei listini tra tutti gli operatori del mercato (non solo tra le parti dell'intesa).

223. Con riguardo alla restrittività dell'intesa, BUTANGAS e LIQUIGAS sostengono che il contesto economico di riferimento era tale da rendere non sostenibile un equilibrio collusivo. Inoltre, i listini non hanno alcuna valenza concorrenziale in quanto i prezzi effettivi praticati nei singoli mercati locali non sono legati ai listini da una relazione sistematica e stabile. Pertanto, l'intesa accertata non sarebbe stata restrittiva in quanto inidonea a produrre effetti sui mercati del GPL. In aggiunta, le due società, sulla base di elaborazioni di dati aziendali, hanno affermato che nei fatti l'intesa non ha prodotto effetti.

VII. LA VALUTAZIONE DELL'INTESA

VII.1. L'INTESA CONTESTATA

224. Dalle risultanze istruttorie emerge che le società BUTANGAS, ENI e LIQUIGAS hanno messo in atto un'intesa volta alla fissazione dei listini sui mercati italiani del GPL in bombole e del GPL in piccoli serbatoi. Nel contesto economico dei mercati del GPL per usi domestici, l'intesa sui prezzi di listino era idonea a influenzare il complesso dei prezzi effettivi che dai listini discende, garantendo al contempo *"il mantenimento dello status quo concorrenziale"*¹⁵⁹, e ad alterare le dinamiche competitive nei mercati del GPL in piccoli serbatoi e in bombole, a pregiudizio di un corretto confronto concorrenziale, in violazione dell'articolo 101 del TFUE. Essa è stata accertata almeno per il periodo 1995-2005, tenuto conto del fatto che, secondo ENI, l'intesa è cominciata nel 1994 (anno nel quale è stata costituita la società LIQUIGAS¹⁶⁰) e ha avuto ricadute sul comportamento delle parti – in particolare a livello di responsabili locali – ancora nel 2006. In tal senso, il disegno collusivo che è emerso dall'analisi delle evidenze raccolte nel corso del procedimento risulta pienamente coerente con la rappresentazione dell'intesa fornita da ENI nella domanda di trattamento favorevole. Nel contesto collusivo accertato rientrano anche le condotte relative alla regione Sardegna per il solo GPL imbottigliato, oggetto della prima fase del procedimento.

¹⁵⁹ Doc. 544.

¹⁶⁰ In questo stesso anno è venuto meno il regime di controllo amministrativo dei prezzi del GPL imbottigliato e in piccoli serbatoi.

225. L'istruttoria ha innanzitutto fatto emergere, per tutto il periodo oggetto di accertamento, un elevato livello di parallelismo nella definizione dei listini da parte delle tre società in merito alla decisione di variare ovvero di lasciare immutati i listini nonché, in caso di variazione, alla decorrenza e all'entità della variazione.

226. Nel loro complesso, le evidenze agli atti testimoniano in maniera univoca di un contesto concorrenziale consapevolmente alterato. In particolare, nell'ambito di una consuetudine di incontri, ampiamente documentata dall'istruttoria, i responsabili del settore GPL delle tre società (i signori [omissis] per ENI, [omissis] per BUTANGAS e [omissis] per LIQUIGAS) hanno concordato le decisioni di modificare (o non modificare) i rispettivi listini, in genere (ma non esclusivamente) in risposta all'andamento della quotazione internazionale della materia prima.

227. Il parallelismo nelle decisioni di listino è stato accertato in un contesto caratterizzato da una serrata prassi di contatti tra i responsabili delle tre società parti. In particolare, l'istruttoria ha messo in rilievo come i soggetti partecipanti all'intesa avevano numerose occasioni di incontro, alcune delle quali si collocavano in un lasso temporale utile alla definizione concertata dei listini. Secondo la dichiarazione di [AD AgipGas] allegata alla domanda di trattamento favorevole di ENI¹⁶¹, i vertici delle società BUTANGAS, ENI e LIQUIGAS concordavano se e come modificare i rispettivi listini in risposta alla variazione del costo internazionale della materia prima ("quanto ci teniamo in pancia") nel corso di incontri che potevano anche avvenire *a latere* di occasioni associative o legate all'attività di imprese comuni.

228. La consuetudine di contatti tra gli amministratori delegati risulta anche idonea a consentire il monitoraggio del rispetto dell'intesa, in considerazione del numero limitato dei soggetti coinvolti. Inoltre, almeno fino al 2001, il monitoraggio dell'intesa sui prezzi, e del mantenimento dello "status quo concorrenziale" che ne derivava, è stato facilitato da uno scambio di informazioni avente ad oggetto gli andamenti delle vendite nei canali bombole e piccoli serbatoi. Il rispetto dell'intesa e la sua efficacia nell'allineare le politiche di prezzo delle parti sono dimostrate dalla stabilità delle quote di mercato delle stesse a livello nazionale.

229. A fronte del parallelismo dei listini e del contesto di contatti tra le parti, BUTANGAS e LIQUIGAS hanno fornito spiegazioni alternative del parallelismo che tuttavia non appaiono adeguate alle evidenze ricostruite nel corso dell'istruttoria e non rappresentano, dunque, spiegazioni alternative plausibili rispetto all'ipotesi della concertazione.

230. In particolare, il parallelismo riscontrato, in considerazione delle specifiche caratteristiche in termini di entità e tempistica della variazione, non risulta spiegabile con il fatto che le tre società abbiano autonomamente adeguato le rispettive politiche di prezzo all'andamento della quotazione internazionale della materia prima che pure, secondo quanto affermato dalle stesse società, avrebbe dovuto essere il parametro oggettivo di riferimento. Parimenti non risulta altrimenti spiegabile se non presupponendo una concertazione, il parallelismo nelle decisioni di modificare i listini in maniera differenziata per area geografica e/o tipologia di prodotto (variazioni non uniformi ma comunque parallele dei listini bombole).

231. Le risultanze istruttorie hanno dunque consentito di accertare che ENI, BUTANGAS e LIQUIGAS hanno concordato una reciproca collaborazione allo scopo di sostituire la concorrenza con un meccanismo di concertazione delle rispettive politiche di prezzo. Ciò è stato realizzato

¹⁶¹ Doc. 324.

attraverso una consuetudine di contatti regolari e ricorrenti tra i rappresentanti delle tre società che, avendo ad oggetto la discussione circa le politiche di adeguamento dei listini alla variazione della materia prima, erano indubbiamente suscettibili di influenzare le scelte strategiche di ciascuna impresa, alterandone l'autonomia decisionale.

232. Nel seguito si procederà ad una valutazione giuridica più dettagliata delle evidenze e del contesto collusivo complessivo che è possibile dedurre dalle stesse. In particolare, ci si sofferma in primo luogo sul valore probatorio che nel caso di specie riveste la domanda di trattamento favorevole presentata da ENI. Successivamente, verrà delineato il quadro probatorio ricostruito nel corso dell'istruttoria evidenziandone la coerenza con quanto dichiarato dal *leniency applicant*. Si illustrerà quindi l'idoneità dell'intesa accertata a produrre effetti sui prezzi del GPL e sul mantenimento degli equilibri di mercato consolidati. Infine, a completamento del contesto collusivo, si inquadreranno le evidenze relative alla Sardegna, raccolte nella prima fase del procedimento, nella più ampia intesa nazionale accertata.

VII. 2. IL VALORE PROBATORIO DELLA DOMANDA DI TRATTAMENTO FAVOREVOLE

233. L'esistenza del cartello è stata portata all'attenzione dell'Autorità dalla richiesta di trattamento favorevole di ENI. Utilizzando principalmente le dichiarazioni di un ex-dipendente, che occupava la posizione più elevata nell'ambito di ENI per quanto riguarda il *business* del GPL, ENI ha dato conto del fatto che i responsabili delle tre principali imprese del settore (ENI, LIQUIGAS e BUTANGAS) si incontravano con notevole frequenza e in diverse occasioni, utilizzando questi incontri per concordare le variazioni di listino in seguito agli aggiornamenti delle quotazioni internazionali della materia prima. Contrariamente a quanto sostenuto da BUTANGAS e LIQUIGAS, la domanda di trattamento favorevole non presenta caratteristiche che ne potrebbero minare l'attendibilità e, dunque, il valore probatorio.

a) Affidabilità della dichiarazione di [AD AgipGas]

234. La principale dichiarazione a sostegno della domanda di *leniency* di ENI è rappresentata dalle affermazioni del soggetto che nel periodo dell'intesa era il responsabile del *business* del GPL. Da quanto descritto da ENI circa le modalità di funzionamento dell'intesa, risulta che il cartello era apicale, coinvolgendo esclusivamente i vertici delle tre società¹⁶². Pertanto, nell'organizzazione interna del *leniency applicant*, [AD AgipGas] era l'unico ad avere una conoscenza piena, personale e diretta, del cartello. In tal senso, come peraltro riconosciuto dalla giurisprudenza comunitaria¹⁶³, il fatto che [AD AgipGas] sia stato un testimone diretto delle circostanze da egli esposte, accresce l'affidabilità della sua dichiarazione.

235. Inoltre, come affermato dalla stessa ENI in sede di audizione finale, “*le dichiarazioni [del dott. [AD AgipGas]] appaiono peraltro particolarmente attendibili e disinteressate, proprio tenuto conto che trattasi di ex dipendente di Eni non legato alla stessa da alcun rapporto o interesse professionale o personale e anzi, a quanto risulta, tuttora attivo nel settore del GPL presso imprese concorrenti*”. In altre parole, anche ammesso che ENI, come generalmente avviene nei

¹⁶² Al riguardo, si richiama la dichiarazione di [AD AgipGas] in merito alle indicazioni ricevute da [Direttore Generale del Refining & Marketing di ENI], a seguito delle iniziative assunte dall'Autorità nel settore dei carburanti (I/165), sul fatto che i capiarea del GPL dovessero cessare ogni contatto con la concorrenza: “*Se state facendo qualcosa di anticompetitivo sul GPL evitate e mi raccomando d'ora in poi, [AD AgipGas], d'ora in poi occupatene tu da solo*”.

¹⁶³ Cfr. sentenza del Tribunale di Primo Grado, 8 luglio 2004, *JFE Engineering c. Commissione*, cause T-68/00, T-71/00 e T-78/00, par. 207 e 210.

programmi di clemenza, avesse un chiaro interesse a presentare una domanda di trattamento favorevole, di certo tale condizione non vale per [AD AgipGas], che anzi, essendo ancora attivo nel settore (ma non più presso ENI), potrebbe subire delle conseguenze negative dall'aver svelato l'esistenza del cartello a danno di due importanti operatori.

236. Alla luce delle particolari circostanze del caso di specie (testimone diretto dell'intesa e ex dipendente ENI), si ritiene, pertanto, che [AD AgipGas] abbia rilasciato dichiarazioni affidabili e contrarie al proprio interesse. Come espressamente sostenuto in più occasioni dalla giurisprudenza comunitaria, *“le dichiarazioni contrarie agli interessi dei dichiaranti devono essere considerate, in linea di principio, come elementi di prova particolarmente affidabili”*¹⁶⁴. In tal senso, similmente a quanto avvenuto nella presentazione della domanda favorevole da parte di ENI, *“il fatto che una persona alla quale si chiede di commentare taluni documenti confessi di aver commesso un'infrazione e ammetta in tal modo l'esistenza di fatti che oltrepassano quelli la cui esistenza poteva essere dedotta direttamente dai documenti di cui trattasi implica a priori, in assenza di circostanze particolari che indichino il contrario, che questa persona si è decisa a dire la verità”*¹⁶⁵.

237. BUTANGAS e LIQUIGAS hanno peraltro contestato la mancata audizione nel corso dell'istruttoria di [AD AgipGas]. Al riguardo, si osserva che i soggetti sentiti da ENI, le cui dichiarazioni sono state allegate alla domanda di trattamento favorevole, erano consapevoli del fatto che le stesse sarebbero state utilizzate nell'ambito del procedimento I/700, così come è stato espressamente indicato nell'ultimo paragrafo di tutte le dichiarazioni depositate da ENI. In ogni caso, si fa presente che in data 21 settembre 2009, l'Autorità ha comunicato a ENI la necessità di sentire in audizione [AD AgipGas] (doc. 535), non più dipendente ENI dal 2006. Ad esito di tale richiesta, il 2 ottobre 2009 ENI ha integrato la domanda di trattamento favorevole producendo un'ulteriore dichiarazione nella quale [AD AgipGas] ha ribadito quanto sostenuto nella dichiarazione originariamente allegata alla domanda di trattamento favorevole, affermando la propria indisponibilità ad un'audizione proprio in considerazione dell'assenza di elementi informativi aggiuntivi rispetto a quelli forniti nella prima dichiarazione (doc. 550).

b) Assenza di contraddizioni e incongruenze nella domanda di trattamento favorevole

238. Nel complesso, l'intera ricostruzione fornita da ENI non risulta contraddittoria o incompleta nella descrizione degli elementi essenziali costitutivi dell'intesa. Anche a causa delle modalità con cui è stata attuata l'intesa (incontri apicali aventi natura esclusivamente orale) e dei mutamenti nel frattempo intervenuti nella gestione delle attività relative al GPL per uso domestico nell'ambito del gruppo ENI, la ricostruzione effettuata dalla società può aver presentato alcune imprecisioni, che hanno tuttavia interessato solo aspetti secondari dell'intesa (come nel caso della contestata tardività nel fornire gli elementi conoscitivi relativi allo scambio di informazioni¹⁶⁶, nonché le

¹⁶⁴ Cfr. sentenza del Tribunale di Primo Grado, 26 aprile 2007, *Bolloré c. Commissione*, cause riunite T-109/02, T-118/02, T-122/02, T-125/02, T-126/02, T-128/02, T-129/02, T-132/02 e T-136/02, par. 166; anche sentenza del Tribunale di Primo Grado, 8 luglio 2004, *JFE Engineering c. Commissione*, cause T-68/00, T-71/00 e T-78/00, ove viene affermato al par. 297: *“le dichiarazioni contrastanti con gli interessi propri dell'autore devono, in linea di principio, essere considerate probatorie e occorre quindi attribuire un peso considerevole alla dichiarazione del sig. ...”*.

¹⁶⁵ Sentenza del Tribunale di Primo Grado, 8 luglio 2004, *JFE Engineering c. Commissione*, cause T-68/00, T-71/00 e T-78/00, par. 212.

¹⁶⁶ In merito alla mancata produzione dello scambio di informazioni sull'andamento delle vendite precedentemente al loro rinvenimento in sede di ispezione, si osserva comunque che, nello specifico, si tratta di fatti assai risalenti nel tempo e la persona che, tra quelle ancora in azienda, poteva averne notizia riveste un ruolo operativo e, di certo, non era stata

incongruenze tra le 28 trasferte di [AD AgipGas], indicate da ENI quali possibili occasioni di concertazione, e la documentazione agli atti¹⁶⁷) e non risultano tali da farne venir meno, nel complesso, la credibilità.

239. Ciononostante, nelle loro memorie difensive BUTANGAS e LIQUIGAS hanno posto notevole enfasi sulle presunte contraddizioni tra alcune dichiarazioni allegate da ENI alla domanda di trattamento favorevole. Al riguardo, oltre a ribadire che nessuna delle carenze evidenziate interessa elementi centrali della ricostruzione, si pone in evidenza come molte delle dichiarazioni chiamate in causa siano state rilasciate da dipendenti che, benché avessero ricoperto ruoli di responsabilità nel *business* del GPL, non avevano, come già precisato, piena conoscenza di tutti gli aspetti del cartello, data la sua natura apicale. Nella sostanza, tali interviste si limitano a riportare di visite in ENI di concorrenti, tra cui in particolare rappresentanti di BUTANGAS e LIQUIGAS, ma non per questo risultano incoerenti rispetto alle modalità di funzionamento dell'intesa così come descritte nella domanda di trattamento favorevole¹⁶⁸.

240. Più in generale, con riferimento alle contestate incongruenze su aspetti di secondaria importanza nella documentazione prodotta dal *leniency applicant* (e in particolare alle presunte contraddizioni tra la dichiarazione di [AD AgipGas] e quelle di altri dipendenti di ENI allegate alla domanda di trattamento favorevole), si pone in evidenza che la stessa giurisprudenza comunitaria ha precisato che *“purché un documento non contrasti manifestamente con le dichiarazioni di ... [dichiarazione di un testimone diretto dell'intesa] sull'esistenza o il contenuto essenziale dell'accordo di ripartizione dei mercati, è sufficiente che esso attesti elementi significativi dell'accordo da esso descritto per avere un certo valore a titolo di elemento di corroborazione nell'ambito del complesso delle prove dedotte a carico”*¹⁶⁹. Peraltro, la giurisprudenza comunitaria ha altresì affermato che anche laddove le dichiarazioni del *leniency applicant* risultino *“certamente approssimative”* su alcuni elementi, ciò non incide sulla loro affidabilità qualora tali dichiarazioni consentano alla Commissione *“di venire a sapere dell'esistenza dell'intesa ..., di conoscerne approssimativamente la durata, i meccanismi e il funzionamento. Di conseguenza, pur non rappresentando prove di per se stesse sufficienti di tutti gli aspetti dell'infrazione, gli elementi*

informata della presentazione della domanda favorevole da parte di ENI che, almeno nella sua fase iniziale, è stata mantenuta nel più stretto riserbo.

¹⁶⁷ Al riguardo, si pone in evidenza che, come già precisato nel corso dell'audizione del 16 luglio 2009 (doc. 509), l'elaborazione prodotta da ENI (allegato 2 al doc. 325) ha costituito, in linea generale, un'indicazione metodologica e, al più, una base di partenza per gli approfondimenti svolti che, come dimostrano le risultanze istruttorie, sono andati ben oltre l'allegato in questione. Nel corso dell'istruttoria, le 28 trasferte di [AD AgipGas] sono state infatti, come peraltro riconosciuto dalle stesse parti nelle loro memorie, sottoposte ad un attento scrutinio e vagliate alla luce della successiva documentazione acquisita agli atti. In ogni caso, si pone in evidenza che l'esistenza delle rilevate incongruenze non inficia l'affidabilità della *leniency*, in quanto, come espressamente dichiarato da ENI, si trattava esclusivamente di elaborazioni *ex post* sulla base di riscontri documentali indiretti (note spese) e non di elementi fattuali contenuti nelle dichiarazioni di [AD Agipgas]. Pertanto, nella rappresentazione del *leniency applicant* non costituivano un elenco di incontri effettivamente tenutesi ma unicamente un'elaborazione volta a individuare possibili occasioni di incontro tra i rappresentanti delle tre società, nonché un'indicazione circa la metodologia di analisi (ovvero l'individuazione di quegli incontri che si collocavano temporalmente in prossimità delle decisioni sui listini). Tale metodologia è stata poi effettivamente ripetuta, su scala ben più ampia, per lasso temporale considerato e documentazione utilizzata, dall'Autorità nel corso dell'istruttoria.

¹⁶⁸ Al riguardo, dall'intervista di [omissis] *“il nome più ricorrente era [AD Butangas]”*; [omissis] riferisce di visite di [omissis], *“che non dava informazioni su Butangas ma credo si relazionasse dopo”*. Nella medesima prospettiva, la prima dichiarazione di [responsabile Agipgas della rete di vendita GPL in bombole e serbatoi] non appare in contraddizione rispetto alla seconda intervista rilasciata dallo stesso [responsabile Agipgas della rete di vendita GPL in bombole e serbatoi], limitandosi a completare il quadro conoscitivo di riferimento.

¹⁶⁹ Sentenza del Tribunale di Primo Grado, 8 luglio 2004, *JFE Engineering c. Commissione*, cause T-68/00, T-71/00 e T-78/00, par. 220.

forniti da ... sono ben più di una fonte che consente di orientare le indagini da svolgersi ad opera della Commissione, potendo essere utilizzati direttamente da quest'ultima per provare l'esistenza dell'intesa"¹⁷⁰. In tal senso, "la Commissione ha potuto nondimeno ritenere, senza incorrere in un errore manifesto di valutazione, che tali elementi fossero determinanti per provare l'esistenza dell'intesa"¹⁷¹.

241. BUTANGAS e LIQUIGAS hanno altresì sostenuto l'inattendibilità della *leniency* in quanto non supportata da evidenze documentali, né da documentazione contemporanea/preesistente alle vicende oggetto di accertamento. Al riguardo, si pone in evidenza che nel caso di specie, il dato di fatto è proprio l'assenza di prove documentali della concertazione, come del resto testimoniato dallo stesso [AD AgipGas]¹⁷². Tale circostanza tuttavia non può di per sé comportare che la domanda di *leniency* sia meno credibile: l'esito paradossale sarebbe infatti quello che lo strumento della *leniency* risulterebbe di fatto inutilizzabile proprio in quelle circostanze in cui effettivamente serve e anzi rappresenta il principale strumento per venire a conoscenza di pratiche illecite per le quali non è dato rinvenire elementi probatori documentali inconfutabili. In ogni caso, non è comunque corretto affermare che la domanda di *leniency* manchi totalmente di documentazione contemporanea/preesistente alle vicende oggetto di accertamento: ENI ha infatti fornito note spese delle trasferte di [AD AgipGas] e una rilevazione, seppur parziale, degli ingressi contestuali all'epoca dei fatti in questione; tale documentazione è stata successivamente integrata dai dati acquisiti in sede di ispezione e in occasione delle successive richieste di informazioni formulate alle parti.

VII. 3. IL QUADRO PROBATORIO DELL'INTESA

242. Nel corso dell'istruttoria sono stati raccolti elementi probatori che hanno consentito di provare l'esistenza di un'intesa sui listini del GPL in bombole e in piccoli serbatoi tra i principali operatori per tutto il territorio nazionale. In particolare, dall'analisi condotta è emerso un elevato livello di parallelismo nelle variazioni dei listini delle tre società. Tale parallelismo, per le specifiche modalità con cui si è presentato e per il fatto che i listini mostrano un andamento del tutto indipendente dalle variazioni del costo internazionale della materia prima, non si presta ad essere spiegato con motivazioni alternative rispetto all'ipotesi di una concertazione. In secondo luogo, le risultanze istruttorie hanno consentito di inquadrare l'andamento parallelo dei listini delle tre società in un contesto di contatti regolari e ricorrenti tra i rappresentanti delle stesse società, idonei, per contenuto, numero e frequenza, a rappresentare possibili occasioni di concertazione. Infine, il quadro degli elementi a sostegno dell'accertamento è stato completato dal reperimento di documenti testimonianti anche l'esistenza di uno scambio di informazioni funzionale al monitoraggio del rispetto della concertazione delle politiche di prezzo da parte delle tre società nonché del mantenimento dello *status quo* concorrenziale.

¹⁷⁰ Sentenza della Corte di Giustizia, 9 luglio 2009, *Archer Daniels Midland Co. c. Commissione*, causa C-511/06 P, par. 160-161. Cfr. anche sentenza della Corte di Giustizia, 25 gennaio 2007, *Sumitomo Metal Industries c. Commissione*, cause riunite C-403/04 P e C-405/04 P, par. 108, ove la Corte ha affermato che, benché le dichiarazioni del *leniency applicant* fossero "ambigue e non sufficientemente precise" rispetto ad elementi quali la data di cessazione dell'infrazione e i prodotti coinvolti dall'infrazione, ciò non incideva "affatto sull'affidabilità di tali dichiarazioni quanto al loro contenuto".

¹⁷¹ Sentenza della Corte di Giustizia, 9 luglio 2009, *Archer Daniels Midland Co. c. Commissione*, causa C-511/06 P, par. 159.

¹⁷² Nella dichiarazione di [AD AgipGas] si legge: "ovviamente non vi sono documenti, erano argomenti di cui parlavamo sempre di persona" (doc. 324).

243. Nel complesso, le evidenze probatorie che emergono dall'analisi svolta sono inoltre del tutto coerenti con quanto dichiarato da ENI nella domanda di trattamento favorevole. In particolare, oltre ad un parallelismo nelle variazioni dei listini, le risultanze istruttorie hanno consentito di verificare una prassi di contatti continua per tutto il periodo oggetto di accertamento, accompagnata fino al 2001 da uno scambio di informazioni sull'andamento delle vendite. A fronte di tali evidenze, non sono state fornite plausibili giustificazioni lecite delle condotte tenute dalle parti, le quali non risultano pertanto altrimenti spiegabili se non con una concertazione. Tutti questi elementi consentono di confermare le modalità di funzionamento dell'intesa così come descritte da ENI nella domanda di trattamento favorevole. Alla luce di tutto ciò, la domanda di trattamento favorevole è risultata del tutto credibile in quanto confermata dall'accertamento dell'infrazione denunciata all'Autorità.

VII. 3.1. IL PARALLELISMO DEI LISTINI

244. Dall'analisi dei listini per il GPL in bombole e in piccoli serbatoi adottati dalle società BUTANGAS, ENI e LIQUIGAS nel periodo 1995 – 2005 emerge in primo luogo che ogni società, pur articolando i propri listini in un complesso di voci relative sia all'area geografica che (per le bombole) alla tipologia di prodotto, di norma ha variato i listini applicando a tutte le voci un'unica differenza rispetto al listino precedente. Questo primo risultato evidenzia una caratteristica dei listini stessi assolutamente funzionale ad un accordo tra le parti volto alla loro fissazione concordata. Riducendo la variazione dei listini ad un'unica misura si rende più agevole il raggiungimento di un accordo. Ciò risulta tanto più importante quando, come nel caso di specie, gli accordi sono raggiunti verbalmente, nell'ambito di incontri che coinvolgevano direttamente i vertici delle tre società. Tale risultato, inoltre, è coerente con le dichiarazioni di ENI, secondo la quale le parti dell'intesa si accordavano su un unico numero (in quale misura trasferire nei rispettivi listini le variazioni del *Platt's*).

245. L'andamento parallelo delle decisioni di prezzo prese dalle tre società quale risulta dalla comparazione dei listini riguarda innanzitutto la scelta, da effettuare almeno ogni mese a seguito della variazione mensile del costo internazionale della materia prima, di lasciare inalterato il listino o di apportarvi delle modifiche. Nella grande maggioranza dei casi (85,9% dei listini per GPL in piccoli serbatoi e 96,5% dei listini per GPL in bombole), infatti, le tre società hanno adottato, al riguardo, decisioni concordi, lasciando tutte inalterato il listino oppure adottando tutte delle variazioni.

246. Quando le tre società hanno deciso di modificare i listini, lo hanno, inoltre, fatto tendenzialmente con la medesima tempistica di decorrenza (nel 74,4% dei casi per quanto riguarda il canale GPL in piccoli serbatoi e nell'80,2% dei casi per il canale GPL in bombole). In un significativo numero di casi (20,7% per i piccoli serbatoi e 26% per le bombole), inoltre, la decorrenza "sincrona" dei listini risulta per tutte e tre le società svincolata dalla tempistica necessaria ad adattare tempestivamente i listini alle variazioni della quotazione della materia prima (*Platt's*). In tali casi, la circostanza che i listini vengano modificati in seguito all'andamento delle quotazioni della materia prima non può bastare a spiegare la sincronia nei movimenti delle tre società, che appare invece conseguenza del fatto di aver preso tutte insieme la decisione sulla variazione.

247. L'elemento principale del parallelismo rilevato dall'analisi dei listini di BUTANGAS, ENI e LIQUIGAS è rappresentato dal fatto che le variazioni dei listini di GPL in bombole e in piccoli serbatoi delle tre società risultano essere state in genere di entità molto simile, garantendo un andamento sostanzialmente parallelo dei prezzi per tali prodotti. L'andamento parallelo delle variazioni dei listini adottati dalle tre società emerge già in maniera evidente dalla semplice osservazione delle curve che le ritraggono, riportate nei grafici da 1 a 4. Un'elaborazione dei dati sottostanti mostra che, nel caso dei piccoli serbatoi, le differenze tra le variazioni adottate dalle tre società ammontano al più a 3 millesimi di euro nel 69% dei casi e al più a 5 millesimi di euro nel 79,6%, a fronte a un'entità in termini assoluti delle medesime variazioni che in media è di circa 14 millesimi di euro. Ancor più stringente è il parallelismo di comportamenti che emerge da un'analisi analoga compiuta sui dati relativi al GPL in bombole: qui nell'87,5% dei casi la differenza tra le variazioni applicate ai listini dalle tre società non supera i 3 millesimi di euro, misura che rappresenta circa un decimo dell'entità media delle variazioni adottate dalle medesime società.

248. L'istruttoria ha anche messo in evidenza che in 9 casi le società BUTANGAS, ENI e LIQUIGAS hanno modificato i rispettivi listini bombole apportando modifiche differenziate, per area geografica e/o tipologia di prodotto, che sono tuttavia risultate uguali per tutte e tre (si vedano Tabelle 9 e 10). In tali casi, di fatto, le tre società hanno modificato la struttura dei propri listini, e dunque delle politiche di prezzo locali sottostanti, ma lo hanno fatto tutte allo stesso modo (a riprova di un evidente coordinamento).

249. L'istruttoria ha dimostrato che l'andamento dei listini non dipende strettamente da quello della quotazione internazionale del GPL. Questo risultato riproduce, con riguardo alla dimensione delle variazioni di listino, il medesimo legame debole con la quotazione FOB *Bethouia* già trovato per le decorrenze dei listini, con specifico riferimento ai casi nei quali i listini delle tre società avevano decorrenze sincrone ma lontane dalla variazione del FOB *Bethouia* o venivano modificati più di una volta nell'arco dello stesso mese.

250. Ciò esclude che la concordanza nel comportamento di prezzo dei principali operatori dei mercati del GPL in bombole e in piccoli serbatoi possa essere determinata da decisioni autonome delle imprese di variare i propri listini incorporando i cambiamenti della quotazione internazionale del GPL.

251. Nello specifico, la variazione del *Platt's* costituiva, al più, solo il punto di partenza della decisione di intervento sui listini: l'osservazione del Grafico 5 (per i piccoli serbatoi) e del Grafico 6 (per le bombole) mostra chiaramente come le curve che riportano lo sviluppo dei listini delle singole società siano tra loro molto più simili e vicine di quanto le stesse facciano nei confronti della curva relativa alla quotazione *Platt's*. In particolare, tra il fascio delle curve delle tre società e la curva relativa al *Platt's* si apre una forbice che col tempo diventa progressivamente più ampia. Questo può avvenire solo se le società rispondono ad aumenti della quotazione internazionale con incrementi più che proporzionali dei listini e/o se rispondono a diminuzioni della quotazione con diminuzioni meno che proporzionali del listino. È evidente, tuttavia, che se i listini rispondono in maniera non proporzionale alle variazioni del *Platt's*, il loro parallelismo può spiegarsi solo se la misura delle proporzioni di volta in volta adottate viene concordata. E, infatti, era proprio questo l'oggetto delle decisioni che, come riporta [AD AgipGas], venivano prese dai rappresentanti di

BUTANGAS, ENI e LIQUIGAS nei loro incontri: quanto “*tenersi in pancia*” delle variazioni del *Platt's Bethouia*.

252. Parimenti non spiegabile, se non ammettendo una previa concertazione tra le parti, è il parallelismo nelle variazioni non uniformi dei listini (quando, cioè, il listino veniva modificato in maniera differenziata per area geografica e/o tipologia di prodotto) di cui alle Tabelle 9 e 10.

253. In conclusione, l'istruttoria ha confermato che l'intesa tra BUTANGAS, ENI e LIQUIGAS ha avuto ad oggetto la fissazione dei listini e quindi dei prezzi del GPL in bombole e in piccoli serbatoi. Il comportamento delle tre società effettivamente riscontrato risulta dunque diverso da quello che si sarebbe avuto in una logica di confronto concorrenziale. Ciò costituisce un'importante conferma di quanto dichiarato da ENI nella domanda di trattamento favorevole.

254. Nelle loro memorie difensive, BUTANGAS e LIQUIGAS hanno eccepito che non sarebbe stato sufficientemente dimostrato che il parallelismo riscontrato – e dalle stesse società non contestato – dei listini non possa essere spiegato se non ammettendo un'intesa tra le parti. Al riguardo, si ribadisce che il parallelismo riscontrato non trova giustificazione alternativa alla concertazione date le sue specifiche caratteristiche e, in particolare, date le modalità con cui si è presentato (decisione di variare/non variare i listini, decorrenze, modalità delle variazioni ed entità delle stesse) e dato il confronto con l'andamento del costo della materia prima, che costituisce la principale voce di costo variabile e che le stesse parti del procedimento hanno detto essere l'elemento che guida la variazione dei listini.

255. Le spiegazioni alternative del parallelismo fornite da BUTANGAS e LIQUIGAS nelle proprie difese non appaiono adeguate alle evidenze istruttorie e non rappresentano, dunque, spiegazioni alternative plausibili rispetto all'ipotesi della concertazione. Le società si sono limitate a richiamare elementi di contesto che, però, non risultano idonei a produrre effetti sui mercati interessati nel periodo 1995-2005. Tali elementi sono, infatti, lontani nel tempo (regime di prezzi sorvegliati conclusosi nel 1994), non specificamente attinenti ai mercati del GPL (*leadership* di ENI “*sui mercati del settore energetico*”) o smentiti dai fatti (che tutti gli operatori del settore “*seguano*” la prima società che muove il listino, come affermato da LIQUIGAS, è una “*regola di comportamento*” che nemmeno un operatore importante come BUTANGAS mostra di conoscere).

VII. 3.2 I CONTATTI

256. Conformemente a una consolidata giurisprudenza nazionale e comunitaria, le modalità e i criteri del coordinamento e della collaborazione tra imprese concorrenti debbono essere intesi alla luce del principio secondo il quale ogni operatore economico deve autonomamente determinare la condotta che egli intende seguire sul mercato¹⁷³. Ferma restando la libertà di scelta da parte delle imprese, incluso il diritto di reagire intelligentemente al comportamento, constatato o atteso dei concorrenti, la necessaria autonomia nella determinazione delle proprie strategie commerciali vieta “*ogni contatto, diretto o indiretto, tra gli operatori che abbia per oggetto o per effetto di influenzare il comportamento sul mercato di un concorrente o di informare tale concorrente sulla condotta che l'impresa stessa ha deciso di porre in atto*”¹⁷⁴. Tali iniziative infatti, eliminando le

¹⁷³ Sentenze Corte di Giustizia, 16 dicembre 1975, *Suiker Unie*; Corte di Giustizia, 14 luglio 1981, causa 172/80, *Züchner/Bayerische Vereinsbank*.

¹⁷⁴ Per la giurisprudenza nazionale cfr. da ultimo Consiglio di Stato, 3 aprile 2009, n. 2092, *Gare per la fornitura di dispositivi per stomia*. Per la giurisprudenza comunitaria, cfr. sentenza Corte di Giustizia, 8 luglio 1999, *Commissione c.*

incertezze sul reciproco comportamento, finiscono con il “sostituire all’alea della concorrenza il vantaggio della concertazione, così erodendo i benefici che in favore dei consumatori derivano dal normale uso della leva concorrenziale”¹⁷⁵. L’esigenza che ogni operatore economico determini in modo autonomo la condotta che intende seguire sul mercato vieta, dunque, i contatti che abbiano lo scopo o l’effetto di creare condizioni di concorrenza non corrispondenti alle normali condizioni del mercato di cui trattasi.

VII. 3.2.1 Gli incontri

257. Le risultanze istruttorie hanno consentito di confermare che gli amministratori delle tre società si incontravano in maniera regolare e ricorrente. Utilizzando le informazioni disponibili relative al periodo 1996-luglio 2005, sono stati evidenziati 228 incontri tra questi esponenti delle società, a 62 dei quali hanno partecipato tutti e tre, mentre i restanti 166 sono stati incontri a due. Si tratta, in media, di oltre venti incontri all’anno.

258. Tali risultati rappresentano una verifica fattuale di quanto affermato da ENI nella domanda di trattamento favorevole in merito ad una consuetudine di contatti regolari e ricorrenti tra i rappresentati delle tre società, che costituiva il presupposto della definizione concordata delle variazioni dei listini del GPL in bombole e in piccoli serbatoi. Ciò è coerente con quanto dichiarato da [AD AgipGas]: “Ho calcolato che mi incontravo con rappresentanti di concorrenti [BUTANGAS e LIQUIGAS] ben più di cento volte ogni anno”. ENI ha inoltre espressamente chiarito che i tre dirigenti utilizzavano quegli incontri per concordare, senza lasciarne traccia scritta, i comportamenti di prezzo delle rispettive aziende: “l’oggetto di questi incontri era quello di discutere se e quanto aumentare o diminuire i listini rispetto alle variazioni delle quotazioni internazionali del Platt’s Bethouia” (doc. 324).

259. Pertanto, contrariamente a quanto affermato da BUTANGAS e LIQUIGAS, la circostanza che i contatti avessero un oggetto anticoncorrenziale è elemento essenziale della *leniency* e ciò non può essere contestato rilevando l’assenza di evidenze documentali al riguardo. Lo stesso [AD AgipGas] nel descrivere l’intesa fa infatti presente la circostanza che essa avesse natura esclusivamente orale.

260. Al riguardo, si pone in evidenza come la stessa giurisprudenza comunitaria ha riconosciuto che la Commissione aveva correttamente accertato, basandosi su una dichiarazione orale del *leniency applicant*, corroborata da copie delle fatture relative alle spese di viaggio, che nel corso di una determinata riunione erano stati conclusi accordi aventi un oggetto anticoncorrenziale¹⁷⁶. Ne discende che la contestazione delle parti circa l’inesistenza di contatti “*qualificati*” a motivo dell’assenza di prove documentali che ne dimostrerebbero l’oggetto anticoncorrenziale, non è pertinente.

Anic, causa C-49/92, par. 117; nello stesso senso sentenza Corte di Giustizia, 16 dicembre 1975, *Suiker Unie*; sentenza Corte di Giustizia, 14 luglio 1981, *Züchner/Bayerische Vereinsbank*, causa 172/80.

¹⁷⁵ Consiglio di Stato, 3 aprile 2009, n. 2092, *Gare per la fornitura di dispositivi per stomia*.

¹⁷⁶ Cfr. sentenza del Tribunale di Primo Grado, 26 aprile 2007, *Bolloré c. Commissione*, cause riunite T-109/02, T-118/02, T-122/02, T-125/02, T-126/02, T-128/02, T-129/02, T-132/02 e T-136/02, par. 180-184 ove viene, tra l’altro affermato: “Quanto alla riunione del 16 luglio 1992, emerge che gli accertamenti della Commissione relativi allo svolgimento e all’oggetto anticoncorrenziale di tale riunione si basano su indicazioni che figurano nei documenti ... [in una dichiarazione orale, il sig. B. G. della Unipapel, aveva affermato di essersi recato, il 16 luglio 1992, a Barcellona per una riunione avente lo scopo di «discutere della situazione del mercato della carta autocopiante in Portogallo e in Spagna»] Tale dichiarazione è corroborata da copie delle note relative alle spese di viaggio che attestano che il sig. B. G. ha effettuato un’andata-ritorno Lisbona-Barcellona il 16 luglio 1992”.

261. Peraltro, una consolidata giurisprudenza comunitaria ha espressamente affermato che *“considerato il carattere notorio del divieto di accordi contrari alla concorrenza, non può essere richiesto alla Commissione di produrre documenti che attestino in maniera esplicita una presa di contatto tra gli operatori interessati. Gli elementi frammentari e sparsi di cui possa disporre la Commissione devono, in ogni caso, poter essere completati da deduzioni che permettano la ricostruzione delle circostanze di fatto rilevanti”*¹⁷⁷.

262. In tale prospettiva, anche alla luce della citata giurisprudenza, l'analisi istruttoria svolta in relazione alle possibili occasioni di incontro tra i tre rappresentanti delle parti del procedimento ha consentito di confermare le modalità di funzionamento dell'intesa, così come descritte da uno dei soggetti partecipanti al disegno collusivo ([AD AgipGas]). In altri termini, l'obiettivo dell'analisi condotta è stato quello di verificare empiricamente se questa parte della ricostruzione di [AD AgipGas] fosse coerente con la documentazione agli atti e consentisse, dunque, di confermare l'attendibilità di quanto dallo stesso dichiarato sulla descritta consuetudine degli incontri tra i vertici delle tre società. Pertanto, contrariamente a quanto sostenuto da BUTANGAS e LIQUIGAS, non è stato considerato *“a priori ciascun incontro come occasioni di illecita collusione tra le Parti”* ma unicamente che le occasioni di contatto costituissero effettivamente, così come dichiarato da [AD AgipGas], una prassi regolare e continuativa, per numero e frequenza.

263. Quanto ai risultati dell'analisi svolta, in un terzo circa dei casi (36,8%) gli incontri sono avvenuti in occasione delle riunioni dell'associazione di categoria o delle convocazioni degli organi direttivi dell'impresa comune Seastok. Ciò è coerente con la testimonianza di ENI secondo la quale i contatti tra gli amministratori delegati volti alla definizione congiunta delle variazioni dei listini si tenevano anche *a latere* di queste occasioni di incontro ufficiali (doc. 327). In ogni caso, dalla documentazione agli atti e dagli approfondimenti svolti risulta che la maggior parte dei contatti di cui si ha evidenza, in particolare quelli bilaterali, non appaiono strettamente riconducibili ad attività associativa né alla gestione di imprese comuni.

264. In molti casi, gli incontri di cui si ha evidenza coinvolgevano solo due delle società parti dell'intesa. In particolare, questi incontri bilaterali si tenevano soprattutto tra i rappresentanti di ENI e BUTANGAS (53,6% dei casi) e tra quelli di LIQUIGAS e BUTANGAS (37,4%). Dalle evidenze disponibili sembrano invece essere stati relativamente meno frequenti i casi di incontri a due tra gli esponenti di ENI e LIQUIGAS (9%). In effetti, secondo la ricostruzione fatta da ENI nella domanda di trattamento favorevole, le modalità di funzionamento dell'intesa prevedevano anche la messa a punto delle decisioni comuni attraverso successivi incontri bilaterali ai quali partecipava in genere il rappresentante di BUTANGAS. Nella sua ricostruzione, [AD AgipGas] specifica in dettaglio questo passaggio: *“...accadeva che mi incontravo anche col solo [AD Butangas] il quale poi riferiva il contenuto della nostra conversazione a [AD Liquigas]”* (doc. 324).

265. L'entità del numero di incontri di cui si è potuta trovare evidenza risulta ancor più rilevante considerando che questi non possono che costituire un sottoinsieme degli incontri che effettivamente hanno avuto luogo tra i tre rappresentanti di ENI, BUTANGAS e LIQUIGAS. Ciò in conseguenza di evidenze agli atti necessariamente parziali (come descritto nelle risultanze istruttorie, per alcuni periodi oggetto di accertamento non si dispone di documentazione in

¹⁷⁷ Sentenza del Tribunale di Primo Grado, 27 settembre 2006, *Dresdner Bank AG e altri contro Commissione*, cause

relazione alle trasferte dei tre rappresentanti, nonché agli ingressi di visitatori esterni nelle sedi delle società coinvolte), della stessa tipologia di documentazione disponibile (per una società risultano unicamente le trasferte regolate tramite carta di credito), nonché a motivo dell'interpretazione restrittiva adottata nei casi dubbi. Inoltre, il numero limitato dei soggetti coinvolti nell'intesa contestata e l'assiduità nei loro rapporti, testimoniata dal numero degli incontri di cui si ha prova, lascia presupporre che fosse anche possibile il ricorso ad altre forme di contatti, ad esempio telefonici, comunque utili alla definizione congiunta delle decisioni di prezzo.

266. Nel contesto della elevata consuetudine di contatti tra le parti, l'analisi svolta ha, altresì, consentito di individuare l'esistenza di un (significativo) sottoinsieme di "incontri potenzialmente rilevanti" ovvero di incontri che hanno avuto luogo in prossimità delle date di variazione (o di mantenimento) dei listini (bombole e piccoli serbatoi) per gli anni 1996-2005, e dunque temporalmente utili ai fini di una concertazione delle politiche di prezzo, a conferma di quanto rappresentato da ENI circa le modalità di funzionamento dell'intesa.

267. BUTANGAS e LIQUIGAS hanno posto in evidenza l'esistenza di vizi metodologici nella selezione degli "incontri potenzialmente rilevanti". In particolare, come descritto nella sezione dedicata alle argomentazioni delle parti, tali contestazioni attengono alla considerazione degli incontri avvenuti: i) nell'ultima settimana del mese precedente la variazione del costo della materia prima; ii) contestualmente o il giorno precedente alla prima data utile di invio dei listini (eccezione sollevata unicamente da BUTANGAS); iii) in sede associativa o in occasione delle riunioni degli organi sociali dell'impresa comune Seastok.

268. Quanto agli incontri tenutisi nell'ultima settimana del mese precedente la variazione del costo della materia prima, si osserva che la scelta di "*quanto tenersi in pancia*" non richiede necessariamente la conoscenza di un valore preciso della variazione del costo della materia prima, essendo sufficiente al riguardo la conoscenza di un valore tendenziale/previsionale¹⁷⁸. Peraltro, le evidenze presentate da LIQUIGAS giustificano la presunzione che la concertazione sul livello dei listini poteva avvenire anche avendo un'idea di massima della variazione della materia prima¹⁷⁹.

269. In merito agli incontri avvenuti contestualmente o il giorno precedente alla prima data utile di invio dei listini (contestazione sollevata unicamente da BUTANGAS), si pone in evidenza che le scelte di *pricing* coinvolgevano, per tutte e tre le società, un solo soggetto e comportavano, di norma, la variazione uniforme di tutte le voci del listino. Peraltro, la ripetizione mensile dell'operazione di invio dei listini alla rete di vendita (nel caso di BUTANGAS alle 15 filiali e 10 unità operative) dovrebbe comportare un certo grado di automatismo, tale da consentirne l'effettuazione entro un lasso temporale di poche ore¹⁸⁰.

riunite T-44/02 OP, T-54/02 OP, T-56/02 OP, T-60/02 OP e T-61/02 OP, par. 64.

¹⁷⁸ Pertanto, quanto dichiarato da ENI sulla prevedibilità della variazione della materia prima già negli ultimi 10 giorni del mese sulla base delle quotazioni del GPL (propano) nel Nord Europa (doc. 444) non risulta in contraddizione con quanto affermato dalla stessa LIQUIGAS per la quale negli ultimi giorni del mese "è possibile soltanto ipotizzare quale sarà l'andamento del FOB" (par. 128 della memoria).

¹⁷⁹ Al riguardo si osserva che nelle 10 date di incontri contestate da LIQUIGAS per il periodo 1996-2005, il segno della variazione del CIF 7000 negli ultimi cinque giorni del mese risulta sempre confermato dalla variazione del FOB *Bethouia*, pubblicato il 1° giorno del mese successivo.

¹⁸⁰ In ogni caso, anche scomputando dal totale degli "incontri potenzialmente rilevanti", i 18 incontri oggetto di contestazione, avvenuti contestualmente o il giorno precedente la prima data utile (riferita ovviamente unicamente a BUTANGAS), le decisioni di prezzo precedute da incontri potenzialmente rilevanti restano comunque il 42% nel periodo oggetto di accertamento.

270. Riguardo agli incontri avvenuti in sede associativa o in occasione delle riunioni degli organi sociali dell'impresa comune Seastok, si ricorda che questi rappresentano solo un terzo degli incontri totali e in ogni caso [AD Agipgas], nella propria dichiarazione, ne ha espressamente sottolineato lo scopo concertativo.

271. BUTANGAS e LIQUIGAS hanno poi espresso contestazioni puntuali su alcune specifiche date¹⁸¹. In ogni caso, anche non considerando tali incontri, il risultato complessivo che emerge dall'analisi svolta in sostanza non varia: nel periodo oggetto di accertamento, oltre il 50% delle decisioni di prezzo delle tre società è stato infatti preceduto da "incontri potenzialmente rilevanti" alla definizione congiunta dei listini.

VII. 3.2.2 Lo scambio di informazioni

272. L'istruttoria ha anche messo in evidenza l'esistenza di uno scambio di informazioni tra BUTANGAS, ENI e LIQUIGAS, Api, Elf Gas e Shell Gas relativamente agli andamenti mensili e progressivi delle vendite nei canali bombole e piccoli serbatoi, protrattosi dal 1994 al 2001 (docc. 417-422 e doc. 455). Le informazioni scambiate riguardano una variabile strategica della politica commerciale delle imprese sia per oggetto (per ciascuna società veniva riportato l'andamento delle vendite rispetto allo stesso mese dell'anno precedente, distinto per i canali bombole e piccoli serbatoi) che per l'aspetto temporale (le informazioni scambiate risalgono, infatti, al più ai due mesi precedenti). Lo scambio di informazioni ha coinvolto, oltre alle parti dell'intesa, anche tre soggetti (Api, Elf Gas - divenuta poi Total - e Shell Gas) aventi un peso minore nei mercati del GPL in bombole e in piccoli serbatoi.

273. Lo scambio di informazioni può esser servito ai partecipanti per disporre di informazioni sull'andamento dei mercati in questione, stante l'assenza di fonti pubbliche di raccolta di tale tipologia di informazioni. È questa, peraltro, la spiegazione più plausibile per lo scambio, fornita da Api e Total, anch'esse coinvolte nello scambio di informazioni e rispetto alle quali non sono emerse evidenze di comportamenti illeciti. BUTANGAS e LIQUIGAS hanno contestato che lo scambio di informazioni potesse costituire uno strumento idoneo al monitoraggio dell'effettivo rispetto della concertazione sui prezzi di listino, riconoscendo allo stesso tutt'al più una funzione meramente informativa. Anche ENI ha individuato una funzione informativa dello scambio di fax, comune a tutte le società coinvolte, in assenza di informazioni pubbliche sull'andamento delle vendite del GPL in bombole e in piccoli serbatoi.

274. Per le parti dell'intesa, tuttavia, lo scambio di informazioni ha anche rappresentato una modalità di monitoraggio dell'efficacia e della effettiva attuazione dell'intesa, come peraltro evidenziato da ENI (doc. 544). Al riguardo, infatti, le informazioni scambiate riguardavano una variabile (l'andamento mensile e progressivo delle vendite a livello nazionale) strettamente connessa alla concertazione delle politiche di prezzo per l'intero territorio nazionale. Ciò è stato

¹⁸¹ In particolare, delle 9 contestazioni di LIQUIGAS, 2 sono state ritenute fondate (5/5/2002 e 22/2/2005); delle 14 di BUTANGAS, 9 sono state accettate (6/4/1998, 26/11/1998, 31/3/1999, 30/9/1999, 5/5/2002, 29/5/2003, 26/5/2004, 22/2/2005, 28/4/2005). Tali date non sono state dunque considerate potenzialmente utili ai fini della concertazione. Altre date di incontri contestate non sono state accolte per i seguenti motivi: i) la circostanza che alcuni incontri non risultassero dalle agende di [AD Liquigas] non rileva se essi risultano invece confermati da altri documenti agli atti; ii) la dicitura Agip è stata, come detto, assimilata ad un incontro con [AD AgipGas], se non smentito da un diverso nominativo nella rilevazione ingressi disponibile; iii) la circostanza che uno dei tre partecipanti all'intesa vedesse gli altri due nella stessa giornata ma in due località diverse (es. Roma e Milano) non risulta certo un'ipotesi inverosimile, qualora confermato da altre fonti documentali agli atti.

riconosciuto da ENI laddove afferma che lo scopo della concertazione sui listini “*era quella di rendere simmetriche le variazioni dei listini medesimi al fine di mantenere lo status quo degli equilibri concorrenziali*”¹⁸² e, pertanto, lo scambio di informazioni sull’andamento delle vendite non può che essere stato funzionale al monitoraggio dell’intesa. Peraltro, la natura stessa delle informazioni scambiate consentivano il monitoraggio dell’intesa al netto degli effetti di stagionalità dei consumi di GPL per usi domestici (si riferivano, infatti, alla variazione delle vendite rispetto allo stesso mese dell’anno precedente).

275. Lo scambio di informazioni deve, pertanto, essere considerato funzionalmente legato, per modalità e tempistica, alla verifica del rispetto dell’intesa tra BUTANGAS, ENI e LIQUIGAS e quindi, per gli anni nei quali ha avuto luogo, ha svolto una funzione di monitoraggio della stabilizzazione delle rispettive posizioni nel mercato, facilitando la verifica del rispetto della concertazione in merito alle politiche di prezzo e al mantenimento dello “*status quo concorrenziale*”.

VII. 3. L'IDONEITÀ DELL'INTESA A PRODURRE EFFETTI

VII. 3.1. LA TRASLAZIONE DELLE VARIAZIONI DEI LISTINI SUI PREZZI EFFETTIVI

276. Date le condizioni strutturali e le modalità di funzionamento dei mercati del GPL per usi domestici, il coordinamento dei listini risulta suscettibile di influenzare i prezzi effettivi praticati ad un numero estremamente elevato di rivenditori (per il GPL in bombole) e di consumatori finali (per il GPL in piccoli serbatoi) nei diversi mercati locali. In tal senso l’intesa sui listini è idonea a mantenere su livelli più elevati i margini derivanti dall’attività di distribuzione del GPL per usi domestici¹⁸³.

277. I prezzi praticati per la vendita del GPL in bombole e in piccoli serbatoi sono, infatti, il risultato di due componenti: la prima è il prezzo di listino¹⁸⁴, la seconda il livello degli sconti/maggiorazioni rispetto a tale valore. L’istruttoria ha dimostrato in maniera chiara che le parti si accordavano in merito alla variazione da apportare (se del caso) ai rispettivi listini, anche con

¹⁸² Doc. 544.

¹⁸³ In ogni caso, si osserva che, anche a prescindere dalla concreta influenza dei listini sul prezzo effettivo di vendita, la giurisprudenza comunitaria ha affermato che la formulazione dell’art. 101 del TFUE non è tale da indurre a ritenere che siano vietate unicamente quelle intese “*che abbiano effetti diretti sul prezzo pagato dai consumatori finali ... L’art. 81 CE, diversamente dalle altre regole in materia di concorrenza enunciate nel Trattato, non è destinato a tutelare soltanto gli interessi immediati dei singoli concorrenti o consumatori, bensì la struttura del mercato e, in tal modo, la concorrenza in quanto tale*”, cfr. sentenza della Corte di Giustizia, 4 giugno 2009, *T-Mobile*, causa 8/08, par. 36-38.

¹⁸⁴ Nelle loro memorie, BUTANGAS e LIQUIGAS hanno negato una qualsivoglia funzione dei listini all’interno delle proprie strutture organizzative. LIQUIGAS, in particolare, sostiene che i listini servivano per dare alla rete di vendita indicazioni in merito all’andamento dei costi di fornitura. La stessa società contraddice, però, tale funzione laddove afferma che i prezzi effettivi erano debolmente correlati ai costi: perché dare alle proprie filiali informazioni delle quali esse non facevano evidentemente alcun uso? BUTANGAS non ha dato invece alcuna spiegazione sulla funzione dei listini al proprio interno. Tuttavia, appare irragionevole che una società di primaria importanza, qual è BUTANGAS, compia lo sforzo di definire i listini e diramarli ad una rete di vendita diffusa su tutto il territorio nazionale e non attribuisca agli stessi alcun valore.

BUTANGAS e LIQUIGAS hanno sostenuto che l’intesa sui prezzi di listino non costituirebbe una violazione grave della concorrenza in quanto i prezzi di listino sono prezzi massimi. Tuttavia, nel corso dell’istruttoria è emerso in maniera chiara che il listino è una delle componenti del prezzo effettivo e non costituisce, pertanto, un prezzo massimo. Tale affermazione è, peraltro, smentita dalle stesse BUTANGAS e LIQUIGAS che hanno evidenziato come nel canale piccoli serbatoi i prezzi effettivi risultino superiori rispetto a quelli di listino in un numero limitato da significativo di casi.

riguardo alla decorrenza della stessa. In altre parole, le parti hanno definito in maniera congiunta una delle componenti del prezzo effettivo del GPL per usi domestici¹⁸⁵.

278. Quanto alla seconda componente (sconti e maggiorazioni), nel contesto economico di riferimento (descritto nel paragrafo dedicato ai mercati interessati dall'intesa), non è plausibile che essa venga utilizzata in modo da sterilizzare l'effetto della variazione concordata dei listini sui prezzi effettivi. A tal fine, infatti, sarebbe necessario rinegoziare contemporaneamente migliaia di contratti ad ogni cambiamento di listino - un'evenienza, questa, che ENI considera "impensabile"¹⁸⁶.

279. L'effetto della variazione dei listini sul prezzo finale è, inoltre, confermato dalle caratteristiche di estrema segmentazione dei mercati del GPL nei quali risulta relativamente difficoltosa la sottrazione reciproca dei clienti. Ciò risulta tra l'altro anche dalle stesse argomentazioni sollevate dalle parti: sia LIQUIGAS che BUTANGAS hanno infatti sottolineato l'esistenza di una pleora di prezzi effettivi diversi non solo tra i vari mercati locali ma anche all'interno del medesimo mercato locale, cosa evidentemente possibile solo in presenza di scarsa contendibilità dei clienti e di ostacoli all'arbitraggio, come evidenziato nel paragrafo IV. 3.

280. In questo contesto, le variazioni dei listini, che includevano un margine rispetto alla quotazione *Platt's FOB Bethouia*, erano seguite da un processo di determinazione dei prezzi effettivi, guidato dai fattori strutturali, che non risultava idoneo ad erodere tale margine: le variazioni dei listini venivano trasferite sui prezzi effettivi e i prezzi effettivi venivano incrementati più (o diminuiti meno) del costo della materia prima. Pertanto, l'intesa sui listini era idonea ad influenzare il livello dei prezzi effettivi delle società coinvolte, garantendo il mantenimento di extra margini rispetto al costo internazionale della materia prima nell'area del Mediterraneo (*FOB Bethouia*).

VII. 3.2. L'EFFETTO DELLE CONDIZIONI STRUTTURALI SUI PREZZI EFFETTIVI

281. Gli sconti rispetto al prezzo di listino, che definiscono il prezzo di cessione delle bombole ai rivenditori e, per i clienti finali di GPL in piccoli serbatoi, gli sconti o le maggiorazioni rispetto al prezzo di listino¹⁸⁷ sono definiti in misura dipendente, oltre che dal potere contrattuale del singolo rivenditore/cliente finale, dalle condizioni strutturali dei diversi mercati locali. Nel tempo, inoltre, la misura degli sconti/maggiorazioni ha subito cambiamenti in funzione delle evoluzioni strutturali di lungo periodo del settore (in primo luogo, la progressiva metanizzazione del territorio nazionale). In altri termini, la diversità delle condizioni strutturali dei diversi mercati locali può influenzare i prezzi determinando una diversità dei prezzi praticati da mercato a mercato. A sua

¹⁸⁵ Si veda, tra le altre, nell'ambito della giurisprudenza nazionale, Consiglio di Stato, 12 dicembre 2001, n. 652, *Vedomusica*, e, nell'ambito della giurisprudenza comunitaria, Tribunale di Primo Grado, 18 giugno 2008, *Hoechst c. Commissione*, ove al paragrafo 349 viene affermato "la fissazione di un prezzo – sia pure meramente indicativo – pregiudica il gioco della concorrenza, in quanto consente a ciascun partecipante all'intesa di prevedere con un ragionevole grado di certezza quale sarà la politica dei prezzi dei suoi concorrenti. Più in generale, intese siffatte comportano un intervento diretto sui parametri essenziali della concorrenza nel mercato considerato. Infatti, esprimendo la volontà comune di applicare un certo livello di prezzi ai loro prodotti, i produttori interessati non determinano più autonomamente la loro politica sul mercato, pregiudicando in tal modo i principi inerenti alle norme del Trattato in materia di concorrenza (sentenza del Tribunale 29 novembre 2005, causa T-64/02, *Heubach/Commissione*, Racc. pag. II-5137, punto 81)".

¹⁸⁶ "è impensabile che a ciascuna variazione del prezzo della materia prima conseguisse una ri-negoziazione delle condizioni economiche di cessione del GPL al singolo rivenditore. In un simile contesto si comprende come sia più efficiente negoziare una tantum l'eventuale sconto da riconoscere al rivenditore e modificare i listini a seguito delle variazioni del *Bethouia*" (doc. 544).

volta, la progressiva maturità del settore tende a far aumentare gli sconti rispetto al prezzo di listino e a far diminuire i margini.

282. Alla luce di quanto detto, è possibile che nel medio-lungo periodo non esista una relazione lineare tra prezzi di listino e prezzi effettivi. Di fatto, il prezzo effettivo di vendita del GPL per usi domestici delle tre società è risultato essere, alla fine, il saldo netto tra la difesa dei margini ottenuta con l'intesa¹⁸⁸ e l'azione dei fattori strutturali, anche di lungo periodo, tra cui spicca la maturità del settore. È, d'altra parte, ben noto che l'effetto di un cartello può esercitarsi anche attraverso il rallentamento della tendenziale caduta dei prezzi causata dal progressivo declino di un settore¹⁸⁹.

283. Le parti hanno effettuato numerose elaborazioni tese ad evidenziare gli effetti della struttura dei mercati e delle tendenze di lungo periodo nel settore del GPL per usi domestici, sul presupposto che ciò potesse dimostrare l'irrelevanza del prezzo di listino (e quindi dell'intesa) nella determinazione del prezzo effettivo. Come si è visto in precedenza (cfr. paragrafo IV. 3), tuttavia, l'impatto di questi fattori non è incompatibile con l'idoneità dell'intesa a influenzare i prezzi effettivi. La messa in evidenza della loro esistenza non può dunque assumere alcun rilievo ai fini della verifica dell'infrazione.

284. Ciò premesso, le argomentazioni specifiche di BUTANGAS e LIQUIGAS possono ad ogni modo essere inquadrate nel contesto dei mercati delineato. Nello specifico, BUTANGAS e LIQUIGAS hanno messo in rilievo l'esistenza di un'elevata variabilità dei prezzi effettivi praticati, l'andamento crescente nel tempo degli sconti e quello decrescente dei margini. BUTANGAS ha anche evidenziato che il livello dei prezzi praticati è più elevato nelle province concentrate rispetto a quello frammentate.

285. Con riferimento all'argomentazione della variabilità dei prezzi effettivi praticati¹⁹⁰, si osserva che essa non assume rilievo in merito all'idoneità dell'intesa a influenzare i prezzi effettivi in quanto la diversità degli stessi rappresenta l'effetto di condizioni strutturali differenziate all'interno dei diversi mercati locali¹⁹¹. Analogamente, l'esistenza di un più elevato livello dei prezzi praticati nelle province concentrate è riconducibile alle condizioni strutturali dei diversi mercati locali: ciò costituisce, infatti, il normale effetto del potere di mercato delle imprese¹⁹².

¹⁸⁷ Come visto, queste componenti del prezzo effettivo sono in pratica definite per ogni singolo contratto.

¹⁸⁸ Come detto, l'intesa ha consentito alle parti di aumentare i listini in misura superiore al costo della materia prima (o di diminuirli meno) e l'inerzia degli sconti/maggiorazioni, confermata dall'estrema segmentazione dei mercati ha impedito che l'extra margine rispetto al costo della materia prima fosse eroso nel processo di definizione dei prezzi effettivi.

¹⁸⁹ Il Tribunale di Primo Grado ha chiaramente affermato che *"ammesso che risulti accertata, la situazione sfavorevole del mercato non può implicare l'assenza di impatto del cartello. Così come viene affermato dalla Commissione, gli aumenti di prezzo concordati hanno potuto consentire di controllare o di limitare la diminuzione dei prezzi, falsando in tal modo il gioco della concorrenza. Il fatto che si siano potute avere diminuzioni di prezzo dovute alle condizioni di mercato non toglie nulla alla censura di aumenti di prezzo concordati"*. Nel medesimo passaggio, con riferimento al fatto che il prezzo del prodotto abbia potuto seguire l'andamento del prezzo della principale materia prima, si afferma poi che: *"la circostanza che, in un mercato in declino caratterizzato da forti sovraccapacità strutturali, in cui ci si aspetterebbe piuttosto di assistere ad una diminuzione dei prezzi, il prezzo della carta autocopiante abbia potuto seguire gli aumenti di prezzo della pasta di legno, potrebbe essere considerato proprio come l'indizio di un'intesa"*., sentenza del Tribunale di Primo Grado, 26 aprile 2007, *Bolloré c. Commissione*, cause riunite T-109/02, T-118/02, T-122/02, T-125/02, T-126/02, T-128/02, T-129/02, T-132/02 e T-136/02, par. 462.

¹⁹⁰ Che nell'intenzione delle parti dovrebbe dimostrare che non esiste una relazione stabile e sistematica tra prezzi di listino e prezzi effettivi.

¹⁹¹ Si è più volte evidenziato come l'esistenza di prezzi differenziati all'interno del medesimo mercato sia la dimostrazione della scarsità delle possibilità di arbitraggio e della contendibilità dei clienti.

¹⁹² Peraltro, l'argomento di BUTANGAS secondo il quale l'inesistenza dell'intesa sarebbe dimostrata dal persistere della differenza tra i prezzi praticati nelle province concentrate e quelli delle province frammentate anche successivamente al

Quanto, invece, all'andamento crescente nel tempo degli sconti e l'andamento decrescente dei margini¹⁹³, essi rappresentano il portato della progressiva maturità del prodotto GPL.

286. Altre elaborazioni presentate dalle società colgono, invece, realtà interne all'azienda; in particolare, BUTANGAS e LIQUIGAS mettono in rilievo relazioni tra prezzi effettivi e costi tra loro almeno in parte contraddittorie¹⁹⁴. Tali argomentazioni nulla possono dimostrare in merito all'influenza dei listini sui prezzi praticati in quanto l'esistenza di relazioni differenziate tra listini e costi e tra prezzi effettivi e costi risulta compatibile con l'intesa come delineata.

VII. 3.3. IL MANTENIMENTO DELLO STATUS QUO CONCORRENZIALE

287. Nel contesto di mercato descritto, l'intesa sui listini tra le società BUTANGAS, ENI e LIQUIGAS non solo era idonea a influenzare in maniera determinante i prezzi effettivi pagati per il GPL imbottigliato e in piccoli serbatoi ma essa era anche funzionale al "*mantenimento dello status quo degli equilibri concorrenziali*", come chiaramente affermato da ENI¹⁹⁵. L'intesa sui listini garantiva, infatti, una simmetria nelle variazioni delle politiche di prezzo rispetto ai rivenditori di bombole e ai consumatori finali di GPL in piccoli serbatoi. Questo, unitamente all'estrema segmentazione dei mercati, consentiva il mantenimento delle quote di vendite anche in presenza di variazioni dei listini "amplificate" rispetto all'andamento del costo della materia prima.

288. Alla luce di tutto ciò, la sostanziale stabilità, a livello nazionale, delle quote di mercato delle società BUTANGAS, ENI e LIQUIGAS, evidenziata nel paragrafo dedicato ai mercati interessati (Tabella 4), dimostra che la concertazione sulle politiche di prezzo delle tre società è stata nei fatti rispettata ed ha avuto successo, in quanto l'andamento dei volumi delle vendite delle tre società è stato tale da consentire il mantenimento dello *status quo* concorrenziale nel complesso dei mercati interessati. Ciò è tanto più significativo se si considera che negli undici anni di durata dell'intesa il settore del GPL è diventato progressivamente più maturo come conseguenza dell'avanzare della metanizzazione del territorio nazionale.

289. La circostanza che le parti dell'intesa, i tre principali operatori del mercato, detenessero una posizione di assoluto rilievo nella disponibilità di infrastrutture per l'importazione via mare del GPL, unita all'esistenza di vincoli di capacità per lo svolgimento dell'attività di distribuzione a livello locale, ha rappresentato il necessario presupposto per la stabilità del cartello anche in presenza di una pluralità di operatori concorrenti a livello locale. Contrariamente a quanto sostenuto da BUTANGAS e LIQUIGAS, quindi, le condizioni strutturali dei mercati del GPL erano del tutto compatibili con la costituzione e mantenimento di un equilibrio collusivo.

venir meno della stessa intesa, non appare fondato alla luce del fatto che tale differenza è dovuta a fattori strutturali dei mercati.

¹⁹³ Che nelle intenzioni delle società BUTANGAS e LIQUIGAS dovrebbero dimostrare l'inidoneità dell'intesa a produrre effetti.

¹⁹⁴ In particolare, LIQUIGAS ha documentato l'invarianza della relazione tra prezzi effettivi e costi, sottolineando il fatto che tale relazione non sia mutata nel periodo 2001-2008. In realtà, questo aspetto nulla dice circa l'esistenza e l'efficacia dell'intesa. Essa risulta piuttosto una conferma di quanto affermato dalla stessa LIQUIGAS in merito alla scarsa correlazione tra i suoi prezzi effettivi e i costi.

Quanto a BUTANGAS, essa ha ricostruito le relazioni tra listini, prezzi effettivi e costi, evidenziando l'apertura di una forbice tra listini e prezzi effettivi e un andamento di questi ultimi più allineato ai costi. L'apertura di una forbice tra prezzi di listino e prezzi effettivi appare il portato dell'andamento crescente degli sconti, coerente con la tendenza di fondo del settore.

¹⁹⁵ Doc. 544.

VII. 4. L'IPOTESI CONTENUTA NEL PROVVEDIMENTO DI AVVIO DEL 24 APRILE 2008

290. Il provvedimento di avvio del presente procedimento¹⁹⁶ ipotizzava l'esistenza di un'intesa restrittiva della concorrenza tra le maggiori imprese operanti nella distribuzione all'ingrosso di GPL in bombole nella regione Sardegna (BUTANGAS, ENI, FIAMMA, LIQUIGAS, SARDAGAS, ULTRAGAS) volta alla determinazione congiunta del livello dei prezzi e di altre condizioni contrattuali da applicare ai rivenditori, nonché in una compartimentazione dei mercati, in violazione dell'art. 2 della legge n. 287/90. A seguito della presentazione da parte di ENI di una domanda di trattamento favorevole ai sensi dell'art. 15, comma 2-bis, della legge n. 287/90, in data 22 gennaio 2009, l'Autorità ha esteso l'oggetto del procedimento¹⁹⁷ ad un più ampio mercato del prodotto (GPL in piccoli serbatoi in aggiunta a quello in bombole) e geografico (intero territorio nazionale), ipotizzando una violazione dell'art. 101 del TFUE. L'estensione ha riguardato unicamente le società BUTANGAS, ENI e LIQUIGAS.

291. Le ipotesi che avevano inizialmente dato origine al procedimento si inseriscono in tale più ampio contesto di coordinamento, accertato dall'istruttoria, nel quale si ha evidenza che: (1) unicamente le società BUTANGAS, ENI e LIQUIGAS hanno posto in essere condotte volte a coordinare le proprie strategie commerciali attraverso la definizione dei listini, sostituendo consapevolmente ai rischi della concorrenza una pratica di collaborazione fra le stesse; (2) l'intesa tra le predette società riguardava i mercati del GPL in bombole e in piccoli serbatoi sull'intero territorio nazionale e non in singole partizioni geografiche (come la Sardegna). Le evidenze raccolte nella prima fase del procedimento, specificatamente volte alla verifica dell'ipotesi di un accordo limitato alla Sardegna, sono coerenti con gli esiti degli accertamenti compiuti successivamente all'estensione del procedimento (provvedimento del 22 gennaio 2009).

292. Il livello elevato dei prezzi fatto registrare in Sardegna per le bombole di GPL era solo in parte dovuto a comportamenti collusivi e per tale parte esso costituiva, in realtà, la manifestazione locale degli effetti della concertazione a livello nazionale tra le società BUTANGAS, ENI e LIQUIGAS. Non sono, invece, emerse evidenze di comportamenti illeciti a carico delle società FIAMMA, SARDAGAS e ULTRAGAS.

293. La maggiore redditività del mercato sardo rispetto ad altre aree del territorio nazionale risulta ascrivibile a ragioni di natura strutturale del contesto di riferimento: in particolare, una minore pressione concorrenziale dovuta alla presenza di un ridotto numero di operatori e all'assenza di combustibili alternativi per usi domestici, nonché all'assenza di fenomeni di illegalità quali il riempimento abusivo delle bombole. In questo senso, la Sardegna costituisce un esempio di come l'intesa nazionale si declinasse in forme differenziate (vale a dire in diversi livelli di prezzi praticati) nei diversi mercati locali che, nel loro complesso, costituiscono i mercati geografici interessati dalla stessa.

294. In particolare, le evidenze agli atti testimoniano di un ambiente scarsamente concorrenziale nei mercati del GPL in bombole in Sardegna; tale situazione di scarsa concorrenza risulta essersi incrinata nel 2005-2006 per cause riconducibili ad un calo delle vendite. Uno dei segnali più forti del venir meno del clima di scarsa concorrenza sui mercati sardi è rappresentato dall'ingresso di un nuovo operatore (Beyfin), avvenuto all'inizio del 2007 grazie all'aiuto concesso da ENI, che ha

¹⁹⁶ Provvedimento n. 18287 del 24 aprile 2008.

¹⁹⁷ Provvedimento n. 19442 del 21 gennaio 2009.

aperto al nuovo entrante parte delle proprie strutture produttive sull'isola. L'apertura concessa da ENI ad un operatore concorrente costituisce, in tutta evidenza, un segnale dell'effettivo cambiamento delle politiche commerciali della società.

295. Dalle evidenze acquisite nel corso dell'istruttoria non sono, in ogni caso, emersi elementi idonei a comprovare la sussistenza di un'intesa tra le società FIAMMA, SARDAGAS e ULTRAGAS in violazione dell'art. 2 della legge n. 287/90, con specifico riferimento al mercato locale del GPL in bombole in Sardegna. Non ha trovato, dunque, conferma la partecipazione delle suddette società alla presunta intesa così come originariamente delineata nel provvedimento di avvio del 24 aprile 2008.

VII. 5. CONCLUSIONI

296. Da quanto precede, l'analisi istruttoria condotta ha consentito di confermare quanto dichiarato da ENI nella domanda di trattamento favorevole ovvero che le società BUTANGAS, ENI e LIQUIGAS hanno concordato una reciproca collaborazione allo scopo di sostituire la concorrenza con un meccanismo di concertazione delle rispettive politiche di prezzo del GPL in bombole e in piccoli serbatoi, per un lasso temporale assai significativo (1995-2005), in violazione dell'art. 101 TFUE.

297. L'istruttoria ha verificato l'esistenza di un elevato livello di parallelismo nelle variazioni dei listini delle tre società per tutto il periodo di analisi (1995-2005), in un contesto di contatti frequenti e ripetuti tra le parti. Tale parallelismo non risulta spiegabile con il fatto che le tre società abbiano autonomamente adeguato le rispettive politiche di prezzo all'andamento della quotazione internazionale della materia prima. L'esistenza e le caratteristiche del parallelismo dimostrano che l'intesa ha avuto piena attuazione. Inoltre, date le condizioni strutturali e le modalità di funzionamento dei mercati del GPL per usi domestici, il coordinamento dei listini risulta idoneo ad influenzare il prezzo effettivo praticato ai rivenditori e ai consumatori finali consentendo il mantenimento dei margini e degli equilibri di mercato consolidati. Il rispetto dell'intesa e la sua idoneità ad allineare le politiche di prezzo delle parti trovano, infatti, conferma nella sostanziale stabilità delle quote di mercato delle stesse a livello nazionale.

298. Le risultanze istruttorie hanno confermato che l'assidua e continua frequentazione tra i rappresentanti delle tre società era funzionale a ridurre, a vantaggio delle tre imprese coinvolte, i margini di incertezza altrimenti connaturati all'autonoma determinazione delle proprie condotte. In altri termini, le modalità di funzionamento dell'intesa, così come descritte da ENI nella domanda di trattamento favorevole e successivamente corroborate dall'analisi istruttoria svolta, consentono di concludere che le occasioni di contatto fossero suscettibili, per contenuto, numero e frequenza, di eliminare incertezze nei soggetti coinvolti in relazione al momento, alla portata e alle modalità di adeguamento delle proprie politiche di prezzo alla variazione della materia prima.

299. L'intesa in esame risulta, inoltre, presentare il carattere della consistenza, coinvolgendo i tre principali operatori di mercato che cumulativamente hanno detenuto per tutto il periodo oggetto di accertamento una quota di mercato complessiva pari a circa il 40% a fronte di una restante parte dell'offerta estremamente frammentata. L'importanza di BUTANGAS, ENI e LIQUIGAS è peraltro confermata dalla disponibilità di una significativa capacità di stoccaggio dei depositi costieri, che costituiscono, come visto, infrastrutture nevralgiche per l'importazione, e dunque per l'approvvigionamento, della materia prima.

300. L'intesa risulta, infine, idonea a pregiudicare il commercio intracomunitario, ai sensi dell'articolo 101 del TFUE, in quanto i comportamenti oggetto di contestazione hanno interessato l'intero territorio nazionale e coinvolto i principali operatori attivi nel settore GPL. Infatti, secondo quanto indicato nella comunicazione della Commissione 2004/C 101/07 – Linee direttrici sulla nozione di pregiudizio al commercio tra Stati membri di cui agli articoli 101 e 102 del TFUE¹⁹⁸, la nozione di pregiudizio al commercio intracomunitario deve essere interpretata in maniera estensiva, tenendo conto dell'influenza diretta o indiretta, reale o potenziale, sui flussi commerciali tra gli Stati membri. Sul punto, la Commissione ha osservato che *“gli organi giurisdizionali comunitari hanno stabilito in diverse sentenze che gli accordi che si estendono a tutto il territorio di uno Stato membro hanno, per loro natura, l'effetto di consolidare la compartimentazione dei mercati a livello nazionale, ostacolando così l'integrazione economica voluta dal trattato.* Pertanto, l'intesa in esame, alla luce della sua natura e delle descritte caratteristiche, risulta suscettibile di ostacolare l'integrazione economica perseguita dal Trattato ed è dunque idonea a pregiudicare il commercio tra gli Stati membri

301. Da ultimo, le evidenze acquisite nel corso dell'istruttoria non hanno fatto emergere elementi idonei a comprovare la sussistenza di un'intesa tra le società FIAMMA, SARDAGAS e ULTRAGAS in violazione dell'art. 2 della legge n. 287/90, con specifico riferimento al mercato locale del GPL in bombole in Sardegna.

VIII. GRAVITÀ E DURATA

302. L'articolo 15, comma 1, della legge n. 287/90 prevede che l'Autorità, nei casi di infrazioni gravi, disponga l'applicazione di una sanzione amministrativa pecuniaria fino al dieci per cento del fatturato realizzato da ciascuna impresa nell'ultimo esercizio, considerate la gravità e la durata delle stesse infrazioni.

303. Secondo la prassi dell'Autorità, conformemente alla giurisprudenza comunitaria¹⁹⁹, la valutazione della gravità dell'infrazione contestata deve essere svolta tenendo conto di una pluralità di elementi, tra i quali la natura dei comportamenti contestati, il contesto nel quale i comportamenti sono stati attuati e l'importanza delle imprese che li hanno posti in essere.

304. Quanto alla natura dell'intesa in esame, essa ha avuto per oggetto la definizione congiunta dei listini del GPL in bombole e in piccoli serbatoi. Pertanto, in considerazione dell'oggetto, l'intesa in esame rientra, in astratto, nel novero delle restrizioni più gravi della concorrenza. Infatti, secondo una consolidata giurisprudenza, le intese orizzontali con le quali le imprese concertano le rispettive strategie di prezzo sono da considerarsi tra le restrizioni più gravi della concorrenza, *“poiché ne ostacolano la capacità di garantire l'efficienza allocativa e di mantenere il livello di prezzi il più basso possibile”*²⁰⁰.

305. Le risultanze istruttorie, e in particolare le evidenze sul parallelismo, hanno consentito di verificare che l'intesa ha avuto attuazione. Inoltre, dato lo specifico contesto economico di riferimento, l'intesa sui listini era idonea a influenzare l'insieme dei prezzi effettivi praticati nei diversi mercati locali, che dagli stessi listini discendono. Come precisato in precedenza, l'intesa

¹⁹⁸ In GUCE C 101/81 del 27 aprile 2004.

¹⁹⁹ Cfr. sentenze della Corte di Giustizia, 15 luglio 1970, *Boehringer*, causa C-45/69; 7 giugno 1983, *Musique Diffusion Française*, cause riunite C-100 e 103/80; 9 novembre 1983, *Michelin*, causa C-322/81.

²⁰⁰ In tal senso, da ultimo Consiglio di Stato, n. 102/08- *Latte Artificiale II*.

consentiva che i prezzi effettivi venissero incrementati più (o diminuiti meno) del costo della materia prima e, dunque, la difesa dei margini. L'analisi istruttoria ha anche evidenziato il sostanziale mantenimento dello *status quo* concorrenziale (stabilità delle quote di mercato delle parti).

306. La stabilità delle quote di mercato è stata conseguita malgrado nel periodo di durata dell'intesa il GPL per usi domestici abbia acquisito un progressivo grado di maturità del prodotto – la maturità del prodotto spingerebbe, al contrario, ad aggredire le quote di mercato dei concorrenti operando, dunque, in senso opposto al mantenimento delle relative posizioni sul mercato. Il mantenimento dello *status quo* concorrenziale è stato anche favorito dal fatto che i mercati del GPL per usi domestici sono caratterizzati da una scarsa contendibilità dei rivenditori (per le bombole) o dei clienti finali (per lo sfuso), nonché da una struttura del mercato che vede i tre principali operatori – le parti del procedimento – in una posizione di assoluto rilievo rispetto ai restanti operatori.

307. Le parti dell'intesa sono i principali operatori nei mercati interessati: essi sono i soli ad essere presenti sull'intero territorio nazionale e hanno un ruolo di assoluto rilievo nell'approvvigionamento di prodotto. Il ruolo delle parti è accresciuto dal fatto che il resto del mercato si presenta frammentato su numerosi operatori per lo più attivi a livello locale.

308. Tutto ciò premesso, l'intesa oggetto di contestazione integra un'infrazione grave dell'articolo 101 del TFUE anche alla luce del fatto che essa ha visto coinvolti i principali operatori del settore.

309. Con riferimento alla durata dell'infrazione, le evidenze agli atti hanno consentito di ricostruire l'intesa per tutto il periodo compreso tra il 1995 e il 2005, con una fase di aggiustamento al nuovo regime di assenza di accordi al vertice (cd *phase out*), nella quale vanno collocati in particolare i contatti tra i livelli direttivi locali in Sardegna²⁰¹. Da quanto precede, risulta che l'infrazione ha avuto un'applicazione continuata per un lasso di tempo assolutamente considerevole, ovvero dal 1995 al 2005, con isolati episodi ancora per l'anno 2006.

IX. AMMISSIONE DI ENI AL BENEFICIO DELLA NON IMPOSIZIONE DELLA SANZIONE

310. In data 31 ottobre 2008, ENI ha presentato una domanda di trattamento favorevole *ex* articolo 15, comma 2-*bis*, della legge 10 ottobre 1990, n. 287, chiedendo di essere ammessa al beneficio della non imposizione delle sanzioni, di cui al paragrafo 2 della comunicazione dell'Autorità sulla non imposizione e sulla riduzione delle sanzioni²⁰², e in via meramente subordinata alla riduzione delle stesse, ai sensi del successivo paragrafo 4.

311. In data 22 gennaio 2009, l'Autorità, verificata la sussistenza dei requisiti per la non imposizione della sanzioni di cui al paragrafo 2 della citata comunicazione, ha ritenuto di accogliere la domanda di ENI, subordinatamente al rispetto delle condizioni di cui al paragrafo 7 della stessa comunicazione e, dunque, riservandosi di valutare l'ulteriore collaborazione fino alla

²⁰¹ In via subordinata, BUTANGAS e LIQUIGAS hanno sostenuto che l'impresa non sarebbe stata accertata per 11 anni, dal 1995 al 2005, ma per un periodo molto più limitato: dal 1996 al 2000 secondo BUTANGAS; negli anni 1998, 1999, 2000 e 2002 per LIQUIGAS. Alla base di tale argomento c'è la contestazione della ricostruzione del quadro di contatti tra gli amministratori delegati che, come visto, non appare, tuttavia, fondata. Deve, di conseguenza, ritenersi privo di fondamento anche l'argomento della minor durata dell'infrazione.

²⁰² Comunicazione sulla non imposizione e sulla riduzione delle sanzioni ai sensi dell'articolo 15 della legge 10 ottobre 1990 n. 287, del 15 febbraio 2007 (Programma di Clemenza).

conclusione del presente procedimento. In particolare, l'Autorità ha valutato che l'intesa portata a conoscenza da ENI presentasse elementi di assoluta novità rispetto alla fattispecie ipotizzata nel provvedimento di avvio.

312. Al riguardo, le risultanze istruttorie hanno messo in evidenza il decisivo apporto fornito da ENI che, dopo l'avvio del procedimento istruttorio, ha denunciato l'esistenza un'intesa più ampia, per oggetto e durata, di quella contestata nel provvedimento di avvio del 24 aprile 2008, finalizzata alla fissazione congiunta dei listini del GPL in piccoli serbatoi e in bombole su tutto il territorio nazionale da parte delle tre principali società del settore (BUTANGAS, ENI, LIQUIGAS).

313. Come emerso dalle risultanze istruttorie, la configurazione dell'intesa prospettata da ENI ha consentito la piena ricostruzione del fenomeno collusivo e un'efficace svolgimento del procedimento istruttorio. In particolare, il dettaglio delle informazioni fornite ha permesso di effettuare accertamenti ispettivi mirati presso le sedi di BUTANGAS e LIQUIGAS specificatamente finalizzati ad acquisire documentazione relativa ad evidenze di incontri tra i responsabili delle tre società (agende, note spese delle trasferte, rilevazioni di ingressi di visitatori esterni). Determinante, a tal fine, è stata la comunicazione da parte di ENI dell'identità dei rappresentanti partecipanti all'intesa, dell'oggetto degli incontri e, più in generale, delle modalità di funzionamento del complessivo disegno collusivo.

314. Inoltre, ENI ha continuato a collaborare con l'Autorità in modo completo e continuativo per l'intera durata del procedimento istruttorio, rispondendo ad ogni richiesta che poteva contribuire all'accertamento dei fatti rilevanti e alla ricostruzione del disegno collusivo. In particolare, ENI ha fornito tempestivamente tutte le informazioni e gli elementi rilevanti di cui è venuta in possesso, nonché chiarimenti e delucidazioni in relazione alla documentazione acquisita nel corso degli accertamenti ispettivi presso le sedi delle altre parti del procedimento e, più in generale, alle dinamiche caratterizzanti l'intesa oggetto di accertamento. La parte ha, altresì, fornito informazioni che hanno, da un lato, confermato quanto già acquisito in sede ispettiva e, dall'altro, ulteriormente arricchito il quadro fattuale oggetto di accertamento con specifico riferimento sia allo scambio di informazioni, sia agli ingressi dei rappresentanti di BUTANGAS e LIQUIGAS nelle sedi di ENI.

315. La natura e la qualità delle informazioni ed evidenze prodotte da ENI nel contesto della domanda di trattamento favorevole e nel corso del procedimento istruttorio è, peraltro, di immediata percezione sia in termini assoluti sia in relazione al contributo fornito nel corso dell'istruttoria dalle altre parti.

316. Alla luce di quanto precede, ai sensi dell'art. 15, comma 2-bis, della legge 10 ottobre 1990, n. 287, si ritengono sussistenti i presupposti per la non imposizione della sanzione alla società ENI, di cui al paragrafo 2 della citata comunicazione dell'Autorità sulla non imposizione e sulla riduzione delle sanzioni.

X. QUANTIFICAZIONE DELLA SANZIONE

317. Una volta accertate la gravità e la durata dell'infrazione posta in essere dalle parti del procedimento, ai fini dell'individuazione dei criteri di quantificazione della sanzione, occorre tenere presente la Comunicazione della Commissione 2006/C 210/02 "Orientamenti per il calcolo

delle ammende inflitte in applicazione dell'articolo 23, par. 2, lettera a), del Regolamento CE n. 1/2003".

318. Al fine di quantificare la sanzione, ai sensi dell'articolo 11 della legge n. 689/1981, come richiamato dall'articolo 31 della legge n. 287/90, devono essere considerati la gravità della violazione, le condizioni economiche, il comportamento delle imprese coinvolte e le eventuali iniziative volte a eliminare o attenuare le conseguenze delle violazioni. Alla luce di tali criteri, si determinano gli importi delle sanzioni comminabili alle parti, prendendo anche in debita considerazione l'effettiva capacità economica delle parti di pregiudicare, in modo significativo, il gioco concorrenziale.

319. Relativamente alla gravità dell'infrazione, nel richiamare le considerazioni già svolte, si rileva che l'infrazione in esame è consistita in un'intesa tra i tre principali operatori, volta al coordinamento delle variazioni dei listini del GPL imbottigliato e in piccoli serbatoi su tutto il territorio nazionale. L'intesa è stata attuata, come dimostrato dal parallelismo dei listini. In ragione delle specifiche caratteristiche dei mercati interessati, l'intesa era idonea ad influenzare i prezzi effettivi di cessione del prodotto ai rivenditori (bombole) e ai clienti finali (piccoli serbatoi), consentendo inoltre il mantenimento degli equilibri concorrenziali consolidati (stabilità delle quote di mercato). L'intesa accertata configura, pertanto, una violazione grave della concorrenza.

320. L'intesa ha coinvolto i principali operatori della distribuzione di GPL in bombole e in piccoli serbatoi che, detengono, inoltre, una posizione di assoluto rilievo nella disponibilità di depositi costieri per l'approvvigionamento di prodotto. L'importanza delle parti è, infine, ulteriormente accentuata dal fatto che la restante parte del mercato risulta frammentata in un numero elevato di operatori minori, per lo più attivi a livello locale.

321. L'intesa ha avuto una durata ultradecennale. Essa è stata infatti accertata almeno per il periodo 1995-2005.

322. Quanto poi al ruolo e alla partecipazione delle singole imprese al disegno collusivo, dalle evidenze raccolte emerge un uguale coinvolgimento delle parti all'intesa.

323. La sanzione da irrogare deve essere quantificata tenendo conto, da un lato, dell'effettiva capacità economica di ciascuna impresa di pregiudicare in modo significativo la concorrenza e, dall'altro, della necessità di fissare un importo che abbia un'adeguata efficacia deterrente per ogni impresa.

324. Tenuto conto degli Orientamenti contenuti nella citata Comunicazione della Commissione per il calcolo delle ammende, per calcolare l'importo base della sanzione si è preso a riferimento il valore delle vendite dei beni a cui l'infrazione si riferisce, ossia il valore delle vendite di GPL in bombole e in piccoli serbatoi sull'intero territorio nazionale, al netto dell'IVA e delle accise, nell'ultimo anno in cui avvenuta l'infrazione, e cioè il 2005. Nello specifico, tale valore è pari a:

– [omissis] euro per BUTANGAS;

– [omissis] euro per LIQUIGAS.

325. Sulla base delle considerazioni sopra svolte in merito alla gravità dell'infrazione e in ragione della significativa durata, appare congruo fissare importi base pari a:

– 4.888.121 euro per BUTANGAS;

– 17.142.188 euro per LIQUIGAS.

326. Nel caso di specie non ricorrono gli estremi per il riconoscimento di alcuna attenuante. Come precisato dalla giurisprudenza nazionale²⁰³, non può considerarsi autonoma circostanza attenuante la spontanea cessazione delle condotte prima dell'apertura del procedimento in quanto già valorizzata nella considerazione della durata dell'illecito; né costituisce attenuante la presentazione di impegni che siano rigettati dall'Autorità a motivo della loro inadeguatezza a escludere preoccupazioni di carattere concorrenziale e che non siano stati attuati.

327. Con riguardo alle condizioni economiche delle imprese, si rileva esse hanno chiuso gli ultimi tre bilanci (2006, 2007, 2008) in utile.

328. In considerazione di tutto ciò, gli importi finali delle ammende sono fissati in:

– 4.888.121 euro per BUTANGAS;

– 17.142.188 euro per LIQUIGAS;

329. Tali importi sono inferiori al massimo applicabile, pari al 10% del fatturato totale realizzato nell'esercizio 2009.

Tutto ciò premesso e considerato;

DELIBERA

a) che le società Butan Gas S.p.A., Eni S.p.A. e Liquigas S.p.A. hanno posto in essere un'intesa restrittiva della concorrenza ai sensi dell'articolo 101 del TFUE, consistente nella definizione congiunta delle variazioni dei listini del GPL in bombole e in piccoli serbatoi per tutto il territorio nazionale almeno per il periodo 1995-2005;

b) che le società di cui al punto a) si astengano in futuro dal porre in essere comportamenti analoghi a quelli oggetto dell'infrazione accertata;

c) che, in ragione di quanto indicato in motivazione, è riconosciuto alla società Eni S.p.A. il beneficio della non imposizione della sanzione, di cui al paragrafo 2 della comunicazione sulla non imposizione e sulla riduzione delle sanzioni ai sensi dell'articolo 15 della legge 10 ottobre 1990, n. 287;

d) che, in ragione di quanto indicato in motivazione, vengano applicate le sanzioni amministrative pecuniarie alle seguenti società:

– Butan Gas S.p.A. 4.888.121 euro;

– Liquigas S.p.A. 17.142.188 euro.

Le sanzioni amministrative pecuniarie di cui al punto d) devono essere pagate entro il termine di novanta giorni dalla notificazione del presente provvedimento con versamento diretto al Concessionario del Servizio della Riscossione oppure mediante delega alla banca o alle Poste

²⁰³ Tra le altre, TAR Lazio, 6 giugno 2008, *Gare per la fornitura di dispositivi per stomia*; TAR Lazio, 29 dicembre 2007, *Vernici marine*; Consiglio di Stato, 3 aprile 2009, *Gare per la fornitura di dispositivi per stomia*; Consiglio di Stato, 9 aprile 2009, *Servizi aggiuntivi al trasporto pubblico locale del Comune di Roma*.

Italiane S.p.A., presentando il modello allegato al presente provvedimento, così come previsto dal Decreto Legislativo 9 luglio 1997, n. 237.

Decorso il predetto termine, per il ritardo inferiore ad un semestre, devono essere corrisposti gli interessi di mora nella misura del tasso legale a decorrere dal giorno successivo alla scadenza del termine del pagamento e sino alla data del pagamento. In caso di ulteriore ritardo nell'adempimento, ai sensi dell'articolo 27, comma 6, della legge n. 689/81, la somma dovuta per la sanzione irrogata è maggiorata di un decimo per ogni semestre a decorrere dal giorno successivo alla scadenza del termine del pagamento e sino a quello in cui il ruolo è trasmesso al concessionario per la riscossione; in tal caso la maggiorazione assorbe gli interessi di mora maturati nel medesimo periodo.

Degli avvenuti pagamenti deve essere data immediata comunicazione all'Autorità, attraverso l'invio di copia del modello attestante il versamento effettuato.

Ai sensi dell'articolo 26 della medesima legge, le imprese che si trovano in condizioni economiche disagiate possono richiedere il pagamento rateale della sanzione.

Il presente provvedimento verrà notificato ai soggetti interessati e pubblicato sul Bollettino dell'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato.

Avverso il presente provvedimento può essere presentato ricorso al TAR del Lazio, ai sensi dell'articolo 33, comma 1, della legge n. 287/90, entro sessanta giorni dalla data di notificazione del provvedimento stesso, ovvero può essere proposto ricorso straordinario al Presidente della Repubblica, ai sensi dell'articolo 8, comma 2, del Decreto del Presidente della Repubblica 24 novembre 1971, n. 1199, entro il termine di centoventi giorni dalla data di notificazione del provvedimento stesso.

IL SEGRETARIO GENERALE

Luigi Fiorentino

IL PRESIDENTE

Antonio Catricalà

I730 - GESTIONE DEI RIFIUTI CARTACEI - COMIECO

Provvedimento n. 20932

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 24 marzo 2010;

SENTITO il Relatore Professor Piero Barucci;

VISTA la legge 10 ottobre 1990, n. 287;

VISTO l'articolo 101 del Trattato sul Funzionamento dell'Unione Europea (in seguito TFUE);

VISTO il Regolamento n. 1/2003 del Consiglio del 16 dicembre 2002, concernente l'applicazione delle regole di concorrenza di cui agli articoli 81 e 82 del Trattato CE (oggi articoli 101 e 102 del TFUE);

VISTE le segnalazioni, rispettivamente, della società S.A.C.C.A. S.p.A., pervenuta in data 30 ottobre 2007 e successive integrazioni, e della società Cartiere Modesto Cardella S.p.A., pervenuta in data 13 gennaio 2009 e successive integrazioni;

VISTI gli atti del procedimento;

I. L'INDAGINE CONOSCITIVA IN MATERIA DI RIFIUTI DI IMBALLAGGIO

1. Nell'Indagine conoscitiva in materia di rifiuti di imballaggio¹, l'Autorità ha esaminato il ruolo dei consorzi c.d. di filiera di cui all'art. 223 del Decreto Legislativo n. 152/06 (c.d. Testo Unico Ambientale o TUA), istituiti al fine di razionalizzare ed organizzare la ripresa degli imballaggi usati sul territorio nazionale, la cui attività è coordinata dal CONAI, previsto e disciplinato dall'art. 224 del TUA².

2. L'Autorità aveva analizzato, in particolare, le modalità di assegnazione dei rifiuti da imballaggi ai soggetti che provvedono al recupero e al riciclo dei medesimi, rilevando come il Consorzio Nazionale Recupero e Riciclo degli Imballaggi a base Cellulosica – COMIECO (di seguito anche COMIECO) non garantisca l'assegnazione alle cartiere consorziate dei rifiuti cartacei ottenuti dalla raccolta differenziata su suolo pubblico secondo modalità trasparenti e competitive³.

3. Inoltre, l'Indagine aveva evidenziato “*un'omogeneizzazione dei prezzi praticati per la cessione di tali rifiuti*”, ciò in quanto COMIECO determina univocamente, per l'intero territorio nazionale, il c.d. “corrispettivo di mandato” (ossia il costo netto dei rifiuti cartacei) sulla base delle quotazioni del macero presso la Camera di Commercio di Milano (cfr. *infra*).

In merito a tale punto, l'Autorità aveva rilevato come l'applicazione di un medesimo prezzo di cessione – da parte di COMIECO – fosse suscettibile di alterare il confronto concorrenziale tra i diversi operatori del settore⁴.

¹ IC26 - MERCATO DEI RIFIUTI DI IMBALLAGGIO, conclusasi con provv. n. 18585 del 3 luglio 2008.

² Il Consorzio Nazionale Imballaggi – CONAI è il soggetto cui è stata demandata l'organizzazione del settore del recupero e riciclo dei rifiuti da imballaggio. In particolare, l'art. 224, comma 1, del TUA prevede che “Per il raggiungimento degli obiettivi globali di recupero e di riciclaggio e per garantire il necessario coordinamento dell'attività di raccolta differenziata, i produttori e gli utilizzatori [...] partecipano in forma paritaria al Consorzio nazionale imballaggi, in seguito denominato CONAI, che ha personalità giuridica di diritto privato senza fine di lucro ed e' retto da uno statuto approvato con decreto del Ministro dell'ambiente e della tutela del territorio di concerto con il Ministro delle attività produttive”.

³ Cfr. § 248 e ss. dell'Indagine Conoscitiva.

⁴ Cfr. § 250 dell'Indagine Conoscitiva.

4. In merito alle suddette criticità concorrenziali sono pervenute, inoltre, alcune segnalazioni da parte di soggetti attivi nel riciclo e nella produzione di carta.

In particolare, la cartiera S.A.C.C.A. S.p.A. ha lamentato presunti effetti distorsivi che deriverebbero dalla fissazione uniforme, a livello nazionale, del corrispettivo di mandato, a fronte di diversificate condizioni industriali-commerciali e diversi risultati della raccolta differenziata di rifiuti cartacei nelle diverse aree del paese.

5. Attraverso successive segnalazioni, sia S.A.C.C.A. S.p.A. che la società Cartiere Modesto Cardella S.p.A. hanno evidenziato la scarsa trasparenza che connoterebbe l'attuale modalità con cui COMIECO procede alle assegnazioni, tra le cartiere associate, dei materiali cellulostici provenienti dalla raccolta differenziata su suolo pubblico.

Inoltre, S.A.C.C.A. S.p.A. ha fatto presente che le cartiere rappresentate all'interno del Consiglio di Amministrazione (di seguito, CdA) di COMIECO, da un lato, avrebbero accesso ad una serie di dati riguardanti gli associati loro concorrenti e, dall'altro, svolgono un ruolo attivo nella determinazione delle quote di spettanza, proprie e delle cartiere concorrenti, così distorcendo il confronto competitivo nel settore.

II. LA PARTE

6. Il Consorzio Nazionale Recupero e Riciclo degli Imballaggi a base Cellulosica – COMIECO è un consorzio di diritto privato senza fini di lucro costituito nel 1998 ai sensi dell'abrogato Decreto Legislativo n. 22/1997 (c.d. Decreto Ronchi), al fine di razionalizzare, organizzare, garantire e promuovere il recupero e il riciclo degli imballaggi di origine cellulosica, secondo principi di trasparenza, efficienza e nel rispetto dei principi a tutela della concorrenza.

Il Decreto Legislativo citato aveva per obiettivo l'armonizzazione con la disciplina comunitaria della frammentaria e spesso desueta normativa nazionale allora vigente. Tale decreto è stato sostituito dal TUA, che ha recepito la Direttiva europea sugli imballaggi e sui rifiuti di imballaggio⁵.

7. Ai sensi dell'art. 223 del TUA, che riprende quanto stabilito nel Decreto Ronchi, COMIECO ha "*personalità giuridica di diritto privato senza fine di lucro*" e la sua attività è disciplinata da uno Statuto adottato dallo stesso Consorzio secondo uno schema tipo redatto a livello ministeriale nel rispetto, tra l'altro, dei principi di "*efficienza, efficacia, economicità e trasparenza, nonché di libera concorrenza*".

COMIECO è finanziato dai "*contributi dei consorziati e dai versamenti effettuati dal Consorzio nazionale imballaggi [...] nel rispetto dei principi della concorrenza e della corretta gestione ambientale, degli imballaggi e dei rifiuti di imballaggio ripresi, raccolti o ritirati [...]*".

8. L'attività di COMIECO è disciplinata dallo Statuto e dal Regolamento consortile previsto dal medesimo Statuto⁶.

In particolare, ai sensi dell'art. 3 dello Statuto, il Consorzio svolge la funzione di razionalizzare ed organizzare, per quanto riguarda gli imballaggi a base di fibra di cellulosa: a) la ripresa degli

⁵ Si tratta della Direttiva 2004/12/CE, che ha modificato la precedente Dir. 94/62/CE.

⁶ La versione vigente dello Statuto COMIECO è stata approvata dall'Assemblea consortile in data 10 luglio 2001. La versione vigente del Regolamento consortile è stata deliberata dal Consiglio di Amministrazione di COMIECO e approvata dall'Assemblea in data 22 aprile 1999; entrambi gli atti organizzativi sono pubblicati sul sito web del Consorzio, www.comieco.org.

imballaggi usati; b) la raccolta dei rifiuti di imballaggi secondari e terziari su superfici private⁷; c) il ritiro dei rifiuti di imballaggi ed altri materiali a base cellulosica conferiti al servizio pubblico, su indicazione del CONAI, a fronte delle convenzioni stipulate da CONAI con le amministrazioni locali⁸; d) il riciclaggio ed il recupero dei rifiuti di imballaggio secondo criteri di trasparenza, efficacia, efficienza ed economicità.

In base all'art. 3, comma 3, COMIECO assicura inoltre il ritiro ed il riciclaggio dei rifiuti di imballaggio provenienti dalla raccolta differenziata effettuata dal servizio pubblico.

9. Gli organi principali di COMIECO sono l'assemblea dei consorziati e il consiglio di amministrazione.

Gli operatori aderenti al COMIECO sono a) i produttori e gli importatori di materiale cellulosico (con una quota del 40%); b) i produttori e gli importatori di imballaggi vuoti (con una quota del 40%); c) gli utilizzatori, autoproduttori e gli importatori di imballaggi vuoti (con una quota del 15%); d) i recuperatori (con una quota del 5%)⁹.

10. L'art. 5, comma 1, dello Statuto COMIECO prevede che le deliberazioni degli organi consortili, assunte *“in conformità alle norme del presente statuto, sono vincolanti per tutti i soggetti partecipanti al Consorzio”*.

Inoltre, è previsto che COMIECO accerti *“il corretto adempimento degli obblighi e delle obbligazioni nascenti dalla partecipazione al Consorzio ed intraprende le azioni necessarie per accertare e reprimere eventuali violazioni dei consorziati relative agli obblighi ad essi derivanti dalla loro partecipazione al Consorzio”* (art. 5, comma 4, Statuto COMIECO).

Infine, è disposto che ogni violazione di tali obblighi *“viene sanzionata con il pagamento di una penale fissata in un importo pari, nel massimo, al triplo del contributo annuo a carico del consorzio responsabile della violazione”* (art. 5, comma 5, Statuto COMIECO).

11. L'art. 12 del Regolamento consortile demanda al Consiglio di Amministrazione di COMIECO il compito di accertare le infrazioni risultanti dalle *“violazioni di obblighi scaturenti dalla partecipazione al consorzio e dalle deliberazioni degli organi consortili”* (art. 12, comma 1). L'irrogazione dell'eventuale sanzione da parte del Consiglio di Amministrazione sospende il consorzio dall'esercizio di ogni diritto in sede consortile fino al pagamento della sanzione ovvero all'eventuale riforma della decisione da parte del collegio dei probiviri (art. 12, comma 6, del Regolamento consortile). Infine, il mancato pagamento della sanzione entro giorni 30 dalla comunicazione della delibera del CdA determina l'esclusione del consorzio (art. 12, comma 7, del Regolamento consortile).

12. Come messo in rilievo nell'Indagine conoscitiva, gli obblighi di recupero gravano, ai sensi di legge, solo in capo ai produttori e non ai raccoglitori e utilizzatori, i quali pertanto non avrebbero

⁷ Per “imballaggio secondario” si intende l'imballaggio concepito in modo da costituire, nel punto di vendita, il raggruppamento di un certo numero di unità di vendita indipendentemente dal fatto che sia venduto come tale all'utente finale o al consumatore, o che serva soltanto a facilitare il rifornimento degli scaffali nel punto vendita. Può rimuoversi dal prodotto senza alterarne le caratteristiche. Per “imballaggio terziario” si intende invece l'imballaggio concepito in modo da facilitare la manipolazione e il trasporto di un certo numero di unità di vendita oppure di imballaggi multipli per evitare la loro manipolazione e i danni connessi al trasporto.

⁸ L'Accordo Quadro ANCI-CONAI è previsto dall'art. 224, comma 5, del TUA, in base al quale “Il CONAI può stipulare un accordo di programma quadro su base nazionale con l'Associazione nazionale Comuni italiani (ANCI), con l'Unione delle province italiane (UPI) o con le Autorità d'ambito al fine di garantire l'attuazione del principio di corresponsabilità gestionale tra produttori, utilizzatori e pubbliche amministrazioni”. Il vigente Accordo ANCI-CONAI è stato stipulato il 23 dicembre 2008 e ha una validità di cinque anni a decorrere dal 1° gennaio 2009.

⁹ Cfr. art. 7 del Regolamento consortile.

di per sé diritto a far parte del Consorzio: il fatto che COMIECO abbia consentito la partecipazione anche di tali soggetti sarebbe finalizzata a garantire una gestione trasparente e collaborativa (cfr. IC26, punto 151).

I produttori, per adempiere agli obblighi di riciclaggio e di recupero, possono, in alternativa alla partecipazione a COMIECO, utilizzare diversi strumenti:

i) *“organizzare autonomamente, anche in forma associata, la gestione dei propri rifiuti di imballaggio su tutto il territorio nazionale”*; ii) *“attestare sotto la propria responsabilità che è stato messo in atto un sistema di restituzione dei propri imballaggi [...]”* (cfr. art. 221, comma 3, TUA).

III. LE ATTIVITÀ ECONOMICHE INTERESSATE

13. Le attività interessate dal presente procedimento sono quelle della raccolta e riciclaggio dei rifiuti da imballaggio di origine cellulosa.

L'attività di raccolta si caratterizza per l'obbligo, in capo alla pubblica amministrazione – nello specifico in capo ai Comuni - di organizzare *“sistemi adeguati di raccolta differenziata in modo da permettere al consumatore di conferire al servizio pubblico rifiuti di imballaggio selezionati dai rifiuti domestici e da altri tipi di rifiuti di imballaggio”*¹⁰.

Nel 2008 sono state raccolte circa 2,945 milioni di tonnellate di rifiuti cartacei, corrispondenti al 74% dei prodotti immessi al consumo¹¹.

14. Al fine di finanziare l'attività di raccolta organizzata dai Comuni, il CONAI pone a carico dei suoi consorziati il contributo denominato Contributo Ambientale CONAI (“CAC”). Le somme incassate dal CONAI vengono quindi trasferite ai singoli Consorzi di filiera, per poi essere successivamente impiegate nel sostegno alle amministrazioni locali per i maggiori oneri della raccolta differenziata.

Per quanto qui rileva, nel 2008 le risorse economiche che COMIECO ha corrisposto ai Comuni per il finanziamento della raccolta differenziata sono state pari a 89,1 milioni di euro¹².

15. Il materiale proveniente dalla raccolta differenziata, precedentemente all'immissione nel ciclo produttivo delle cartiere come materia prima, viene sottoposto ad una prima lavorazione; a tale compito provvedono le piattaforme, specificamente indicate nelle convenzioni locali.

Una volta che il materiale è stato conferito alla piattaforma, e a seguito di una prima selezione, lo stesso è pronto per essere preso in carico dai soggetti a ciò legittimati dal COMIECO sulla base dei Contratti di mandato.

16. In questa fase si colloca l'attività direttamente interessata dal presente procedimento, ossia l'acquisizione di materiale cartaceo raccolto da parte dei soggetti che provvedono al riciclo dello stesso e alla successiva produzione di prodotti finiti cartacei e/o semilavorati.

Sul punto giova evidenziare come, sulla base di dati COMIECO, risulti che nel 2008 la materia prima generata dalla raccolta differenziata ha avuto un valore di mercato pari a 456 milioni di euro¹³.

¹⁰ Cfr. art. 222 del TUA.

¹¹ Fonte: 14° Rapporto Annuale COMIECO sulla raccolta e riciclo di carta e cartone per l'anno 2008.

¹² Fonte: 14° Rapporto Annuale COMIECO sulla raccolta e riciclo di carta e cartone per l'anno 2008.

¹³ Si tratta del valore attribuito ai rifiuti cartacei prodotti mediante raccolta differenziata, sulla base del prezzo del macero della tipologia 1.01 registrato presso la Camera di Commercio di Milano (Fonte: 14° Rapporto Annuale COMIECO cit.).

17. Dal punto di vista geografico, posto che le attività di COMIECO in merito all'organizzazione e disciplina delle diverse attività coinvolte nella filiera interessano l'intero territorio nazionale (a prescindere dallo specifico ambito di operatività delle singole imprese), i mercati interessati possono ritenersi di dimensioni nazionali.

IV. I MECCANISMI DI FUNZIONAMENTO DEL CONSORZIO

a) *Le previsioni del contratto di mandato*

18. Con la stipula del "contratto di mandato" – il cui schema è stato approvato con delibera adottata dal CdA di COMIECO il 14 aprile 2000 - le cartiere associate al COMIECO danno mandato al Consorzio di sottoscrivere, per loro conto, le convenzioni con le amministrazioni locali, impegnandosi a ritirare e riciclare il materiale cellulosico proveniente dalla raccolta differenziata sul suolo pubblico.

Sulla base dei mandati ricevuti, COMIECO stipula con i soggetti che effettuano la raccolta differenziata in regime di privativa comunale le "convenzioni locali", contratti che a loro volta disciplinano l'effettuazione della raccolta differenziata su suolo pubblico dei materiali cellulosici in un determinato ambito territoriale¹⁴. Le convenzioni locali identificano, tra l'altro, le c.d. "piattaforme", ossia i punti di consegna e prima lavorazione del materiale raccolto (*cf. infra*).

19. Con specifico riferimento al "corrispettivo di mandato", il contratto, così come deliberato dal CdA di COMIECO del 14 aprile 2000, prevede che la cartiera "*si obbliga a versare a Comieco a titolo di corrispettivo per il presente contratto di mandato l'importo pari all'incremento - calcolato su base mensile e tenuto conto delle diverse tipologie - del Valore del Materiale come di seguito determinato*", stabilito mensilmente in base alla quotazione del materiale cellulosico riportata dal Bollettino della Camera di Commercio di Milano¹⁵.

Inoltre, il contratto di mandato prevede che "*Comieco e l'Aderente convengono che quanto dovuto dall'Aderente a Comieco in forza del presente contratto di mandato possa essere finanziariamente compensato con quanto quest'ultimo dovrà versare all'Aderente a titolo di corrispettivo per i servizi da fornirsi ai sensi del Contratto*".

20. Va al riguardo rilevato che ogni cartiera associata COMIECO sostiene un determinato costo per il ritiro della carta dalla piattaforma. Tale costo potrebbe essere più alto (o più basso) della quotazione del macero secondo la Camera di Commercio di Milano.

Nel caso in cui il costo del ritiro sia inferiore rispetto al corrispettivo indicato nel contratto, la cartiera deve procedere a versare a COMIECO un corrispettivo volto a compensare tale differenza, posto che il servizio reso dalla cartiera a COMIECO - consistente nel ritiro del rifiuto dalla piattaforma - è stato inferiore al prezzo della materia prima acquisita attraverso COMIECO¹⁶.

¹⁴ Si ricorda che il decreto Ronchi prevede che COMIECO sia tenuto nei confronti di qualsiasi Comune italiano che ne faccia richiesta a garantire il ritiro del materiale cellulosico raccolto.

¹⁵ Il contratto di mandato chiarisce che deve prendersi a riferimento la quotazione del materiale cellulosico di tipologia "A2", nel caso in cui il materiale cellulosico proviene da raccolta differenziata congiunta, ovvero la quotazione del materiale della tipologia "A5", nel caso di materiale proveniente da raccolta differenziata selettiva. Si parla di raccolta selettiva (RS) quando la stessa è mirata ai soli imballaggi, con esclusione delle frazioni merceologiche similari (f.m.s.); diversamente, nel caso in cui la raccolta differenziata è mirata sia ad imballaggi che a f.m.s. si parla di raccolta congiunta (RC).

¹⁶ Viceversa, laddove il costo di ritiro per la cartiera dovesse essere superiore alla quotazione del macero, sarà COMIECO a versare alla cartiera un determinato importo: analogamente, la logica sottostante è quella per cui in questo caso la cartiera ha sostenuto costi di ritiro superiori al valore della materia prima acquisita attraverso COMIECO.

21. In merito alle modalità di assegnazione dei rifiuti cartacei alle cartiere, il contratto specifica che COMIECO “*definisce i quantitativi dei materiali a cui si riferiscono gli obblighi*” della cartiera associata¹⁷, ossia i quantitativi di materiale cartaceo raccolto spettanti alle singole cartiere. Queste ultime, si obbligano “*ad avviare al riciclaggio il quantitativo di materiale stabilito in conformità al Contratto*”.

b) Le modalità di ripartizione del macero tra gli associati

22. COMIECO ripartisce fra le cartiere associate il materiale cellulosico proveniente dalla raccolta effettuata nell’ambito delle convenzioni locali.

La procedura adottata, così come approvata dal CdA di COMIECO il 24 luglio 2002, prevede anzitutto che a ciascuna cartiera vengano attribuite delle quote determinate in misura proporzionale alla quantità di imballaggi e/o materiali di imballaggio immessa al consumo nel territorio nazionale¹⁸.

23. Le quote così determinate vengono a loro volta corrette in relazione agli utilizzi di macero che le singole cartiere dichiarano al BadaCom, un *database* creato contestualmente all’istituzione del Consorzio e al quale le imprese associate COMIECO sono tenute a fornire i propri dati.

Più precisamente, per ogni cartiera associata si procede al confronto tra le quote fin qui determinate – proporzionalmente alla quantità di imballaggi immessa al consumo - e l’utilizzo di macero dichiarato nell’anno precedente. Questo confronto può generare: i) *quantitativi disponibili*, laddove la quota assegnata alla singola cartiera è superiore al dato di utilizzo dichiarato (ossia alla sua capacità di riciclo); ii) *quantitativi di capacità*, laddove la capacità di riciclo della cartiera è superiore alla quota assegnata.

24. I quantitativi *sub i)* – ossia quelli resi disponibili dalle cartiere il cui dato di utilizzo è inferiore alla quota - vengono riallocati alle cartiere la cui capacità di riciclo eccede la rispettiva quota di macero assegnata; tale riallocazione viene determinata in proporzione alle capacità delle singole cartiere, rapportate alla capacità totale.

25. Le quote fin qui determinate vengono poi confrontate con le richieste avanzate dalle singole cartiere tramite il BadaCom e relative alla disponibilità a ricevere, in futuro, ulteriore materiale proveniente da raccolta differenziata. Da tale confronto si generano ulteriori quantitativi da riallocare sulla base delle richieste pervenute al Consorzio. Questo passaggio conduce alla determinazione finale, per ciascuna cartiera, delle quote di spettanza.

26. Una volta effettuata la determinazione dei quantitativi di pertinenza delle singole cartiere, si procede poi all’attribuzione, alle singole cartiere, delle convenzioni locali stipulate da COMIECO. A tal fine vengono in rilievo l’ubicazione della cartiera rispetto al bacino di raccolta e la logistica di trasporto della cartiera.

27. In questo contesto, giova altresì evidenziare il fatto che il CdA di COMIECO è prevalentemente composto da rappresentanti di alcune, ma non tutte, le cartiere aderenti; tali soggetti, pertanto, hanno accesso ad una serie di dati riguardanti cartiere loro concorrenti e partecipano attivamente alla determinazione delle quote di spettanza, proprie e dei concorrenti.

¹⁷ Cfr. art. 3.2 del Contratto di Mandato allegato al Verbale del CdA COMIECO del 14 aprile 2000, agli atti del fascicolo.

¹⁸ Si tratta di quote che identificano la misura degli obblighi di ritiro e riciclo cui ciascuna cartiera è tenuta nei confronti del Consorzio.

28. In merito a suddetta procedura, in data 24 dicembre 2008, COMIECO ha trasmesso il testo di una delibera consiliare, adottata il 6 novembre 2008, attraverso la quale il Consorzio avrebbe disposto di rendere trasparenti le informazioni concernenti la ripartizione del materiale proveniente dalla raccolta differenziata su suolo pubblico. In particolare, COMIECO ha reso accessibili a tutti i consorziati i dati relativi alle quote di spettanza, nonché quelli concernenti il materiale proveniente dalla raccolta differenziata effettuata in regime di privativa comunale, in base alle varie convenzioni locali stipulate sul territorio nazionale.

V. VALUTAZIONI

29. In via preliminare, si evidenzia che gli atti e le delibere di COMIECO, in quanto decisioni di associazione di imprese, costituiscono, ai sensi dell'art. 101 del TFUE, intese e, in quanto tali, sono suscettibili di esame ai sensi della disciplina a tutela della concorrenza.

In particolare, le intese in esame sono rappresentate dalla delibera adottata dal CdA di COMIECO il 14 aprile 2000, relativamente alle descritte previsioni del contratto di mandato, e dalla delibera adottata dal CdA di COMIECO il 24 luglio 2002, relativamente alla disciplina delle modalità di assegnazione dei rifiuti cartacei agli associati.

30. Si precisa che nessuna deroga al principio generale dell'applicazione delle norme a tutela della concorrenza, applicabile alle sole imprese *“incaricate della gestione di servizi di interesse economico generale”* e soltanto *“nei limiti in cui l'applicazione di tali norme non osti all'adempimento, in linea di diritto e di fatto, della specifica missione loro affidata”* (art. 106, comma 2, TFUE), è invocabile nel caso in esame. Peraltro, ci si limita a ricordare che nel caso di specie non potrebbe trovare applicazione neanche l'art. 8, comma 2, della legge n. 287/90, contenente una disciplina analoga a quella comunitaria succitata, in quanto, nel presente procedimento, per le ragioni di seguito esposte, le infrazioni contestate trovano fondamento giuridico nella disciplina comunitaria, esattamente nell'art. 101 TFUE.

31. Con riguardo alla non applicabilità dell'esenzione alle regole della concorrenza al caso di specie, si osserva che un'impresa è esentata, ai sensi dell'art. 106, comma 2, Trattato FUE, soltanto nei limiti in cui il rispetto delle norme a tutela della concorrenza vanifichi il perseguimento della specifica missione indicata dal legislatore. Tale valutazione, secondo la consolidata giurisprudenza comunitaria e nazionale, deve essere svolta in concreto ed essere finalizzata a verificare se la mancata osservanza delle disposizioni in materia di concorrenza sia giustificabile in quanto indispensabile per il raggiungimento delle finalità pubblicistiche indicate dalla legge. Non possono ritenersi sufficienti, pertanto, la previsione per legge del Consorzio, nonché il perseguimento da parte dello stesso della finalità pubblicistica di tutela dell'ambiente.

32. Nel contesto regolamentato relativo al caso in esame, inoltre, la disciplina del Consorzio, prevista non solo a livello legislativo ma anche nella sua attuazione (Statuto e Regolamento consortile), non appare imporre le specifiche condotte anticoncorrenziali di seguito indicate, in quanto si rileva che, nel caso in esame, il Consorzio ha detenuto e detiene un ampio margine di autonomia nel perseguimento del fine pubblico cui appare finalizzata la sua attività e soprattutto nella definizione degli aspetti disciplinati con le due delibere oggetto di contestazione.

In tal senso, l'art. 3, comma 8, dello Statuto COMIECO prevede che *“Nel perseguimento delle sue attività istituzionali il Consorzio si astiene da qualunque atto, attività o iniziativa suscettibile di*

impedire, restringere o falsare la concorrenza in ambito nazionale e comunitario, con particolare riferimento allo svolgimento di attività economiche e di operazioni di gestione dei rifiuti di imballaggio [a base cellulosica] regolarmente autorizzate ai sensi del Decreto Legislativo 5 febbraio 1997, n. 22, e successive modifiche [...]”.

33. La disciplina normativa relativa a COMIECO, e rilevante in relazione alle due delibere in esame, non imponendo una condotta anticoncorrenziale, non può dunque eventualmente rilevare come causa scriminante dell’infrazione alle regole della concorrenza. A tal proposito, occorre comunque ricordare che, secondo quanto disposto dalla Corte di Giustizia nella sentenza CIF¹⁹, una normativa nazionale che imponga o favorisca l’adozione di condotte anticoncorrenziali, pur potendo rilevare come scriminante per l’irrogazione della sanzione ai sensi della legge *antitrust*, non può essere invece considerata causa di giustificazione dell’anticoncorrenzialità della condotta, il cui accertamento rimane valutabile ai sensi degli art. 101 e 102 TFUE.

34. Sulla base degli elementi delineati nei paragrafi precedenti, le intese in esame appaiono suscettibili di determinare significative alterazioni della concorrenza nel mercato in esame in quanto, attraverso le citate delibere consortili, gli associati COMIECO hanno:

a) individuato un meccanismo di ripartizione dei rifiuti cartacei raccolti, in base al quale la quantità di rifiuti assegnata a ciascuna cartiera è proporzionale al quantitativo di imballaggi immesso al consumo l’anno precedente;

b) fissato il corrispettivo di mandato uniformemente a livello nazionale.

35. In merito alla condotta *sub a)* giova evidenziare come l’attuale modalità di assegnazione prevista da COMIECO preveda che il quantitativo di materiale cartaceo raccolto, assegnato al singolo associato, sia in ultima analisi determinato in misura proporzionale alla capacità produttiva del singolo operatore, così prestabilendo le quantità di rifiuti cartacei da assegnare a ciascuna cartiera.

Si noti che la correlazione tra la quota di rifiuti cartacei assegnata a ciascuna cartiera e il quantitativo di imballaggi immessi al consumo l’anno precedente incide significativamente sulla capacità di crescita delle imprese più dinamiche, potendone penalizzare lo sviluppo, con possibili effetti di “cristallizzazione” delle rispettive quote di mercato.

Sul punto si noti peraltro che, come evidenziato nell’Indagine conoscitiva, la materia prima proveniente dalla raccolta differenziata e fornita da COMIECO gioca un ruolo significativo in quanto l’Italia possiede un ridotto patrimonio forestale. Di conseguenza, la maggior parte delle cartiere italiane lavora con pasta di cellulosa importata e, soprattutto, carta da macero derivante dalla raccolta dei rifiuti cartacei (cfr. IC26, punto 147).

36. Infine, deve essere evidenziato come l’attuale meccanismo di allocazione della carta da macero raccolta appaia inefficiente nella misura in cui non consente alle cartiere di concorrere per l’acquisizione di materia prima.

Infatti, modalità competitive di assegnazione dei rifiuti cartacei potrebbero essere assicurate tramite l’utilizzo di meccanismi d’asta, i quali introdurrebbero importanti dinamiche concorrenziali tra le cartiere.

Queste ultime, in tal modo, non risulterebbero mere assegnatarie di quote già precostituite in ambito consortile, ma competerebbero per l’acquisizione di quantitativi di rifiuti cartacei, definiti

sulla base di autonome valutazioni imprenditoriali da ciascuna cartiera. Ciò con l'effetto di innescare meccanismi virtuosi suscettibili di premiare gli operatori più efficienti.

37. Quanto alla condotta *sub b)*, ossia la fissazione del corrispettivo di mandato, la medesima configura una grave violazione della concorrenza posto che il corrispettivo di mandato – per le descritte modalità di funzionamento – di fatto rappresenta il costo netto al quale le cartiere acquisiscono la materia prima cartacea, ossia il costo della materia prima acquisita al netto dei servizi resi a COMIECO per il ritiro dei rifiuti cartacei dal suolo pubblico. Pertanto, attraverso tale condotta, gli associati COMIECO fissano una variabile che dovrebbe invece essere rimessa alle sole dinamiche di mercato.

38. Inoltre, l'individuazione di un corrispettivo unico per tutte le cartiere associate è suscettibile di appiattare le eventuali efficienze ottenute da una di esse, atteso che, laddove una cartiera registrasse ridotti costi di ritiro del materiale presso la piattaforma, il meccanismo del corrispettivo unico è tale da "compensare" tale vantaggio competitivo attraverso la corresponsione a COMIECO di una differenza positiva.

39. In tale contesto, la previsione di un meccanismo sanzionatorio, di cui all'art. 5 dello Statuto e all'art. 12 del Regolamento consortile, è senza dubbio strumentale a garantire il rispetto delle delibere, aventi natura anticoncorrenziale, adottate dagli organi consortili. Tale meccanismo sanzionatorio svolge il ruolo di un efficace deterrente, per le cartiere associate, che risultano quindi significativamente disincentivate ad adottare comportamenti devianti rispetto a quanto disposto nelle citate delibere di COMIECO.

40. In conclusione, attraverso la fissazione in ambito consortile delle quote di rifiuti cartacei da assegnare alle cartiere e attraverso la determinazione del costo netto della materia prima, COMIECO si è sostituito alle dinamiche di mercato, che dovrebbero caratterizzare invece l'attività di acquisizione di una parte rilevante di materia prima²⁰.

41. Sulla base delle considerazioni esposte, le intese sopra descritte, consistenti in delibere di un'associazione di imprese, quale è COMIECO, integrano gli estremi di un'infrazione all'articolo 101, par. 1, del TFUE, in quanto volte ad alterare significativamente le dinamiche concorrenziali tra gli operatori attivi nel riciclaggio dei rifiuti da imballaggio cartacei provenienti dalla raccolta differenziata sul territorio nazionale.

RITENUTO che, in base a quanto sopra evidenziato, le deliberazioni assunte da COMIECO possano costituire intese volte a fissare i quantitativi di materiale cartaceo raccolto da conferire a ciascun associato nonché a fissare il costo netto di acquisto del materiale cartaceo;

RITENUTO che le intese considerate risultano riferirsi all'intero territorio nazionale che costituisce parte sostanziale del mercato comune e che le stesse sono quindi suscettibili di causare pregiudizio al commercio tra Stati membri;

RITENUTO, pertanto, che le condotte segnalate possano configurare intese restrittive della concorrenza ai sensi dell'art. 101 del TFUE;

¹⁹ Cfr. Corte di Giustizia, sentenza del 9 settembre 2003, Causa C-198/01, relativa ad una vicenda caratterizzata dalla presenza di un soggetto consortile obbligatoriamente costituito.

²⁰ Sul punto deve essere evidenziato come nel 2008 le materie prime utilizzate dall'industria cartaria italiana sono state macero (per il 49,2%), fibre vergini (per il 33,8%) e materie prime non fibrose (17,0%).

DELIBERA

- a) l'avvio dell'istruttoria ai sensi dell'articolo 14, della legge n. 287/90, nei confronti del Consorzio Nazionale Recupero e Riciclo degli Imballaggi a base Cellulosica – COMIECO per accertare l'esistenza di violazioni dell'articolo 101, par. 1, del TFUE;
- b) la fissazione del termine di giorni trenta decorrenti dalla notificazione del presente provvedimento per l'esercizio da parte dei legali rappresentanti delle parti del diritto di essere sentiti, precisando che la richiesta di audizione dovrà pervenire alla Direzione "Industria e Servizi" di questa Autorità almeno dieci giorni prima della scadenza del termine sopra indicato;
- d) che il responsabile del procedimento è il Dott. Emilio Asaro;
- e) che gli atti del procedimento possono essere presi in visione presso la Direzione "Industria e Servizi" della Direzione Generale per la Tutela della Concorrenza di questa Autorità dai rappresentanti legali delle parti, nonché da persona da essi delegata;
- f) che il procedimento deve concludersi entro il 26 maggio 2011.

Il presente provvedimento verrà notificato ai soggetti interessati e pubblicato nel Bollettino dell'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato.

IL SEGRETARIO GENERALE
Luigi Fiorentino

IL PRESIDENTE
Antonio Catricalà

OPERAZIONI DI CONCENTRAZIONE

C10445 - MAGNOLIA/2 BCOM

Provvedimento n. 20920

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 18 marzo 2010;

SENTITO il Relatore Dottor Antonio Pilati;

VISTA la legge 10 ottobre 1990, n. 287;

VISTO l'atto della società Magnolia S.p.A., pervenuto in data 21 gennaio 2010;

VISTA la richiesta di parere all'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni inviata in data 9 febbraio 2010, ai sensi dell'articolo 1, comma 6, lettera c), n. 11, della legge 31 luglio 1997, n. 249;

VISTO il parere dell'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni pervenuto in data 10 marzo 2010, ai sensi dell'articolo 1, comma 6, lettera c), n. 11, della legge 31 luglio 1997, n. 249;

CONSIDERATO quanto segue:

I. LE PARTI

MAGNOLIA S.p.A. (di seguito, Magnolia) è una società attiva nella produzione e realizzazione di programmi televisivi, in particolare di intrattenimento, nonché di servizi a valore aggiunto (VAS) di tipo digitale distribuiti attraverso piattaforme tecnologiche differenti.

Il capitale sociale di Magnolia è interamente detenuto dalla società di diritto francese Zodiak Entertainment S.a.s. a sua volta controllata, attraverso la società lussemburghese Nova Deuxième S.A., da De Agostini Communications S.p.A. Quest'ultima è controllata al 100% da De Agostini S.p.A. a sua volta soggetta al controllo esclusivo di B&D Holding di Marco Drago e C. S.a.p.a.

Nel 2008 il gruppo De Agostini S.p.A. (di seguito, gruppo De Agostini) ha realizzato un fatturato consolidato a livello mondiale pari a circa [4-5]¹ miliardi di euro, di cui circa [1-2] miliardi di euro per vendite effettuate in Italia.

2BCOM S.r.l. (di seguito, 2Bcom) sarà costituita ai fini della realizzazione dell'operazione in esame mediante il conferimento del ramo di azienda attualmente di proprietà della società denominata 2Bcom S.r.l. che modificherà la propria denominazione sociale in Qweed S.r.l.

Il ramo d'azienda che sarà conferito nella costituenda 2Bcom svolge attività di produzione di programmi televisivi legati al poker, che sono poi ceduti alle emittenti televisive per la diffusione al pubblico. Inoltre, il ramo d'azienda svolge, dal 2009 e in misura assolutamente marginale, attività di gestione del sito Internet dedicato al poker di proprietà della società Sky².

¹ Nella presente versione alcuni dati sono omessi, in quanto si sono ritenuti sussistenti elementi di riservatezza o di segretezza delle informazioni.

² In particolare, il ramo d'azienda si occupa della realizzazione dei contenuti del sito Internet, mentre l'attività di raccolta pubblicitaria on-line sul sito medesimo è svolta direttamente da Sky che ne percepisce i relativi proventi.

Il fatturato realizzato da 2Bcom nel 2008 per vendite effettuate in Italia è pari a circa [*inferiore a 1 milione di*] euro³.

II. DESCRIZIONE DELL'OPERAZIONE

L'operazione in esame prevede l'acquisizione, da parte di Magnolia, di una partecipazione di controllo pari all'80% del capitale sociale di una società di nuova costituzione (2Bcom S.r.l.) la quale sarà conferitaria del ramo d'azienda attualmente posseduto dalla società denominata 2Bcom S.r.l. che, ai fini dell'operazione, muterà il proprio nome in Qweed S.r.l.

Il restante capitale sociale della costituenda 2Bcom sarà posseduto per la quota del 10% dalla società Duduc S.r.l., controllata da una persona fisica, e per la restante quota del 10% dalla società Gaming World S.r.l., anch'essa controllata da una persona fisica.

La realizzazione dell'operazione in esame determinerà la detenzione, da parte di Magnolia, del controllo esclusivo di 2Bcom e dunque delle attività svolte dal ramo d'azienda che sarà conferito da Qweed alla costituenda 2Bcom. Tali attività riguardano la produzione e realizzazione di programmi e prodotti televisivi legati al poker. Attraverso tale operazione Magnolia intende ampliare e diversificare la propria offerta sul mercato.

Gli accordi prevedono, inoltre, un patto di non concorrenza ai sensi del quale Qweed si impegna, per tre anni, a non svolgere direttamente e indirettamente attività in concorrenza con l'attività del ramo d'azienda conferito a 2Bcom, a non assumere alle proprie dipendenze o di società controllate e a non avvalersi del dipendente trasferito. Gli impegni di non concorrenza sono assunti con riferimento al territorio dell'Italia, Repubblica di San Marino, Svizzera, Austria, Principato di Monaco e Slovenia.

La realizzazione dell'operazione comunicata è sospensivamente condizionata al rilascio del nulla osta dell'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato ai sensi della legge n. 287/90.

III. QUALIFICAZIONE DELL'OPERAZIONE

L'operazione comunicata, in quanto comporta l'acquisizione del controllo di un'impresa, costituisce una concentrazione ai sensi dell'articolo 5, comma 1, lettera *b*), della legge n. 287/90.

Essa rientra nell'ambito di applicazione della legge n. 287/90, non ricorrendo le condizioni di cui all'articolo 1 del Regolamento CE n. 139/04, ed è soggetta all'obbligo di comunicazione preventiva disposto dall'articolo 16, comma 1, della medesima legge, in quanto il fatturato totale realizzato in Italia dalle imprese interessate è stato superiore a 461 milioni di euro.

Con riferimento al patto di non concorrenza sottoscritto tra le parti e descritto nel paragrafo precedente, si ritiene che esso rivesta natura accessoria a condizione che lo stesso abbia una portata geografica limitata ai soli territori in cui il venditore operava, ovvero ai territori nei quali il venditore aveva pianificato di operare, attraverso il ramo d'azienda oggetto di cessione, prima della realizzazione della presente operazione⁴.

³ I dati di fatturato sono quelli relativi al fatturato imputabile al ramo d'azienda che sarà conferito nella costituenda 2Bcom.

⁴ Cfr. Comunicazione della Commissione sulle restrizioni direttamente connesse e necessarie alle operazioni di concentrazione (2005/C 56/03) pubblicata in GUCE del 5 marzo 2005. Cfr. paragrafo n. 22 della suddetta Comunicazione.

Sulla base dell'orientamento comunitario, inoltre, si considera che la durata di tre anni sia giustificata dal fatto che la pattuizione in esame è relativa anche al *know-how* posseduto dal ramo d'azienda oggetto di acquisizione.

IV. VALUTAZIONE DELL'OPERAZIONE

a) Il mercato rilevante

Il mercato su cui avrà effetto la presente concentrazione è quello della produzione/realizzazione di programmi televisivi, appartenenti, in particolare, al genere intrattenimento.

L'estensione geografica del mercato rilevante è nazionale, in considerazione dell'esistenza di barriere linguistiche e di differenze di gusto rilevabili tra i telespettatori di diverse aree geografiche.

b) Gli effetti dell'operazione oggetto di valutazione

Il mercato della produzione/realizzazione di programmi televisivi, appartenenti, in particolare, al genere intrattenimento è caratterizzato dalla presenza di numerosi operatori, anche di dimensioni medio-piccole. I principali concorrenti sono rappresentati dalle società Tao due S.r.l., Endemol Italia, Grundy Italia, Fascino Produzione Gestione Teatro S.r.l., Mediavivere S.r.l. che possiedono quote di mercato fino al 10%.

Nel mercato rilevante il Gruppo De Agostini attraverso Magnolia e Marathon Group S.a.s. detiene nel 2008 una quota di circa il [5-10%], mentre la società 2Bcom nel 2008 registra una quota di mercato pari a circa il [inferiore all'1%].

Il gruppo De Agostini non è presente nello specifico segmento in cui è attiva la società 2Bcom.

Alla luce delle caratteristiche del mercato rilevante, della posizione detenuta dalle Parti e, in particolare, dell'esiguità della quota di mercato posseduta dalla società della quale Magnolia intende acquisire il controllo esclusivo, si ritiene che l'operazione comunicata non dia luogo a modifiche significative delle condizioni concorrenziali del mercato in esame e, pertanto, non sia suscettibile di determinare la costituzione o il rafforzamento di una posizione dominante nel mercato della produzione/realizzazione di programmi televisivi appartenenti, in particolare, al genere intrattenimento.

V. IL PARERE DELL'AUTORITÀ PER LE GARANZIE NELLE COMUNICAZIONI

Con atto pervenuto in data 10 marzo 2010, ai sensi dell'articolo 1, comma 6, lettera c), n. 11, della legge 31 luglio 1997, n. 249, l'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, ha espresso parere favorevole allo schema di provvedimento dell'Autorità, in cui si rileva che la concentrazione in esame non è suscettibile di determinare, ai sensi dell'articolo 6, comma 1, della legge n. 287/90, la costituzione di una posizione dominante sul mercato interessato, tale da eliminare o ridurre in modo sostanziale e durevole la concorrenza.

RITENUTO, pertanto, in conformità al parere dell'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, che l'operazione in esame non determina, ai sensi dell'articolo 6, comma 1, della legge n. 287/90, la costituzione o il rafforzamento di una posizione dominante sul mercato interessato, tale da eliminare o ridurre in modo sostanziale e durevole la concorrenza;

RITENUTO, altresì che il patto di non concorrenza è accessorio all'operazione in esame nei soli limiti sopra descritti e che l'Autorità si riserva di valutare, laddove ne sussistano i presupposti, il suddetto patto ove si realizzi oltre la portata geografica indicata;

DELIBERA

di non avviare l'istruttoria di cui all'articolo 16, comma 4, della legge n. 287/90.

Le conclusioni di cui sopra saranno comunicate, ai sensi dell'articolo 16, comma 4, della legge n. 287/90, alle imprese interessate e al Ministro dello Sviluppo Economico.

Il presente provvedimento verrà pubblicato nel Bollettino dell'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato.

IL SEGRETARIO GENERALE

Luigi Fiorentino

IL PRESIDENTE

Antonio Catricalà

C10497 - BASF COATINGS SERVICE ITALY/RAMO DI AZIENDA DI CORRADO BACCETTI

Provvedimento n. 20922

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 18 marzo 2010;

SENTITO il Relatore Professor Piero Barucci;

VISTA la legge 10 ottobre 1990, n. 287;

VISTA la comunicazione della società Basf Coatings S.p.A., pervenuta in data 22 febbraio 2010;

CONSIDERATO quanto segue:

I. LE PARTI

BASF Coatings S.p.A. (di seguito, Basf), attiva nella produzione e commercializzazione di vernici, è controllata da Basf SE (di seguito, Bf), società quotata alla borsa di Francoforte ed a capo dell'omonimo Gruppo, attivo a livello mondiale nella produzione e vendita di prodotti chimici e petrolchimici e prodotti per l'agricoltura. In particolare, in Italia il Gruppo Basf è presente nei settori della chimica, delle vernici, dei poliuretani e dei prodotti per l'edilizia.

Bf nell'anno 2008 ha realizzato a livello mondiale un fatturato pari a circa 62 miliardi di euro, di cui circa 36 miliardi di euro realizzati in Europa e circa 4 miliardi di euro in Italia.

Oggetto dell'operazione è l'acquisizione del ramo di azienda di Corrado Baccetti S.r.l. (di seguito, CB) attivo nella distribuzione di vernici per carrozzeria.

CB è una società attiva nella commercializzazione di vernici ed attrezzature di carrozzeria, attualmente controllata da quattro persone fisiche. In particolare, CB è attualmente distributore di vernici Basf a marchio "Glasurit" solo in alcune province della Regione Toscana (in particolare, Firenze, Prato e Pistoia).

Il ramo di azienda oggetto di acquisizione, nel 2008, ha realizzato un fatturato pari a circa 5 milioni di euro, interamente in Italia.

II. DESCRIZIONE DELL'OPERAZIONE

L'operazione in esame ha ad oggetto l'acquisizione, da parte di Basf - tramite una società che sarà appositamente costituita e che sarà controllata in esclusiva da Basf denominata Basf Coatings Service Italy S.r.l.- del citato ramo di azienda di CB, relativo alla sola distribuzione di vernici per carrozzeria.

In base a quanto dichiarato dalle parti, l'operazione non prevede restrizioni accessorie, tenuto conto che CB proseguirà la sua attività in settori diversi da quelli interessati dalla presente operazione.

III. QUALIFICAZIONE DELL'OPERAZIONE

L'operazione comunicata, in quanto comporta l'acquisizione del controllo di parte di un'impresa, costituisce una concentrazione ai sensi dell'articolo 5, comma 1, lettera b), della legge n. 287/90.

Essa rientra nell'ambito di applicazione della legge n. 287/90, non ricorrendo le condizioni di cui all'articolo 1 del Regolamento CE n. 139/04, ed è soggetta all'obbligo di comunicazione preventiva disposto dall'articolo 16, comma 1, della medesima legge, in quanto il fatturato totale realizzato nell'ultimo esercizio a livello nazionale dall'insieme delle imprese interessate è stato superiore a 461 milioni di euro.

IV. VALUTAZIONE DELLA CONCENTRAZIONE

Da un punto di vista merceologico, in considerazione dell'attività del ramo di azienda oggetto di acquisizione, il settore interessato dall'operazione è quello della distribuzione dei prodotti coloranti e di vernici, specificatamente di vernici industriali¹. Le vernici industriali possono essere utilizzate in diversi settori di produzione, nel caso di specie il ramo di azienda oggetto di acquisizione è presente nella distribuzione di vernici per carrozzeria.

Si ritiene, tuttavia, che un'esatta definizione del mercato del prodotto interessato possa essere comunque lasciata aperta, dal momento che indipendentemente da ogni definizione adottata, anche nell'ipotesi di un mercato circoscritto alle sole vernici industriali per carrozzeria, la valutazione concorrenziale dell'operazione in esame comunque non muterebbe.

Sulla base delle informazioni fornite dalle Parti, la dimensione geografica del mercato relativo alla distribuzione di vernici industriali appare potersi ritenere al più nazionale. Anche sotto tale profilo, tuttavia, una esatta definizione dei confini geografici del mercato in esame non appare necessaria, tenuto conto che l'operazione non comporta modifiche sostanziali delle condizioni di concorrenza rispetto alla situazione precedente, in assenza di alcuna sovrapposizione orizzontale delle quote di mercato attribuibili alle parti.

Infatti, considerato che CB è attualmente distributore di vernici per carrozzeria Basf a marchio "Glasurit" in alcune province della Regione Toscana, la quota di mercato complessivamente riconducibile a Basf con riguardo ai prodotti considerati (pari a livello nazionale, a circa il 21%) già comprende la quota di mercato direttamente riferibile a CB, pari a circa il 2%.

RITENUTO, pertanto, che l'operazione in esame non determina, ai sensi dell'articolo 6, comma 1, della legge n. 287/90, la costituzione o il rafforzamento di una posizione dominante sul mercato interessato, tale da eliminare o ridurre in modo sostanziale e durevole la concorrenza;

DELIBERA

di non avviare l'istruttoria di cui all'articolo 16, comma 4, della legge n. 287/90.

Le conclusioni di cui sopra saranno comunicate, ai sensi dell'articolo 16, comma 4, della legge n. 287/90, alle imprese interessate e al Ministro dello Sviluppo Economico.

¹ Cfr. Provv. n. 5554 - C2946 - *BASF COATINGS/SALCHI*, in Boll. n. 50/97.

Il presente provvedimento verrà pubblicato nel Bollettino dell'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato.

IL SEGRETARIO GENERALE

Luigi Fiorentino

IL PRESIDENTE

Antonio Catricalà

C10498 - ITT/NOVA ANALYTICS*Provvedimento n. 20923*

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 18 marzo 2010;

SENTITO il Relatore Professore Carla Bedogni Rabitti;

VISTA la legge 10 ottobre 1990, n. 287;

VISTA la comunicazione della società ITT Corporation, pervenuta in data 23 febbraio 2010;

CONSIDERATO quanto segue:

LE PARTI

ITT Corporation (di seguito, ITT) è una società per azioni di diritto statunitense a capo dell'omonimo gruppo. ITT è attiva, direttamente ed attraverso le proprie società controllate, nella progettazione e produzione di un'ampia gamma di prodotti di ingegneria e nella fornitura di servizi legati a tali prodotti. ITT ha le seguenti tre divisioni aziendali: Defence Electronics & Services, Fluid Technology e Motion & Flow Control. In Italia ITT – attraverso le proprie società controllate – è attiva nella produzione e vendita di pompe industriali ed altri prodotti di ingegneria, e nella fornitura di servizi relativi a tali prodotti.

ITT è quotata alla borsa di New York. L'azionariato di ITT è diffuso tra il pubblico. Pertanto nessun soggetto è, singolarmente o congiuntamente ad altro soggetto, in grado di esercitare il controllo su ITT.

Nel 2008, il fatturato consolidato realizzato a livello mondiale dal gruppo ITT è stato di circa 8 miliardi di euro, di cui circa [1-2]¹ miliardi di euro realizzati nell'Unione Europea e circa [461-700] milioni di euro realizzati in Italia.

Nova Analytics Corporation (di seguito NAC) è una società di diritto statunitense e holding che non detiene, direttamente, alcun bene, non impiega personale, né esercita alcuna attività commerciale o genera alcun fatturato. NAC conduce le proprie attività attraverso le sue controllate.

Le società controllate da NAC sono attive nella produzione e vendita di una vasta gamma di strumenti di analisi, apparecchiature scientifiche e relativi componenti.

In particolare, queste progettano e producono, su scala mondiale, strumenti e accessori di analisi online, portatili e da laboratorio quali metri, sensori, elettrodi, analizzatori, stazioni di monitoraggio e relativi componenti, utilizzati per l'analisi ed il controllo delle caratteristiche di: (i) acque ed acque reflue; (ii) condizioni ambientali e climatiche; (iii) cibi e bevande; (iv) prodotti petrolchimici; (v) farmaci e prodotti farmaceutici; (vi) piattaforme petrolifere e per l'estrazione di gas, nonché per l'analisi e il controllo della portata di carico dei veicoli da costruzione (i.e. construction vehicle loading); e (vii) frequenza e identità dei cordoli per l'attraversamento di veicoli (i.e. vehicle crossing frequency and identity). Tale strumentazione è utilizzata nelle

¹ Nella presente versione alcuni dati sono omessi, in quanto si sono ritenuti sussistenti elementi di riservatezza o di segretezza delle informazioni.

seguenti tecnologie di misurazione: (i) elettrochimica; (ii) ottica; (iii) di umidità e temperatura; (iv) respirometrica; (v) viscosimetrica; (vi) polarimetrica; (vii) doppler; e (viii) di tensione e deformazione. I suddetti strumenti di analisi trovano applicazione nei processi industriali, come pure nel settore della ricerca e dagli enti pubblici.

L'intero capitale sociale di NAC è detenuto da Nova Holdings LLC (di seguito, NAH); quest'ultima ha pertanto il controllo esclusivo di NAC. Il capitale di NAH è, a sua volta, detenuto da circa venti entità, di cui nessuna è in grado di esercitare il controllo su NAH.

Nel 2008, il fatturato consolidato realizzato a livello mondiale da NAC è stato di circa [100-461] milioni di euro, di cui circa [46-100] milioni di euro realizzati nell'Unione Europea e circa [1-10] milioni di euro realizzati in Italia.

II. DESCRIZIONE DELL'OPERAZIONE

Ai sensi dello Stock Purchase Agreement (di seguito, S.p.A.), ITT intende acquisire l'intero capitale sociale di NAC.

Lo S.p.A. prevede una clausola di non concorrenza, in virtù della quale, per un periodo di tre anni dal perfezionamento dell'operazione, viene imposto il divieto a NAH, direttamente o indirettamente, anche per il tramite di persone fisiche (quali propri funzionari, direttori, dipendenti, consulenti, creditori e quant'altro), di intraprendere, partecipare o acquisire diritti o partecipazioni finanziarie in imprese attive nella progettazione, produzione e vendita di beni o servizi che potrebbero essere, direttamente o indirettamente, in concorrenza con le attività di NAC e delle sue controllate. Resta fermo, in ogni caso, il diritto per NAH di acquistare e detenere partecipazioni inferiori al 3% in società per azioni quotate alla borsa di New York o presso il Nasdaq, purchè la stessa non sia in alcun modo coinvolta nella gestione o amministrazione di tali società o delle società a queste collegate.

Inoltre, lo S.p.A. prevede che, per un periodo di tre anni dal perfezionamento dell'operazione, NAH si astenga – e faccia in modo che le sue controllate si astengano – dal porre in essere, anche indirettamente, pratiche di storno dei dipendenti di NAC.

III. QUALIFICAZIONE DELL'OPERAZIONE

L'operazione comunicata, in quanto comporta l'acquisizione del controllo di un'impresa, costituisce una concentrazione ai sensi dell'articolo 5, lettera *b*), della legge n. 287/90.

Essa rientra nell'ambito di applicazione della legge n. 287/90, non ricorrendo le condizioni di cui all'articolo 1 del Regolamento CE n. 139/04, ed è soggetta all'obbligo di comunicazione preventiva disposto dall'articolo 16, comma 1, della medesima legge, in quanto il fatturato totale realizzato nell'ultimo esercizio a livello nazionale dall'insieme delle imprese interessate è stato superiore a 461 milioni di euro.

Il patto di non concorrenza sottoscritto dalle parti e descritto nel paragrafo precedente può essere ritenuto direttamente connesso e necessario alla realizzazione dell'operazione di concentrazione in esame, in quanto funzionale alla salvaguardia del valore dell'impresa acquisita, a condizione che esso sia limitato geograficamente all'area d'attività dell'impresa acquisita e temporalmente ad un periodo di due anni relativamente ai mercati in cui ITT è già attiva e tre anni relativamente ai

mercati in cui invece ITT non lo sia². Quanto all'obbligo di non sollecitazione, questo può essere ritenuto direttamente connesso e necessario alla realizzazione dell'operazione di concentrazione in esame, in quanto funzionale alla salvaguardia del valore dell'impresa acquisita, a condizione che esso sia limitato temporalmente ad un periodo di due anni³.

IV. VALUTAZIONE DELLA CONCENTRAZIONE

I mercati del prodotto

In considerazione dell'attività svolta dalla società oggetto di acquisizione, i mercati interessati sono:

- (i) produzione e commercializzazione di strumenti per l'analisi e la misurazione della purezza dell'acqua⁴;
- (ii) attività di monitoraggio ambientale⁵;
- (iii) produzione e vendita di strumenti per l'analisi e controllo di processi industriali, eventualmente distinguibile in: (a) strumenti per la misurazione di livello, (b) strumenti per la analisi dei fluidi e (c) misuratori di flusso⁶.

I mercati geografici

La dimensione geografica dei mercati sub (i)⁷ e sub (iii)⁸ è sovranazionale, quantomeno europea, mentre la dimensione geografica del mercato sub (ii) è nazionale⁹.

Effetti dell'operazione

Nel mercato europeo della produzione e commercializzazione di strumenti per l'analisi e la misurazione della purezza dell'acqua, NAC detiene una quota pari al [5-10%] circa, mentre ITT detiene una quota inferiore all'1%.

Nel mercato nazionale del monitoraggio ambientale, NAC detiene una quota inferiore al 5%, mentre ITT non è attiva.

Infine, nel mercato europeo della produzione e vendita di strumenti per l'analisi e controllo di processi industriali, così come nei segmenti in cui esso è scomponibile, NAC detiene quote inferiori al 5%, mentre ITT non è attiva.

In tali mercati sono presenti numerosi e qualificati concorrenti.

In virtù di quanto considerato, si ritiene che nei mercati di riferimento l'operazione non avrà effetti pregiudizievoli per la concorrenza, non determinando modifiche sostanziali nella struttura concorrenziale degli stessi.

RITENUTO, pertanto, che l'operazione in esame non determina, ai sensi dell'articolo 6, comma 1, della legge n. 287/90, la costituzione o il rafforzamento di una posizione dominante sui mercati interessati, tale da eliminare o ridurre in modo sostanziale e durevole la concorrenza;

² Comunicazione della Commissione sulle restrizioni direttamente connesse e necessarie alle operazioni di concentrazione (2005/C 56/03) pubblicata in GUCE del 5 marzo 2005.

³ Ibidem.

⁴ Cfr. provv. dell'Autorità n. 14000 del 27 gennaio 2005, C6874-General Electric/Ionics.

⁵ Cfr. provv. dell'Autorità n. 9751 del 12 luglio 2001, C4610-Sartec Saras Technologie/Rancon Instruments.

⁶ Cfr. provv. dell'Autorità n. 14586 del 4 agosto 2005, C7162-Emerson Electric/Solartron-Solartron Group.

⁷ Cfr. provv. dell'Autorità n. 14000 del 27 gennaio 2005, C6874-General Electric/Ionics.

⁸ Cfr. provv. dell'Autorità n. 14586 del 4 agosto 2005, C7162-Emerson Electric/Solartron-Solartron Group.

RITENUTO, altresì, che gli obblighi di non concorrenza e di non sollecitazione intercorsi tra le parti sono accessori alla presente operazione nei soli limiti sopra descritti e che l'Autorità si riserva di valutare, laddove ne sussistano i presupposti, i suddetti patti che si realizzino oltre i limiti ivi indicati;

DELIBERA

di non avviare l'istruttoria di cui all'articolo 16, comma 4, della legge n. 287/90.

Le conclusioni di cui sopra saranno comunicate, ai sensi dell'articolo 16, comma 4, della legge n. 287/90, alle imprese interessate e al Ministro dello Sviluppo Economico.

Il presente provvedimento verrà pubblicato nel Bollettino dell'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato.

IL SEGRETARIO GENERALE

Luigi Fiorentino

IL PRESIDENTE

Antonio Catricalà

⁹ Cfr. provv. dell'Autorità n. 9751 del 12 luglio 2001, C4610-Sartec Saras Technologie/Rancon Instruments.

C10500 - DEDAGROUP/ECOS

Provvedimento n. 20925

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 18 marzo 2010;

SENTITO il Relatore Professor Piero Barucci;

VISTA la legge 10 ottobre 1990, n. 287;

VISTA la comunicazione della società Dedagroup S.p.A., pervenuta in data 23 febbraio 2010;

CONSIDERATO quanto segue:

I. LE PARTI

Dedagroup S.p.A. (di seguito, Dedagroup), precedentemente denominata Deltadator S.p.A., è una società principalmente attiva nella fornitura di servizi informatici e, in particolare, nell'installazione e manutenzione di prodotti hardware e software.

Dedagroup è indirettamente controllata da Lillo S.p.A., società attiva nel settore alimentare, con punti vendita al dettaglio e sedi distributive sparse su tutto il territorio nazionale. Lillo S.p.A., attraverso la controllata Elma S.p.A., opera altresì nel settore immobiliare e nel settore dell'edilizia abitativa.

Nel 2008, il gruppo facente capo a Lillo S.p.A. ha realizzato, interamente in Italia, un fatturato consolidato di circa 553 milioni di euro.

Ecos S.r.l. (di seguito, Ecos) è una società italiana che si occupa di Business Intelligence, sviluppo di progetti di pianificazione e controllo, progettazione Data Warehouse, sviluppo applicazioni per il supporto alle decisioni, Bilance Scorecard, realizzazione di siti internet, formazione, sviluppo software su piattaforme *web* e tradizionali.

Il controllo di Ecos, la quale non controlla alcuna società operante nei mercati interessati, è riconducibile a due persone fisiche (di seguito, i venditori).

Nel corso del 2008, Ecos ha conseguito complessivamente un fatturato pari a circa 828.000 euro, di cui 802.000 euro realizzati sul territorio nazionale.

II. DESCRIZIONE DELL'OPERAZIONE

L'operazione in esame prevede l'acquisizione, da parte di Dedagroup, del controllo esclusivo di Ecos; in particolare, l'operazione si realizzerà mediante l'acquisto di una partecipazione pari al 51% del capitale sociale¹.

Le previsioni parasociali contenute nel contratto prevedono che per la durata del contratto venga garantita a Dedagroup la nomina nel consiglio di amministrazione della società dei tre quinti dei suoi membri, tra cui il Presidente. Tali previsioni conferiscono il controllo esclusivo della società a Dedagroup.

¹ Si fa presente che il contratto preliminare di trasferimento delle quote prevede a favore di Dedagroup un diritto di opzione sull'acquisto della restante partecipazione del 49% del capitale sociale di Ecos, da esercitarsi a partire dal 31.12.2010 fino al 31.12.2013.

L'operazione prevede inoltre un patto di non concorrenza, in base al quale i venditori si impegnano, per un periodo non specificato e relativamente sia al territorio nazionale che europeo, a non svolgere, direttamente o indirettamente, attività imprenditoriali o di collaborazione professionale che possano configurarsi quali attività in concorrenza con Dedagroup e con Ecos.

III. QUALIFICAZIONE DELL'OPERAZIONE

L'operazione comunicata, in quanto comporta l'acquisizione del controllo di un'impresa, costituisce una concentrazione ai sensi dell'articolo 5, comma 1 lettera b), della legge n. 287/90.

Essa rientra nell'ambito di applicazione della legge n. 287/90 non ricorrendo le condizioni di cui all'articolo 1 del Regolamento CE 139/04, ed è soggetta all'obbligo di comunicazione preventiva disposto dall'articolo 16, comma 1, della medesima legge in quanto il fatturato totale realizzato, nell'ultimo esercizio a livello nazionale, dall'insieme delle imprese interessate è stato superiore a 461 milioni di euro.

Il patto di non concorrenza descritto in precedenza può essere qualificato come accessorio alla concentrazione comunicata nella misura in cui contenga restrizioni direttamente connesse alla realizzazione dell'operazione e ad essa necessarie². Nel caso di specie gli impegni assunti dai venditori vanno a beneficio dell'acquirente e rispondono all'esigenza di garantire a quest'ultimo il trasferimento dell'effettivo valore dell'acquisizione. Tuttavia, per non travalicare i limiti di quanto ragionevolmente richiesto allo scopo, è necessario che la portata materiale del patto sia limitata all'ambito merceologico in cui è attiva Ecos, che la durata sia limitata ad un periodo massimo di due anni, essendo l'acquirente già attivo nei mercati rilevanti, e che la portata geografica non ecceda l'attuale ambito di operatività della società oggetto di acquisizione.

IV. VALUTAZIONE DELLA CONCENTRAZIONE

Il mercato del prodotto

Da un punto di vista merceologico, il settore interessato dall'operazione in esame è quello dei servizi di c.d. Information Technology (IT), il quale, in conformità con la giurisprudenza comunitaria³ e nazionale⁴, comprende sette categorie di servizi: 1) IT management; 2) business management; 3) sviluppo e integrazione di software; 4) consulenza; 5) manutenzione software; 6) manutenzione hardware; 7) istruzione e addestramento. Tali segmenti, a loro volta, sono ulteriormente segmentabili in gruppi di servizi.

L'operazione concerne, in particolare, l'offerta di servizi di sviluppo e integrazione di software e l'offerta di servizi di consulenza, in cui sono attive sia l'impresa oggetto di acquisizione sia l'impresa acquirente.

Per quanto concerne la definizione del mercato rilevante sotto il profilo merceologico, deve evidenziarsi che tale definizione non risulta agevole, in considerazione della rapida evoluzione tecnologica e del fatto che le imprese presenti su tali mercati tendono ad offrire una molteplicità di

² Si veda, al riguardo, la Comunicazione della Commissione sulle restrizioni direttamente connesse e necessarie alle concentrazioni (G.U.C.E. 2005/C-56/03 del 5 marzo 2005).

³ Si vedano, ad esempio, Hewlett Packar/Triaton, caso COMP/M.3398, decisione del 26 marzo 2004; IBM/PwC Consulting, caso COMP/M.2946, decisione del 23 settembre 2002.

⁴ Provv. AGCM del 12 Luglio 2007, caso C8625, Eutelia/Eunics, pubbl. in Boll. n. 28/2007.

servizi, adattando la propria offerta alla stessa evoluzione tecnologica, alla domanda e alle esigenze della clientela.

Tuttavia, nel caso di specie, non è necessario definire se ciascuna delle categorie di servizi sopra evidenziate costituisca un mercato distinto o solo un segmento del più ampio mercato dei servizi di IT dal momento che l'impatto sulla concorrenza dell'operazione è comunque modesto a prescindere dalla definizione prescelta.

Il mercato geografico

Per quel che riguarda la rilevanza geografica, i mercati relativi al settore dell'IT, in conformità alla giurisprudenza nazionale⁵, appaiono presentare dimensione nazionale, in considerazione della specificità della domanda della suddetta tipologia di servizi e prodotti, che vede omogenee condizioni concorrenziali sul mercato italiano, e dell'assenza di significative importazioni di servizi di IT.

Peraltro, come evidenziato dalla giurisprudenza comunitaria⁶, tali mercati tendono verso l'internazionalizzazione dal lato sia della domanda sia dell'offerta, considerato che: a) i fornitori offrono i propri servizi su base sovranazionale; b) la natura e la qualità dei servizi non differisce da un Paese all'altro; c) i lavoratori del settore sono caratterizzati da un'elevata mobilità; d) l'inglese è utilizzato come lingua comune per tutte le applicazioni IT.

In ogni caso, ai fini della valutazione della presente operazione non è necessario procedere ad un'esatta definizione del mercato geografico rilevante, in quanto, qualunque sia la definizione di mercato geografico adottata, anche nell'ipotesi più restrittiva, la valutazione dell'impatto concorrenziale dell'operazione non muterebbe.

Effetti dell'operazione

Nel mercato italiano dei servizi informatici, Dedagroup detiene una quota inferiore all'1% ed Ecos una quota largamente inferiore all'1%. Anche con specifico riguardo al mercato italiano dei servizi di sviluppo e integrazione di software, Dedagroup detiene una quota inferiore all'1%, analogamente ad Ecos che detiene una quota anche più contenuta. Infine, nel mercato italiano dei servizi di consulenza, Dedagroup detiene una quota pari a circa l'1%, mentre ad Ecos è attribuibile una quota di gran lunga inferiore.

Inoltre, si osserva che il mercato in esame risulta caratterizzato dalla presenza di numerosi e qualificati concorrenti, quali IBM, Accenture, Hewlett-Packard e Engineering, che detengono quote di mercato di gran lunga superiori, nonché dall'assenza di significative barriere all'ingresso (dati i particolari tassi di dinamicità e innovazione che caratterizzano il settore dell'IT).

Pertanto, alla luce delle considerazioni che precedono, la concentrazione in esame non appare idonea a modificare significativamente le dinamiche concorrenziali nel mercato rilevante.

RITENUTO, pertanto, che l'operazione in esame non comporta, ai sensi dell'articolo 6, comma 1, della legge n. 287/90, la costituzione o il rafforzamento di una posizione dominante nei mercati interessati, tale da eliminare o ridurre in modo sostanziale e durevole la concorrenza;

⁵ Si veda, Provv. AGCM del 22 giugno 2005, casi C7084, Fiat/Ramo di Azienda di IBM Italia, e C7083, Fiat/Rami di azienda di Global Value Services.

⁶ Se vedano, Decisione della Commissione n. COMP/M.2478 IBM Italia/Business Solutions/JV, del 29 giugno 2001 e n. COMP/M.2609 HP/Compaq, del 31 gennaio 2002.

RITENUTO, altresì, che il patto di non concorrenza è accessorio alla presente operazione nei soli limiti sopra precisati, e che l'Autorità si riserva di valutare, laddove ne sussistano i presupposti, tale patto nella misura in cui si realizzi oltre la durata e la portata materiale e geografica ivi indicate;

DELIBERA

di non avviare l'istruttoria di cui all'articolo 16, comma 4, della legge n. 287/90.

Le conclusioni di cui sopra saranno comunicate, ai sensi dell'articolo 16, comma 4, della legge n. 287/90, alle imprese interessate e al Ministro dello Sviluppo Economico.

Il presente provvedimento verrà pubblicato nel Bollettino dell'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato.

IL SEGRETARIO GENERALE

Luigi Fiorentino

IL PRESIDENTE

Antonio Catricalà

C10503 - LOTTOMATICA SCOMMESSE/RAMO DI AZIENDA DI IMPRESA INDIVIDUALE

Provvedimento n. 20927

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 18 marzo 2010;

SENTITO il Relatore Professor Piero Barucci;

VISTA la legge 10 ottobre 1990, n. 287;

VISTA la comunicazione della società Lottomatica Scommesse S.r.l., pervenuta in data 25 febbraio 2010;

CONSIDERATO quanto segue:

I. LE PARTI

Lottomatica Scommesse S.r.l. (di seguito, Lottomatica Scommesse) è una società di diritto italiano che svolge attività derivanti dalle concessioni per l'affidamento dell'esercizio di giochi pubblici, anche attraverso la raccolta a distanza (*on line*, o telematica, o da remoto) delle puntate, ossia via *internet*, telefono, televisione.

Il capitale sociale di Lottomatica Scommesse è interamente riconducibile a Lottomatica S.p.A., a sua volta soggetta al controllo della società De Agostini S.p.A..

Il gruppo Lottomatica opera, in Italia e all'estero, nel mercato dei giochi e delle scommesse (oltre che nel campo dei servizi automatizzati rivolti a persone fisiche e giuridiche); in particolare, in Italia organizza e gestisce, sulla base di titoli autorizzatori pubblici, diversi giochi, su base esclusiva (lotto e lotterie sia istantanee che tradizionali) e non (concorsi pronostici, scommesse a totalizzatore e a quota fissa, apparecchi *new slot machines* con vincita in denaro).

Il fatturato complessivamente conseguito dal gruppo De Agostini nell'esercizio 2008 è stato pari a 4,1 miliardi di euro, di cui 1,5 miliardi di euro per vendite realizzate in Italia.

Oggetto di acquisizione è un ramo d'azienda di proprietà dell'Impresa Individuale Carlo Ruso, consistente in una concessione per la raccolta di scommesse sportive.

II. DESCRIZIONE DELL'OPERAZIONE

L'operazione in esame ha ad oggetto l'acquisizione da parte di Lottomatica Scommesse del ramo d'azienda sopra descritto. L'attività di raccolta di scommesse è esercitata attraverso un punto vendita sito nel Comune di Siderno (RC).

III. QUALIFICAZIONE DELL'OPERAZIONE

L'operazione comunicata, in quanto comporta l'acquisizione del controllo di parte di un'impresa, costituisce una concentrazione ai sensi dell'articolo 5, comma 1, lettera *b*), della legge n. 287/90.

Essa rientra nell'ambito di applicazione della legge n. 287/90, non ricorrendo le condizioni di cui all'articolo 1 del Regolamento CE 139/04, ed è soggetta all'obbligo di comunicazione preventiva disposto dall'articolo 16, comma 1, della medesima legge in quanto il fatturato totale realizzato,

nell'ultimo esercizio a livello nazionale, dall'insieme delle imprese interessate è stato superiore a 461 milioni di euro.

IV. VALUTAZIONE DELLA CONCENTRAZIONE

L'operazione in esame riguarda il mercato della raccolta di giochi e scommesse. Questi ultimi sono stati ritenuti appartenere al medesimo mercato in ragione delle caratteristiche dei prodotti, dell'elasticità della domanda e della sostituibilità sul versante dell'offerta. Le diverse tipologie di giochi e scommesse esistenti, infatti, si presentano allo scommettitore come variazioni del medesimo servizio che, pur dotate di specificità, si dispongono sostanzialmente in un "*continuum*", al quale risulta impossibile applicare rigide compartimentazioni¹.

Sotto il profilo geografico, il mercato dei giochi e delle scommesse, sulla scorta dei precedenti dell'Autorità, ha dimensione nazionale, in ragione della omogeneità delle condizioni di concorrenza dal lato dell'offerta, in particolare per quanto attiene all'ambito di validità territoriale dei titoli concessori, valido anche per il gioco a distanza che, in base alla regolamentazione di AAMS, può essere offerto dai concessionari solo ai residenti in Italia.

Nel 2008 i giochi pubblici hanno fatto registrare in Italia una raccolta pari a circa 47,5 miliardi di euro, con un incremento significativo rispetto all'anno precedente. Con particolare riferimento alla raccolta di scommesse ippiche e sportive, nel corso del 2008 il valore complessivo è ammontato a circa 6,3 miliardi di euro².

In tale contesto, sul mercato nazionale dei giochi e delle scommesse Lottomatica attualmente detiene una quota in valore pari al 41,2% circa, mentre al ramo d'azienda oggetto di acquisizione è attribuibile una quota del tutto trascurabile; sullo stesso mercato sono presenti operatori di grandi dimensioni come Sisal, con l'11,6% circa, e SNAI, presente con il 10,3%, mentre il rimanente 37% circa è suddiviso tra numerosi altri operatori nazionali ed internazionali attivi in Italia.

Con specifico riferimento alla raccolta di scommesse ippiche e sportive, Lottomatica attualmente detiene una quota pari a circa il 12%³, mentre la quota attribuibile alla concessione oggetto di acquisizione è trascurabile.

Con riguardo ai canali distributivi, tale mercato è interessato da significative modifiche, per effetto delle disposizioni di cui all'articolo 38 del decreto legge n. 223/06, convertito dalla legge n. 248/06 (c.d. decreto Bersani), che prevedono, in particolare, l'ampliamento dell'attuale rete di raccolta di scommesse ippiche e sportive. Sulla base di tale previsione normativa, l'Amministrazione Autonoma dei Monopoli di Stato (AAMS) ha bandito nel corso del 2006 procedure per l'affidamento in concessione (per la durata di 9 anni) dell'attività di raccolta di "gioco pubblico su base ippica e sportiva".

Relativamente alla sola attività distributiva il mercato interessato dalle operazioni potrebbe avere un'estensione locale, non superiore comunque all'ambito provinciale di appartenenza del punto vendita interessato. Tale ipotesi è motivata dalla considerazione delle esigenze di prossimità che legano il cliente scommettitore al punto fisico dove materialmente effettuare la giocata.

¹ Cfr., da ultimo, C9208, in Boll. 11/08 e i provvedimenti e le sentenze ivi richiamati. Questa posizione è stata confermata anche in occasione di attività di segnalazione (AS403, in Boll. 25/07), laddove si evidenzia come l'Autorità abbia già provveduto a ricostruire i rapporti di sostituibilità dei giochi e delle scommesse sia dal lato della domanda che da quello dell'offerta, giungendo alla conclusione che i giochi e le scommesse appartengono ad un unico mercato del prodotto.

² Dati forniti dalla parte notificante.

Con riferimento al caso in esame, la provincia interessata è quella di Reggio Calabria, posto che nella stessa ha sede il punto di raccolta di scommesse inerente le concessioni nella titolarità dell'Impresa Individuale Carlo Ruso.

La seguente tabella mostra gli effetti dell'operazione in funzione del numero di punti vendita detenuti dalle parti rispetto al totale di punti vendita presenti nella provincia di Reggio Calabria:

Punti vendita Lottomatica	Punti vendita Impresa Individuale Carlo Ruso	Punti raccolta complessivi	Quota di Lottomatica a seguito dell'operazione	Variazione percentuale quota di Lottomatica
28	1	152	19,08%	< 1%

Dalla tabella che precede emerge come nell'unica provincia interessata Lottomatica incrementerà il suo numero di punti vendita in maniera del tutto marginale rispetto al totale dei punti vendita complessivamente presenti nella stessa provincia.

Pertanto, considerata la ridotta quota di mercato attribuibile al ramo d'azienda oggetto di acquisizione a livello nazionale, nonché il trascurabile impatto dell'operazione a livello locale, l'operazione in esame non appare idonea ad alterare significativamente le condizioni concorrenziali attualmente esistenti né sul mercato nazionale dei giochi e delle scommesse né nella provincia interessata.

RITENUTO, pertanto, che l'operazione in esame non determina la costituzione o il rafforzamento di una posizione dominante sul mercato interessato, tale da eliminare o ridurre in modo sostanziale e durevole la concorrenza;

DELIBERA

di non avviare l'istruttoria di cui all'articolo 16, comma 4, della legge n. 287/90.

Le conclusioni di cui sopra saranno comunicate, ai sensi dell'articolo 16, comma 4, della legge n. 287/90, alle imprese interessate e al Ministro dello Sviluppo Economico.

Il presente provvedimento verrà pubblicato nel Bollettino dell'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato.

IL SEGRETARIO GENERALE
Luigi Fiorentino

IL PRESIDENTE
Antonio Catricalà

³ Tale quota include anche i concorsi pronostici e la raccolta delle scommesse a distanza (c.d. scommesse *on line*).

C10504 - ZARA ITALIA/RAMO DI AZIENDA DI GESTIONI COMMERCIALI*Provvedimento n. 20928*

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 18 marzo 2010;

SENTITO il Relatore Professor Piero Barucci;

VISTA la legge 10 ottobre 1990, n. 287;

VISTA la comunicazione della società Zara Italia S.r.l., pervenuta in data 25 febbraio 2010;

CONSIDERATO quanto segue:

I. LE PARTI

Zara Italia S.r.l. (di seguito, Zara Italia) è una società attiva nella commercializzazione e distribuzione di capi di abbigliamento femminili, maschili e per bambino, di genere sia formale sia informale, *casual*, sportivo e c.d. *street wear*, abbigliamento intimo nonché di articoli ed accessori per l'abbigliamento, inclusi complementi per l'abbigliamento, la casa ed il tempo libero, calzature, cosmetici, occhiali, orologi, borse ed ombrelli, contraddistinti dal marchio Zara di proprietà del gruppo Inditex.

La commercializzazione e la vendita dei prodotti per l'abbigliamento e degli accessori avviene per il tramite di esercizi commerciali ad insegna "Zara", tutti di proprietà, specializzati nella vendita dei summenzionati prodotti.

Zara Italia è una società interamente controllata dalla società di diritto spagnolo Inditex S.p.A., holding dell'omonimo gruppo spagnolo (di seguito, gruppo Inditex), quotata alla Borsa di Madrid.

Nel 2008, il gruppo Inditex ha realizzato a livello mondiale un fatturato consolidato di circa [10-20]¹ miliardi di euro, di cui circa [8-9] miliardi di euro nell'Unione Europea e circa [700-1.000] milioni di euro in Italia.

Oggetto dell'operazione è l'affitto di un ramo di azienda della società Gestioni Commerciali S.r.l., costituito da un esercizio commerciale, ubicato all'interno dei locali siti, in un complesso di recente ampliamento, nel Parco Commerciale attiguo al Centro Commerciale "MaxiMall", in Pontecagnano Faiano (SA) - località Scontrafata, dotato di autorizzazione amministrativa per la vendita al dettaglio di articoli di abbigliamento e accessori.

Gestioni Commerciali S.r.l. è una società principalmente attiva nella costruzione, valorizzazione, promozione e gestione di esercizi commerciali di diverso tipo nonché nella realizzazione di centri commerciali e nel successivo affitto, locazione o vendita a terzi delle unità facenti parte dei centri commerciali stessi.

Non sono disponibili i dati di fatturato del ramo d'azienda oggetto dell'operazione atteso che lo stesso risulta ancora inattivo.

¹ Nella presente versione alcuni dati sono omessi, in quanto si sono ritenuti sussistenti elementi di riservatezza o di segretezza delle informazioni.

II. DESCRIZIONE DELL'OPERAZIONE

L'operazione in esame ha ad oggetto l'affitto, da parte di Zara Italia, per un periodo di dodici anni, del ramo di azienda di cui sopra, composto dai diritti di detenzione e godimento dei locali, degli impianti, delle attrezzature e dei componenti dell'arredo ivi presenti nonché delle parti comuni del Centro Commerciale e dall'autorizzazione amministrativa per l'esercizio dell'attività di vendita al dettaglio dei prodotti rientranti nella categoria "non alimentare".

L'operazione in esame è volta a far ottenere a Zara Italia l'ampliamento della propria filiera distributiva mediante l'acquisizione di un nuovo spazio commerciale per la vendita dei propri prodotti a marchio "ZARA".

III. QUALIFICAZIONE DELL'OPERAZIONE

L'operazione comunicata, in quanto comporta l'acquisizione del controllo di parte di un'impresa, costituisce una concentrazione ai sensi dell'articolo 5, comma 1, lettera *b*), della legge n. 287/90.

Essa rientra nell'ambito di applicazione della legge n. 287/90, non ricorrendo le condizioni di cui all'articolo 1 del Regolamento CE n. 139/04, ed è soggetta all'obbligo di comunicazione preventiva disposto dall'articolo 16, comma 1, della medesima legge, in quanto il fatturato totale realizzato nell'ultimo esercizio a livello nazionale dall'insieme delle imprese interessate è stato superiore a 461 milioni di euro.

IV. VALUTAZIONE DELLA CONCENTRAZIONE

Il mercato del prodotto

Il settore interessato dalla presente operazione è quello della distribuzione al dettaglio di capi di abbigliamento e dei relativi accessori. In Italia la distribuzione dei capi d'abbigliamento e degli accessori avviene attraverso due canali principali: i negozi tradizionali, spesso specializzati per tipologie di prodotto, e la distribuzione moderna. La distribuzione moderna si distingue da quella tradizionale al dettaglio innanzitutto per il servizio offerto al cliente: nei punti vendita della distribuzione moderna prevale infatti il libero servizio, mentre nei negozi tradizionali la vendita assistita. Inoltre la distribuzione moderna si caratterizza, dal punto di vista della tipologia dei punti vendita, per la grande superficie di questi ultimi e per la presenza di reparti dedicati a differenti categorie di prodotti (abbigliamento uomo, donna, bambino, abbigliamento intimo), mentre i punti vendita tradizionali sono spesso specializzati in una gamma ristretta di prodotti.

Deve, tuttavia, osservarsi che i punti vendita di abbigliamento sono, ormai in misura significativa, negozi specializzati nella vendita di un unico marchio, i cosiddetti negozi "monomarca" (ad esempio Max Mara, Stefanel, Replay, Mariella Burani, Max & Co.), dove prevale il libero servizio, che permette al consumatore di scegliere autonomamente, ma allo stesso tempo viene assicurata, qualora venga richiesta, la vendita assistita tipica dei negozi tradizionali. E' necessario, inoltre, evidenziare come la disponibilità in un unico punto vendita di tutte le tipologie di prodotto non rivesta un'importanza determinante, in quanto i capi di abbigliamento e gli accessori, sono beni durevoli, di valore unitario elevato, che soddisfano vari bisogni: quello primario di vestirsi, ma anche un insieme complesso di altre necessità legate all'immagine individuale e sociale di una

persona. Il consumatore è, dunque, disposto a visitare diversi negozi, comparandone le offerte in termini di qualità, prezzo e gusto, nonché a ripetere la ricerca per ogni articolo di cui ha bisogno. Sulla base di queste considerazioni, si ritiene, dunque, che la distribuzione moderna e i negozi tradizionali facciano parte del medesimo mercato.

Il mercato geografico

Dal punto di vista geografico, il mercato del prodotto ha dimensione locale. L'esatta delimitazione della dimensione geografica deve essere effettuata caso per caso sulla base della dimensione dei bacini di utenza dei singoli punti vendita delle imprese interessate e del loro livello di sovrapposizione.

Pertanto, il mercato geografico rilevante ai fini della presente operazione può essere considerato di dimensioni provinciali corrispondenti, nel caso di specie, alla provincia di Salerno.

Effetti dell'operazione

Nella provincia di Salerno il gruppo Inditex è presente con una quota di mercato [*inferiore all'1%*] mentre il ramo d'azienda oggetto di acquisizione non è ancora attivo. Si osserva, altresì, che nella provincia interessata sono presenti numerosi e qualificati concorrenti, quali Armani, Miroglio, Motivi, Stefanel, Max Mara, Mariella Burani, Replay e Max & Co.

Pertanto, vista la modesta entità della quota detenuta dal Gruppo Inditex e la trascurabile incidenza dell'acquisizione del controllo, da parte di quest'ultima, di un ulteriore punto vendita, si ritiene che l'operazione di concentrazione comunicata non avrà effetti pregiudizievoli per la concorrenza nel mercato della distribuzione di capi di abbigliamento e accessori nella provincia di Salerno.

RITENUTO, pertanto, che l'operazione in esame non determina, ai sensi dell'articolo 6, comma 1, della legge n. 287/90, la costituzione o il rafforzamento di una posizione dominante sul mercato interessato, tale da eliminare o ridurre in modo sostanziale e durevole la concorrenza;

DELIBERA

di non avviare l'istruttoria di cui all'articolo 16, comma 4, della legge n. 287/90.

Le conclusioni di cui sopra saranno comunicate, ai sensi dell'articolo 16, comma 4, della legge n. 287/90, alle imprese interessate e al Ministro dello Sviluppo Economico.

Il presente provvedimento verrà pubblicato nel Bollettino dell'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato.

IL SEGRETARIO GENERALE
Luigi Fiorentino

IL PRESIDENTE
Antonio Catricalà

C10449 - NUOVA RADIO/IMPIANTO RADIOFONICO DI PRIVERNO*Provvedimento n. 20939*

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 24 marzo 2010;

SENTITO il Relatore Dottor Antonio Pilati;

VISTA la legge 10 ottobre 1990, n. 287;

VISTO l'atto della società Nuova Radio S.p.A., pervenuto in data 25 gennaio 2010;

VISTA la richiesta di parere all'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, inviata in data 15 febbraio 2010, ai sensi dell'articolo 1, comma 6, lettera c), n. 11, della legge 31 luglio 1997, n. 249;

VISTO il parere dell'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, pervenuto in data 17 marzo 2010, ai sensi dell'articolo 1, comma 6, lettera c), n. 11, della legge 31 luglio 1997, n. 249;

CONSIDERATO quanto segue:

I. LE PARTI

NUOVA RADIO S.p.A. (di seguito, Nuova Radio) è la società titolare della concessione per l'esercizio dell'attività radiofonica commerciale a livello nazionale attraverso l'emittente "Radio 24". Nuova Radio è interamente controllata dalla società Il Sole 24 Ore S.p.A. Nel corso dell'anno 2008, il fatturato realizzato in Italia da Nuova Radio è stato di circa 13 milioni di euro. Nel corso dello stesso anno, il fatturato consolidato realizzato dal gruppo Il Sole 24 Ore è stato di circa 573 milioni di euro.

PRIVERNO S.r.l. (di seguito, Priverno) è la società proprietaria dell'emittente radiofonica a carattere locale attiva nella zona di Pisa e Lucca, denominata "Radio Cuore Due". Il capitale sociale di Priverno è detenuto da due persone fisiche. Nel 2008 Priverno ha realizzato un fatturato di circa 530.000 euro, interamente in Italia.

II. DESCRIZIONE DELL'OPERAZIONE

L'operazione in esame prevede l'acquisizione, da parte di Nuova Radio, di un impianto radiofonico di proprietà di Priverno operante sulla frequenza 96.500 Mhz, ubicato a Monte Meto (LU) mediante permuta degli impianti di proprietà di Nuova Radio ubicati in località Reggello (FI) e a Caltanisetta e operanti rispettivamente sulle frequenze 98.200 Mhz e 104.900 Mhz.

Con la realizzazione dell'operazione in esame Nuova Radio avrà il possesso delle frequenze irradiate tramite il suddetto impianto radiofonico.

Tale operazione è finalizzata all'aumento delle potenzialità di copertura del territorio e della popolazione da parte di Nuova Radio.

III. QUALIFICAZIONE DELL'OPERAZIONE

L'operazione comunicata, in quanto comporta l'acquisizione del controllo di parte di un'impresa, costituisce una concentrazione ai sensi dell'articolo 5, comma 1, lettera *b*), della legge n. 287/90.

Essa rientra nell'ambito di applicazione della legge n. 287/90, non ricorrendo le condizioni di cui all'articolo 1 del Regolamento CE n. 139/04, ed è soggetta all'obbligo di comunicazione preventiva disposto dall'articolo 16, comma 1, della medesima legge, in quanto il fatturato totale realizzato in Italia dalle imprese interessate è stato superiore a 461 milioni di euro.

IV. VALUTAZIONE DELL'OPERAZIONE

a) I mercati rilevanti

I mercati su cui avrà effetto la concentrazione notificata sono:

1. il mercato della raccolta pubblicitaria su mezzo radiofonico;
2. il mercato delle infrastrutture per la trasmissione via etere del segnale radiofonico.

L'estensione geografica dei mercati rilevanti è nazionale, in considerazione dei diversi regimi normativi nazionali che disciplinano le attività in questione, della copertura delle infrastrutture di rete impiegate, nonché, con particolare riferimento al mercato della raccolta pubblicitaria, dell'insieme degli ascoltatori che possono essere raggiunti in considerazione della natura di *network* nazionale della società acquirente.

b) Gli effetti dell'operazione oggetto di valutazione

Nuova Radio è presente nel mercato della raccolta pubblicitaria su mezzo radiofonico con una quota, nel 2008, pari al [5-10%]¹. L'impianto oggetto di acquisizione sarà destinato a migliorare la diffusione del segnale radiofonico di Nuova Radio. Priverno detiene una quota marginale in tale mercato.

Va altresì rilevato che tale mercato è caratterizzato da un assetto piuttosto concorrenziale, in considerazione della presenza di numerosi e qualificati soggetti che operano con posizioni di rilievo nei diversi mercati che compongono la filiera del settore pubblicitario. In tale mercato, infatti, sono presenti qualificati operatori quali RAI, Il Gruppo Editoriale L'Espresso, Radio Dimensione Suono, Radio e Reti, che detengono quote di mercato superiori al 10%.

Per quanto riguarda il mercato delle infrastrutture per la trasmissione via etere del segnale radiofonico, il grado di copertura della popolazione raggiunto dall'impianto oggetto di acquisizione è di 704.000, la cui proporzione sulla popolazione italiana è pari a 1,2%. Pertanto, l'operazione in esame non determinerà effetti apprezzabili sul grado di copertura raggiunto da Nuova Radio e non sembra, quindi, suscettibile di modificare gli assetti concorrenziali del mercato suddetto.

Alla luce della posizione detenuta dalle Parti, nonché della struttura concorrenziale dei mercati interessati, si ritiene che l'operazione comunicata non sia suscettibile di determinare la costituzione o il rafforzamento di una posizione dominante nei mercati della raccolta pubblicitaria su mezzo radiofonico e delle infrastrutture per la trasmissione via etere del segnale radiofonico.

¹ Nella presente versione alcuni dati sono omessi, in quanto si sono ritenuti sussistenti elementi di riservatezza o di segretezza delle informazioni.

V. IL PARERE DELL'AUTORITA' PER LE GARANZIE NELLE COMUNICAZIONI

Con atto pervenuto in data 17 marzo 2010, ai sensi dell'articolo 1, comma 6, lettera c), n. 11, della legge 31 luglio 1997, n. 249, l'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni ha espresso parere favorevole allo schema di provvedimento dell'Autorità, in cui si rileva che la concentrazione in esame non è suscettibile di determinare, ai sensi dell'articolo 6, comma 1, della legge n. 287/90, la costituzione di una posizione dominante sui mercati interessati, tale da eliminare o ridurre in modo sostanziale e durevole la concorrenza.

RITENUTO, pertanto, in conformità al parere dell'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, che l'operazione in esame non determina, ai sensi dell'articolo 6, comma 1, della legge n. 287/90, la costituzione o il rafforzamento di una posizione dominante sui mercati interessati, tale da eliminare o ridurre in modo sostanziale e durevole la concorrenza;

DELIBERA

di non avviare l'istruttoria di cui all'articolo 16, comma 4, della legge n. 287/90.

Le conclusioni di cui sopra saranno comunicate, ai sensi dell'articolo 16, comma 4, della legge n. 287/90, alle imprese interessate e al Ministro dello Sviluppo Economico.

Il presente provvedimento verrà pubblicato nel Bollettino dell'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato.

IL SEGRETARIO GENERALE
Luigi Fiorentino

IL PRESIDENTE
Antonio Catricalà

C10469 - MONRADIO/5 IMPIANTI DI RADIODIFFUSIONE DI RADIO PADANIA*Provvedimento n. 20940*

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 24 marzo 2010;

SENTITO il Relatore Dottor Antonio Pilati;

VISTA la legge 10 ottobre 1990, n. 287;

VISTO l'atto della società Monradio S.r.l., pervenuto in data 2 febbraio 2010;

VISTA la richiesta di parere all'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, inviata in data 22 febbraio 2010 ai sensi dell'articolo 1, comma 6, lettera c), n. 11, della legge 31 luglio 1997, n. 249;

VISTO il parere dell'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, pervenuto in data 17 marzo 2010 ai sensi dell'articolo 1, comma 6, lettera c), n. 11, della legge 31 luglio 1997, n. 249;

CONSIDERATO quanto segue:

I. LE PARTI

MONRADIO S.r.l. (di seguito, Monradio) è la società titolare della concessione per l'esercizio dell'attività radiofonica commerciale a livello nazionale attraverso l'emittente "Radio 101". Monradio è interamente controllata dalla società Arnoldo Mondadori Editore S.p.A. (di seguito AME), attiva nei diversi mercati dell'editoria e dell'informazione. Il capitale sociale di AME è detenuto per il 50,14% dalla società Fininvest Finanziaria d'Investimento S.p.A.

Il fatturato consolidato realizzato da AME nel 2008, quasi interamente in Italia, è stato di circa 2 miliardi di euro, mentre nello stesso anno, Monradio ha registrato un fatturato di circa 19 milioni di euro, esclusivamente in Italia.

RADIO PADANIA Soc. Coop. (di seguito, Radio Padania) è la società titolare della concessione per l'esercizio dell'attività radiofonica a carattere comunitario a livello nazionale.

Nel 2008, Radio Padania ha realizzato un fatturato di circa 271.000 euro, interamente in Italia.

II. DESCRIZIONE DELL'OPERAZIONE

L'operazione in esame si sostanzia nell'acquisizione da parte di Monradio di un ramo di azienda, di proprietà di Radio Padania, costituito da n. 5 impianti di radiodiffusione, e nella contestuale cessione da parte di Monradio a Radio Padania di un ramo di azienda costituito da n. 1 impianti di radiodiffusione.

Gli impianti oggetto di acquisizione da parte di Monradio sono i seguenti:

- impianto di radiodiffusione sonora ubicato nel comune di Orsei, provincia di Nuoro, operante sulla frequenza 92,300 MHz;
- impianto di radiodiffusione sonora ubicato in località Pacevecchia, comune di Benevento, operante sulla frequenza 107,200 MHz;
- impianto di radiodiffusione sonora ubicato nel comune di Tortoli, provincia di Ogliastra, operante sulla frequenza 93,00 MHz;

- impianto di radiodiffusione sonora ubicato nel comune di Arbus, provincia di Medio Campidano, operante sulla frequenza 94,800 MHz;

- impianto di radiodiffusione sonora ubicato nel comune di Malcesine, provincia di Verona, operante sulla frequenza 107,900 MHz.

L'impianto oggetto di cessione da parte di Monradio è il seguente:

- impianto di radiodiffusione sonora sito in località Conconello, comune di Trieste, operante sulla frequenza 92,700 MHz.

Attraverso l'operazione in esame, Monradio intende consolidare la propria posizione sul mercato della radiofonia nazionale migliorando la diffusione del proprio segnale sull'intero territorio nazionale.

III. QUALIFICAZIONE DELLA CONCENTRAZIONE

L'operazione in esame, in quanto comporta l'acquisizione del controllo di parte di un'impresa, costituisce una concentrazione ai sensi dell'articolo 5, comma 1, lettera *b*), della legge n. 287/90.

Essa rientra nell'ambito di applicazione della legge n. 287/90, non ricorrendo le condizioni di cui all'articolo 1 del Regolamento CE n. 139/04, ed è soggetta all'obbligo di comunicazione preventiva disposto dall'articolo 16, comma 1, della stessa legge, in quanto il fatturato totale realizzato nell'ultimo esercizio a livello nazionale dall'insieme delle imprese interessate è stato superiore a 461 milioni di euro.

IV. VALUTAZIONE DELLA CONCENTRAZIONE

a) I mercati rilevanti

Ai fini della valutazione dell'operazione in esame, i mercati interessati sono:

1. il mercato della raccolta pubblicitaria su mezzo radiofonico;
2. il mercato delle infrastrutture per la trasmissione via etere del segnale radiofonico.

L'estensione geografica dei mercati su cui avrà effetto la concentrazione è nazionale, in considerazione dei diversi regimi normativi nazionali che disciplinano le attività in questione, della copertura delle infrastrutture di rete impiegate, nonché, con particolare riferimento al mercato della raccolta pubblicitaria, dell'insieme degli ascoltatori che possono essere raggiunti, considerata la natura di *network* nazionale della società acquirente.

b) Gli effetti dell'operazione oggetto di valutazione

L'operazione in esame non appare idonea a produrre effetti anticoncorrenziali nei mercati rilevanti. Ciò in considerazione di alcuni elementi connessi alla posizione detenuta dalle parti, nonché alla struttura dei mercati interessati.

In primo luogo, si rileva che Monradio è presente nel mercato della raccolta pubblicitaria su mezzo radiofonico con una quota pari al [1-5%]¹ nel 2008. Gli impianti oggetto di acquisizione saranno destinati a migliorare la diffusione del segnale radiofonico di Monradio. Radio Padania possiede nel mercato della raccolta pubblicitaria su mezzo radiofonico una quota di mercato marginale. Inoltre, tale mercato è caratterizzato da un assetto piuttosto concorrenziale, in considerazione della

¹ Nella presente versione alcuni dati sono omissi, in quanto si sono ritenuti sussistenti elementi di riservatezza o di segretezza delle informazioni.

presenza di numerosi e qualificati soggetti che operano con posizioni di rilievo nei diversi mercati che compongono la filiera del settore pubblicitario.

In tale mercato, infatti, sono presenti qualificati operatori quali RAI, Il Gruppo Editoriale l'Espresso, Radio Dimensione Suono, Radio e Reti, ciascuno dei quali detiene una quota di mercato superiore al 10%.

All'esito dell'operazione, per quanto riguarda il mercato delle infrastrutture per la trasmissione via etere del segnale radiofonico, la percentuale di copertura della popolazione resterà immutata e pari a circa il 90,3%, mentre il numero totale degli impianti e delle relative frequenze di proprietà della società sarà pari a 420.

L'operazione in esame non determinerà effetti apprezzabili sul grado di copertura raggiunto da Monradio e, pertanto, non sembra suscettibile di modificare gli assetti concorrenziali del mercato suddetto.

Alla luce della posizione detenuta dalle parti, nonché della struttura concorrenziale dei mercati interessati, la presente operazione non appare idonea a determinare la costituzione o il rafforzamento di una posizione dominante nei mercati della raccolta pubblicitaria su mezzo radiofonico e delle infrastrutture per la trasmissione via etere del segnale radiofonico.

V. IL PARERE DELL'AUTORITÀ PER LE GARANZIE NELLE COMUNICAZIONI

Con atto pervenuto in data 17 marzo 2010, ai sensi dell'articolo 1, comma 6, lettera c), n. 11, della legge 31 luglio 1997, n. 249, l'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni ha espresso parere favorevole allo schema di provvedimento dell'Autorità, in cui si rileva che la concentrazione in esame non è suscettibile di determinare, ai sensi dell'articolo 6, comma 1, della legge n. 287/90, la costituzione di una posizione dominante sui mercati interessati, tale da eliminare o ridurre in modo sostanziale e durevole la concorrenza.

RITENUTO, pertanto, in conformità al parere dell'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, che l'operazione in esame non determina, ai sensi dell'articolo 6, comma 1, della legge n. 287/90, la costituzione o il rafforzamento di una posizione dominante sui mercati interessati, tale da eliminare o ridurre in modo sostanziale e durevole la concorrenza;

DELIBERA

di non avviare l'istruttoria di cui all'articolo 16, comma 4, della legge n. 287/90.

Le conclusioni di cui sopra saranno comunicate, ai sensi dell'articolo 16, comma 4, della legge n. 287/90, alle imprese interessate e al Ministro dello Sviluppo Economico.

Il presente provvedimento verrà pubblicato nel Bollettino dell'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato.

IL SEGRETARIO GENERALE

Luigi Fiorentino

IL PRESIDENTE

Antonio Catricalà

C10479 - UNIPOL GRUPPO FINANZIARIO/ARCA VITA*Provvedimento n. 20941*

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 24 marzo 2010;

SENTITO il Relatore Professore Carla Bedogni Rabitti;

VISTA la legge 10 ottobre 1990, n. 287;

VISTA la comunicazione della società Unipol Gruppo Finanziario S.p.A., pervenuta in data 8 febbraio 2010;

VISTO il parere dell'ISVAP, pervenuto in data 11 marzo 2010 a seguito di richiesta ai sensi dell'art. 20, comma 4, della legge n. 287/90;

CONSIDERATO quanto segue:

I. LE PARTI

Unipol Gruppo Finanziario S.p.A. (di seguito, anche "UGF") è una società per azioni di diritto italiano, holding di partecipazioni e di servizi, quotata presso il Mercato Telematico Azionario organizzato e gestito da Borsa Italiana S.p.A.. UGF è a capo dell'omonimo gruppo, attivo in Italia in molteplici rami assicurativi danni e vita, nella riassicurazione, nei fondi pensione, nonché nelle attività bancarie *retail*, nel *merchant banking*, nell'intermediazione mobiliare, nei fondi comuni di investimento e nelle attività immobiliari.

Nel 2008, il fatturato realizzato dal gruppo UGF, da considerarsi ai sensi dell'articolo 16, comma 2 della legge n. 287/90 con riguardo alle società esercenti attività bancaria ovvero assicurativa, è stato pari a circa 9,7 miliardi di euro, interamente prodotto in Italia.

Arca Vita S.p.A. (di seguito, anche "Arca Vita") è una società per azioni a capo di un gruppo attivo in Italia in molteplici rami assicurativi. Il gruppo Arca opera, in particolare, attraverso le società Arca Vita S.p.A. e Arca Vita International Ltd (società di diritto irlandese), nel settore della produzione di assicurazioni rami vita, e attraverso le società Arca Assicurazioni S.p.A., (di seguito, anche "Arca Assicurazioni") e ISI Insurance S.p.A., nel settore della produzione di assicurazioni rami danni. Del gruppo fanno inoltre parte le società Arca Direct Assicurazioni S.r.l. e ISI Insurance Direct S.r.l., che svolgono attività di distribuzione assicurativa.

Nel 2008, il fatturato complessivo realizzato da Arca Vita, da considerarsi ai sensi dell'articolo 16, comma 2, della legge n. 287/90, è stato pari a circa 621 milioni di euro, interamente prodotto in Italia.

II. DESCRIZIONE DELL'OPERAZIONE

L'operazione in esame consiste nell'acquisizione del controllo esclusivo di Arca Vita da parte di UGF.

I principali azionisti di Arca Vita sono Banca Popolare dell'Emilia Romagna (di seguito, anche "BPER"), attraverso le società controllate EM.RO Popolare S.p.A. (di seguito, anche "EMRO") e Meliorbanca S.p.A. (di seguito, anche "Meliorbanca") che ne detengono, rispettivamente, il

48,75% e il 6,20% del capitale sociale, e Banca Popolare di Sondrio S.c.p.A. (di seguito, anche "BPSO"), con il 39,93% delle azioni. Arca Vita detiene una partecipazione pari al 64,08% in Arca Assicurazioni; quest'ultima è partecipata anche da EMRO, per il 19,05% e da BPSO, per il 9,90%. L'operazione prevede che UGF acquisti da Meliorbanca, da EMRO e da BPSO, rispettivamente, il 6,20%, il 28,80% e il 25% del capitale sociale di Arca Vita. Inoltre UGF acquisterà, attraverso Arca Vita, le partecipazioni in Arca Assicurazioni detenute da EMRO (19,05%) e da BPSO (9,90%). In esito all'operazione, pertanto, il capitale sociale di Arca Vita sarà detenuto da UGF per il 60%, mentre EMRO e BPSO manterranno nella stessa società, rispettivamente, partecipazioni del 19,95% e del 14,93%. Arca Vita, a sua volta, deterrà il 93,03% del capitale sociale di Arca Assicurazioni.

La *governance* di Arca Vita e di Arca Assicurazioni sarà disciplinata da un patto parasociale tra EMRO, BPSO e UGF, oltre che dagli statuti delle stesse società. Dal combinato di tali disposizioni emerge che il controllo di Arca Vita, di Arca Assicurazioni e delle altre società del gruppo Arca sarà assunto in via esclusiva all'azionista di maggioranza UGF. I consigli di amministrazione di Arca Vita e di Arca Assicurazioni, infatti, saranno composti ciascuno da nove membri, di cui cinque designati da UGF, due nominati da EMRO e due da BPSO. Ad UGF sarà riservata, per ciascuna società, sia la nomina di uno dei due Vice Presidenti, che dell'amministratore delegato. In entrambe le società, inoltre, saranno adottabili a maggioranza semplice le delibere aventi ad oggetto la gestione strategica del gruppo, quali, in particolare, l'approvazione del budget annuale e l'approvazione e la modifica dei business plan pluriennali.

III. QUALIFICAZIONE DELL'OPERAZIONE

L'operazione comunicata, in quanto comporta l'acquisizione del controllo di un'impresa, costituisce una concentrazione ai sensi dell'art. 5, comma 1, lettera b), della legge n. 287/90.

Essa rientra nell'ambito di applicazione della legge n. 287/90, non ricorrendo le condizioni di cui all'articolo 1 del Regolamento (CE) n. 139/04 ed è soggetta all'obbligo di comunicazione preventiva disposto dall'art. 16, comma 1, della medesima legge, in quanto il fatturato totale realizzato nell'ultimo esercizio a livello nazionale dall'insieme delle imprese interessate è stato superiore a 461 milioni di euro.

IV. IL PARERE DELL'ISVAP

L'ISVAP, con parere pervenuto in data 11 marzo 2010, non ha evidenziato nell'operazione la sussistenza di elementi idonei ad alterare l'assetto concorrenziale preesistente.

V. VALUTAZIONE

L'operazione in oggetto interessa i mercati della produzione e della distribuzione assicurativa.

Secondo l'orientamento consolidato dell'Autorità e della Commissione Europea, i mercati assicurativi, dal punto di vista del prodotto, possono essere individuati in base alla distinzione tra diversi rami e, all'interno dei diversi rami, è possibile individuare tanti mercati quanti sono i tipi di rischio coperto, in ragione della ridotta sostituibilità delle polizze dal lato della domanda. Per contro, talvolta viene attribuita specifica rilevanza alla sostituibilità nella copertura dei rischi dal lato dell'offerta, giungendosi per tale via ad aggregare più rischi in categorie sufficientemente

omogenee¹. Quanto alla dimensione geografica del mercato rilevante, essa è normalmente considerata nazionale.

L'altro settore interessato è quello della distribuzione assicurativa, il quale, secondo il consolidato orientamento dell'Autorità, individua mercati distinti da quelli della produzione, aventi dimensione provinciale.

Nel settore della produzione di polizze vita, con riferimento al 2008, il gruppo UGF e il gruppo Arca detenevano, rispettivamente, quote pari al 6,62% e allo 0,84% del totale. L'effetto incrementale dell'operazione, peraltro, risulta trascurabile anche considerando i singoli rami nei quali si verifica una sovrapposizione (I, III e V), atteso che Arca detiene una quota pari all'1,35% nel ramo I, mentre negli altri casi la quota è ampiamente inferiore all'1%. Considerazioni analoghe valgono per il settore della produzione polizze danni, nel quale, per il 2008, le quote complessive risultano essere dell'11,63% per UGF e dello 0,36% per ARCA, e nel quale quest'ultima deteneva, in ciascuno dei rami nei quali è attiva, quote significativamente inferiori all'1%.

Per quanto concerne i mercati della distribuzione, il gruppo Arca Vita ha distribuito direttamente, nel 2008, polizze dei rami vita e danni nelle province di Verona e Roma. In entrambi i casi, peraltro, le quote detenute risultano essere del tutto marginali e, comunque, ampiamente inferiori all'1%.

In ragione delle considerazioni sopra esposte, non si ritiene che la concentrazione in esame sia idonea ad ostacolare in maniera significativa la concorrenza sui mercati interessati.

RITENUTO, pertanto, che l'operazione in esame non determina, ai sensi dell'articolo 6, comma 1, della legge n. 287/90, la costituzione o il rafforzamento di una posizione dominante nei mercati interessati, tale da eliminare o ridurre in modo sostanziale e durevole la concorrenza;

DELIBERA

di non avviare l'istruttoria di cui all'articolo 16, comma 4, della legge n. 287/90.

Le conclusioni di cui sopra saranno comunicate, ai sensi dell'articolo 16, comma 4, della legge n. 287/90, alle imprese interessate ed al Ministro dello Sviluppo Economico.

Il presente provvedimento verrà pubblicato nel Bollettino dell'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato.

IL SEGRETARIO GENERALE

Luigi Fiorentino

IL PRESIDENTE

Antonio Catricalà

¹ Cfr. AGCM provv. 21 settembre 2006, n. 15911, in Boll. 35-36/2006 (*Assicurazioni Generali/Toro Assicurazioni*).

**C10485 – BANCA CARIGE - CASSA DI RISPARMIO DI GENOVA E IMPERIA/22
SPORTELLI BANCARI DI MONTE DEI PASCHI DI SIENA**

Provvedimento n. 20942

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 24 marzo 2010;

SENTITO il Relatore Dottor Antonio Pilati;

VISTA la legge 10 ottobre 1990, n. 287;

VISTA la legge 28 dicembre 2005, n. 262;

VISTA la comunicazione della Banca Carige S.p.A. - Cassa di risparmio di Genova e Imperia, pervenuta in data 11 febbraio 2010;

VISTO il parere dell'ISVAP, pervenuto in data 12 marzo 2010 a seguito di richiesta ai sensi dell'art. 20, comma 4, della legge n. 287/90;

CONSIDERATO quanto segue:

I. LE PARTI

1. Banca Carige S.p.A. - Cassa di risparmio di Genova e Imperia (di seguito, Banca Carige) è la società posta a capo del Gruppo Carige, attivo principalmente nel settore bancario – anche attraverso banche controllate e con una rete complessiva di circa 643 sportelli bancari; nel settore assicurativo, il gruppo è attivo attraverso Carige Assicurazioni S.p.A. (ramo danni) e Carige Vita Nuova S.p.A. (rami vita) nonché una rete di circa 394 agenzie assicurative; nella gestione del risparmio, il gruppo opera mediante Carige Asset Management SGR S.p.A..

Le azioni ordinarie di Banca Carige sono quotate presso il Mercato Telematico Azionario gestito da Borsa Italiana S.p.A. Il principale azionista di Banca Carige è la Fondazione Cassa di Risparmio di Genova e Imperia, con una partecipazione superiore al 44%, segue poi la Caisse Nationale des Caisses d'Epargne et de Prevoyance, con una quota di capitale pari a circa il 15%.

Nel 2008, il fatturato realizzato in Italia dal gruppo Carige, da considerarsi ai sensi dell'articolo 16, commi 1 e 2, della legge n. 287/90 (un decimo del totale dell'attivo dello stato patrimoniale, esclusi i conti d'ordine), è risultato pari a circa 3 miliardi di euro e più di due terzi del fatturato del gruppo maturato nell'Unione europea è sviluppato in Italia.

2. Oggetto di acquisizione è un ramo di azienda costituito da 22 sportelli bancari di proprietà di Banca Monte Paschi di Siena S.p.A. (di seguito anche "MPS"), che svolgono attività bancaria tradizionale e collocamento di prodotti del risparmio gestito e di prodotti del settore assicurativo, soprattutto relativi ai rami vita.

In particolare, i 22 sportelli bancari sono articolati in 6 province della Toscana: 1 sportello nella provincia di Arezzo, 1 sportello nella provincia di Grosseto, 15 sportelli nella provincia di Firenze, 1 nella provincia di Livorno, 1 sportello nella provincia di Pisa e 3 sportelli nella provincia di Pistoia.

Nel 2008, il fatturato riconducibile all'insieme di tali sportelli oggetto di cessione, da considerarsi ai sensi dell'articolo 16, commi 1 e 2, della legge n. 287/90 (un decimo del totale dell'attivo dello

stato patrimoniale, esclusi i conti d'ordine), è risultato pari a circa 102 milioni di euro, interamente sviluppati in Italia.

II. DESCRIZIONE DELL'OPERAZIONE

3. L'operazione in esame consiste nella acquisizione da parte di Banca Carige del controllo esclusivo di un ramo di azienda di MPS composto da 22 sportelli. La cessione dei suddetti sportelli da parte di MPS rappresenta una parte delle misure previste dall'Autorità in occasione del provvedimento Banca Monte Paschi di Siena/Banca Antonveneta del 7 maggio 2008¹. In particolare, Banca Carige ha sottoscritto, in data 15 gennaio 2010, un contratto preliminare per l'acquisizione dei citati 22 sportelli, nel rispetto delle condizioni previste dal provvedimento dell'Autorità appena richiamato. L'operazione consentirà a Banca Carige di acquisire sportelli nelle province di Arezzo e Grosseto, dove oggi non è presente, e di incrementare la propria rete nelle province di Firenze, Livorno, Pisa e Pistoia, potenziando la rete distributiva del gruppo tanto per l'attività svolta nel settore bancario quanto per il collocamento di prodotti del risparmio gestito e del settore assicurativo vita.

III. QUALIFICAZIONE DELL'OPERAZIONE

4. L'operazione comunicata, in quanto comporta l'acquisizione del controllo di parte di un'impresa, costituisce una concentrazione ai sensi dell'articolo 5, comma 1, lettera *b*), della legge n. 287/90.

Essa rientra nell'ambito di applicazione della legge n. 287/90, non ricorrendo le condizioni di cui all'articolo 1 del Regolamento CE n. 139/04, ed è soggetta all'obbligo di comunicazione preventiva disposto dall'articolo 16, comma 1, della stessa legge, in quanto il fatturato totale realizzato nell'ultimo esercizio a livello nazionale dall'insieme delle imprese interessate è stato superiore a 461 milioni di euro.

IV. IL PARERE DELL'ISVAP

5. L'ISVAP, con parere pervenuto in data 12 marzo 2010, non ha evidenziato nell'operazione la sussistenza di elementi idonei ad alterare l'assetto concorrenziale preesistente.

V. VALUTAZIONE

6. L'operazione in oggetto ha un impatto su diversi mercati ricompresi nel settore bancario tradizionale, nel settore del risparmio gestito, nonché in quello assicurativo vita, attinenti alle province di Arezzo, Firenze, Grosseto, Livorno, Pisa e Pistoia.

Mercato della raccolta

7. Il mercato della raccolta identifica, per consolidato orientamento dell'Autorità, l'insieme della raccolta diretta bancaria da clientela ordinaria mediante: conti correnti liberi e vincolati, depositi a risparmio, buoni fruttiferi, nonché i certificati di deposito. In tale definizione del mercato della

¹ Provvedimento n. 18327, *Banca Monte Paschi di Siena/Banca Antonveneta*, 7 maggio 2008, in Boll. n. 18/08.

raccolta non è compresa, per le analisi condotte sulla sostituibilità dal lato della domanda, la raccolta postale².

Il mercato della raccolta bancaria, come sopra definito, ha rilevanza territoriale provinciale in considerazione della scarsa mobilità dal lato della domanda.

In base ai dati forniti dalle parti, l'impatto dell'acquisizione dei 22 sportelli riguarda le seguenti aree provinciali; Arezzo, Firenze, Grosseto, Livorno, Pisa e Pistoia. Il gruppo Carige non è attivo nelle province di Arezzo e Grosseto mentre è presente a Firenze e a Pisa con un solo sportello, a Livorno con due sportelli e a Pistoia con tre sportelli. Il gruppo Carige detiene nelle province da ultimo indicate quote di mercato marginali, sempre inferiori all'1%. Anche a seguito della presente acquisizione, il gruppo Carige deterrà quote di mercato non rilevanti, posto che, a seguito dell'operazione, in tutte le province interessate la quota complessiva riconducibile al gruppo Carige sarà sempre ampiamente inferiore al 5%.

8. In considerazione della quota non particolarmente rilevante che la parte raggiungerà a seguito della concentrazione, dell'incremento connesso all'acquisizione del ramo d'azienda e della presenza di operatori bancari di maggiori dimensioni in tutte le province individuate, non si ravvisano elementi tali da ritenere che vi siano rischi di costituzione o rafforzamento di posizione dominante nei mercati provinciali della raccolta bancaria.

Mercati degli impieghi

9. Nell'ambito degli impieghi sono compresi, nelle diverse e possibili forme tecniche, il credito a breve, medio e a lungo termine.

10. Considerando il lato della domanda, gli impieghi possono essere distinti in base alle tipologie di soggetti a favore dei quali vengono effettuati. In particolare, è possibile individuare le seguenti quattro categorie di soggetti: (i) famiglie consumatrici; (ii) famiglie produttrici-imprese di piccole dimensioni (c.d. PMI); (iii) imprese di medie e grandi dimensioni; e (iv) enti pubblici. Queste diverse tipologie di soggetti esprimono esigenze di finanziamento diverse, per le quali le banche offrono prodotti/servizi diversificati, e costituiscono pertanto altrettanti mercati del prodotto rilevanti.

11. Le diverse forme di domanda espressa sembrano caratterizzate anche da differenze in termini di mobilità, e quindi di disponibilità a sostituire l'offerta attraverso la ricerca di altri impieghi su aree geografiche più o meno ampie. In particolare, i mercati degli impieghi alle famiglie e alle piccole imprese presentano una dimensione essenzialmente provinciale, laddove i mercati degli impieghi alle imprese medio-grandi e agli enti pubblici appaiono avere una dimensione geografica regionale.

Relativamente a tutti i quattro mercati rilevanti - impieghi alle famiglie consumatrici (a livello provinciale), impieghi alle famiglie produttrici PMI (a livello provinciale), impieghi alle imprese (a livello regionale) e impieghi agli enti pubblici (a livello regionale) - il gruppo Carige, oltre a non essere mai il primo operatore, appare esposto ad una rilevante pressione competitiva di operatori con dimensione, in termini di quote detenute, anche considerevolmente maggiori. Infatti, in tutti i mercati interessati, la posizione delle imprese interessate non è significativa, e il gruppo

² Si veda, al riguardo, la definizione del mercato rilevante della raccolta adottata nei provvedimenti di chiusura istruttoria relativi ai casi C8027 - *BANCA INTESA/SAN PAOLO IMI*, in Boll. n. 49/06; C8277 - *BANCHE POPOLARI UNITE/BANCA LOMBARDA E PIEMONTESE*, in Boll. n. 13/07 e C8660 - *UNICREDIT/CAPITALIA*, in Boll. n. 33/07 e C9182 - *BANCA MONTE DEI PASCHI DI SIENA/BANCA ANTONVENETA*, in Boll. n. 18/08.

Carige per effetto della presente operazione deterrà una quota di mercato sempre inferiore al 5%. Unica eccezione è, relativamente agli impieghi alle famiglie produttrici, la provincia di Firenze, ove la presenza attuale di Banca Carige è comunque inferiore al 5% e la quota *post* operazione sarà comunque inferiore al 10%.

12. In considerazione delle peculiarità dei mercati interessati, caratterizzati dalla presenza di altri operatori dimensionalmente superiori al gruppo Carige nonché delle quote non rilevanti che il gruppo Carige verrà a detenere, si ritiene siano da escludere effetti di sovrapposizione tali da comportare rischi di costituzione o rafforzamento di posizioni dominanti.

Settore del risparmio gestito

13. Nell'ambito di questo settore sono ricompresi diversi mercati. Al fine della valutazione degli impatti competitivi della presente operazione, sembrano rilevanti almeno due tipi di servizi connessi alla gestione del risparmio:

- i fondi comuni d'investimento mobiliare;
- la gestione su base individuale di patrimoni mobiliari (GPM) e in fondi (GPF).

I servizi offerti nell'ambito del risparmio gestito sopra indicati hanno, tipicamente e secondo vari precedenti dell'Autorità, una fase della gestione a monte e una fase della distribuzione a valle, ciascuna delle quali porta ad individuare mercati distinti lungo la filiera, sia in termini geografici che di prodotto³.

In particolare, da un punto di vista del prodotto, si distinguono due mercati: il mercato dei fondi comuni e quello delle gestioni individuali di portafoglio.

Da un punto di vista geografico, i mercati di questi prodotti hanno – relativamente alla fase della produzione - una dimensione geografica nazionale.

I mercati rilevanti relativi alla fase della distribuzione dei fondi comuni di investimento, da un lato, e delle gestioni individuali di portafoglio, dall'altro, sono individuabili, per consolidato orientamento dell'Autorità⁴, nell'ambito dei confini provinciali, in considerazione del ruolo assunto dai canali distributivi nel definire alcune variabili a livello locale nonché in considerazione della mobilità della domanda.

14. Il gruppo Carige è un gruppo verticalmente integrato attivo nella fase produttiva a monte, con la società Carige Asset Management SGR.

Tuttavia, l'acquisizione degli sportelli bancari del gruppo MPS non determina effetti nell'ambito dei mercati nazionali della fase produttiva dei servizi di cui ci si occupa in quanto non comporta l'acquisizione di società operanti in tale ambito.

15. Con riferimento ai mercati della distribuzione, da un lato dei fondi comuni, e, dall'altro, delle gestioni individuali di portafogli, la concentrazione determinerà, invece, un incremento della capacità distributiva del gruppo Carige, dal momento che gli sportelli acquisiti collocheranno anche prodotti di risparmio gestito secondo le politiche commerciali dell'acquirente.

In estrema sintesi, nei mercati della distribuzione sia dei fondi comuni che delle gestioni patrimoniali individuali, delle province di Arezzo, Firenze, Grosseto, Livorno, Pisa e Pistoia, si osserva che il gruppo Carige è presente nelle sole province di Firenze, Livorno, Pisa e Pistoia con

³ Si veda, al riguardo, la definizione di mercato rilevante adottata nei provvedimenti di chiusura istruttoria relativi ai casi C8027 – *BANCA INTESA/SAN PAOLO IMI*, in Boll. n. 49/06; C8277 - *BANCHE POPOLARI UNITE/BANCA LOMBARDA E PIEMONTESE*, in Boll. n. 13/07 e C8660 – *UNICREDIT/CAPITALIA*, in Boll. n. 33/07.

⁴ Si vedano i provv. citati nella nota precedente.

quote marginali sempre inferiori all'1% e, in tutte le province interessate, le quote di mercato detenute da Banca Carige per effetto della presente operazione, sarà sempre inferiore al 5%.

16. Alla luce di quanto esposto, l'impatto competitivo della concentrazione nei mercati della distribuzione dei servizi di risparmio gestito non appare tale da alterare il contesto competitivo, ciò sia per il livello della quota post operazione che il gruppo Carige deterrà rispetto ad altri operatori concorrenti, sia per lo scarso effetto di sovrapposizione orizzontale che la concentrazione determina.

Settore assicurativo rami vita

17. Per consolidato orientamento dell'Autorità, ciascun ramo assicurativo del settore vita rappresenta un distinto mercato. Tale distinzione si fonda, principalmente, sull'oggetto del servizio reso, i rischi assunti e l'obiettivo di copertura assicurativa espresso dalla domanda di ogni singolo ramo. Inoltre, tali mercati sono distinti, per ciascun ramo, tra fase produttiva avente dimensione geografica nazionale e fase distributiva provinciale.

18. Per quanto riguarda la fase della produzione di prodotti assicurativi vita, il gruppo Carige è attivo mediante la società Carige Vita Nuova; tuttavia l'operazione in esame non determina effetti a livello produttivo dal momento che il ramo d'azienda acquisito non comprende alcuna società assicurativa attiva nella fase a monte.

19. Relativamente ai mercati della distribuzione, l'operazione comporterà invece un ampliamento della rete Carige dal momento che gli sportelli acquisiti collocheranno anche polizze assicurative vita. L'analisi concorrenziale implica, quindi, una valutazione a livello provinciale dell'effetto in termini di disponibilità di capacità distributiva apportata dal ramo d'azienda acquisito; anche nel settore assicurativo, le province interessate sono Arezzo, Firenze, Grosseto, Livorno, Pisa e Pistoia.

Sul punto, i dati mostrano che la quota *post merger* sarà limitata in tutte le province interessate. Infatti, sia il gruppo Carige che gli sportelli acquisiti, nelle province interessate, detengono quote di mercato non significative, con un effetto complessivo in capo al gruppo Carige, post-operazione, sempre inferiore al 5%. Anche nei mercati della distribuzione relativi al settore assicurativo, alla luce della posizione delle imprese interessate nelle province interessate l'operazione non solleva problemi concorrenziali.

20. In conclusione, considerata la posizione della parte acquirente, i marginali effetti di sovrapposizioni a livello geografico, nonché la presenza di qualificati concorrenti, l'operazione in esame non appare suscettibile di produrre effetti di rilievo sulla concorrenza in nessun mercato rilevante sopra individuato.

RITENUTO, pertanto, che l'operazione in esame non determina, ai sensi dell'articolo 6, comma 1, della legge n. 287/90, la costituzione o il rafforzamento di una posizione dominante nei mercati interessati, tale da eliminare o ridurre in modo sostanziale e durevole la concorrenza;

DELIBERA

di non avviare l'istruttoria di cui all'articolo 16, comma 4, della legge n. 287/90.

Le conclusioni di cui sopra saranno comunicate, ai sensi dell'articolo 16, comma 4, della legge n. 287/90, alle imprese interessate ed al Ministro dello Sviluppo Economico.

Il presente provvedimento verrà pubblicato nel Bollettino dell'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato.

IL SEGRETARIO GENERALE

Luigi Fiorentino

IL PRESIDENTE

Antonio Catricalà

C10502 - VEOLIA WATER SOLUTIONS & TECHNOLOGIES/SIBA*Provvedimento n. 20943*

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 24 marzo 2010;

SENTITO il Relatore Professor Piero Barucci;

VISTA la legge 10 ottobre 1990, n. 287;

VISTA la comunicazione della società Veolia Water Solutions & Technologies S.A., pervenuta in data 24 febbraio 2010;

CONSIDERATO quanto segue:

I. LE PARTI

Veolia Water Solutions & Technologies (di seguito, VWS) è una società per azioni di diritto francese attiva nella progettazione e costruzione di impianti chiavi in mano, soluzioni e apparecchiature standard, anche integrabili in impianti già esistenti, nel settore idrico.

Il gruppo Veolia opera a livello mondiale nei servizi ambientali (energia, acqua, rifiuti e trasporti). VWS è controllata al 100% dalla società Veolia Eau-Compagnie General des Eaux S.C.A., la quale a sua volta è controllata da Veolia Environment, società quotata alla Borsa di Parigi e New York, capogruppo dell'omonimo Gruppo Veolia, non soggetta al controllo di alcun soggetto (infatti, nessun socio ha una partecipazione superiore al 10% del capitale).

VWS detiene, inoltre, il controllo esclusivo della società Veolia Water Solution & Technologies Italia S.r.l., società attiva nell'impiantistica idrica e della società Pica Italia S.p.A. attiva nella produzione e commercializzazione di carboni attivi.

Il fatturato conseguito da VWS nell'esercizio 2008 è stato complessivamente pari a circa [30-40]¹ miliardi di euro, di cui circa [20-30] miliardi di euro realizzati a livello europeo e circa [700-1.000] milioni di euro realizzati in Italia.

SIBA S.p.A. (di seguito, SIBA) opera nella progettazione, realizzazione e gestione di impianti di potabilizzazione delle acque, di trattamento delle acque reflue, di reti acquedottistiche e fognarie, di sistemi di automazione e telecontrollo e nella fornitura di servizi relativi alla gestione del ciclo idrico integrato.

SIBA è controllata congiuntamente da EMIT S.p.A. (di seguito EMIT) e VEOLIA WATER SYSTEMS S.A. (di seguito VWS), una società del gruppo VEOLIA, con quote rispettivamente del 25% e 75%². Nel corso del 2008, SIBA ha realizzato un fatturato pari a circa [100-461] milioni di euro, interamente in Italia.

¹ Nella presente versione alcuni dati sono omessi, in quanto si sono ritenuti sussistenti elementi di riservatezza o di segretezza delle informazioni.

² Si veda C7311 – SIBA/EH-IDROSICILIA, Provvedimento n. 1482, Boll. n. 44/05.

II. DESCRIZIONE DELL'OPERAZIONE

L'operazione in esame consiste nell'acquisizione, da parte di VWS, del controllo esclusivo di SIBA, società precedentemente sottoposta al controllo congiunto di VWS e EMIT. La vendita delle partecipazioni in SIBA detenute da EMIT si inserisce in un quadro di razionalizzazione delle attività di EMIT.

III. QUALIFICAZIONE DELL'OPERAZIONE

L'operazione comunicata, in quanto comporta l'acquisizione del controllo esclusivo di un'impresa, costituisce una concentrazione ai sensi dell'articolo 5, comma 1, lettera b), della legge n. 287/90. Essa rientra nell'ambito di applicazione della legge n. 287/90, non ricorrendo le condizioni di cui all'articolo 1 del Regolamento CE n. 139/04, ed è soggetta all'obbligo di comunicazione preventiva disposto dall'articolo 16, comma 1, della citata legge, in quanto il fatturato totale realizzato nell'ultimo esercizio a livello nazionale dall'insieme delle imprese interessate è stato superiore a 461 milioni di euro.

IV. VALUTAZIONE DELLA CONCENTRAZIONE

Il mercato rilevante

L'operazione in esame interessa il settore dell'impiantistica ambientale e le attività relative al servizio idrico integrato (di seguito SII).

Nello specifico, SIBA opera nel mercato degli impianti idrici, che rientra nel più ampio settore dell'impiantistica ambientale. Per quanto nel settore siano solitamente distinte tre tipologie di impianti (impianti per la depurazione delle acque, per l'abbattimento dei fumi e per lo smaltimento dei rifiuti), l'Autorità ha già ritenuto che, pur tenendo conto delle differenti finalità e tecnologie utilizzate, le diverse categorie di impianto non rappresentino mercati del prodotto tra loro distinti in ragione delle prevalenti caratteristiche della domanda e dell'offerta. Sotto il profilo geografico, le dimensioni del mercato risultano nazionali³.

L'operazione in esame interessa, inoltre, il settore dei servizi idrici integrati, c.d. SII, che comprende le fasi di captazione, adduzione, potabilizzazione e distribuzione dell'acqua (c.d. servizi di acquedotto), raccolta delle acque reflue (c.d. servizio di fognatura) e loro depurazione (c.d. servizio di depurazione). Tali attività risultano caratterizzate da rilevanti peculiarità sia sotto il profilo operativo che normativo-regolamentare⁴.

L'ordinamento italiano ha da tempo avviato un processo di riforma del settore al fine di pervenire ad un assetto basato sull'organizzazione di un numero circoscritto di ATO con affidamento per ciascuno di essi del SII a mezzo di gara ad evidenza pubblica⁵. Tale meccanismo di affidamento

³ Per una definizione più dettagliata del mercato, si veda C7196 – GENOVA ACQUE SOCIETA' DI SERVIZI IDRICI/ACQUA ITALIA, Provv. n. 14710, Boll. n. 36/05.

⁴ Si vedano in particolare gli articoli 141 ss del Decreto Legislativo 3 aprile 2006, n. 152, nonché per le modalità di affidamento, l'articolo 23 bis del decreto legge 25 giugno 2008, n. 112, convertito con modifiche dalla legge 6 agosto 2008, n. 133.

⁵ La progressiva integrazione delle diverse attività del SII - espressione del generale processo di concentrazione e organizzazione industriale del settore - comporta una selezione dei soggetti interessati allo svolgimento dei servizi. In particolare, la prassi frequente da parte degli enti competenti di affidare il SII a società a capitale pubblico-privato per le quali la selezione del socio privato - portatore delle competenze industriali e operative necessarie al soggetto gestore - sia

determina una tipica situazione di concorrenza per il mercato ed un confronto tra più soggetti dal lato dell'offerta: pertanto, sebbene ogni gara possa di per sé rappresentare un contesto competitivo rilevante, le dimensioni del mercato rilevante, ai fini della presente operazione, appaiono delineabili in termini più ampi rispetto a quelli del singolo ATO. Allo stato, in base alle accertate peculiarità della disciplina nazionale, si ritiene in ogni caso che il mercato rilevante sia da intendersi quale quello dell'insieme delle gestioni del SII in Italia⁶.

Effetti della concentrazione

L'operazione comunicata consiste nella modifica della configurazione del controllo di SIBA, che da una situazione di controllo congiunto da parte di VWS e EMIT, passerà al controllo esclusivo della sola VWS.

Nel mercato nazionale dell'impiantistica ambientale opera un numero molto elevato di operatori privati di piccole dimensioni e alcune imprese di grandi dimensioni; seppur non si dispone di dati affidabili sul valore e/o volume di tale mercato/segmento, la quota di mercato di SIBA nel segmento degli impianti idrici risulterebbe pari a circa il [1-5%]⁷ mentre quella del Gruppo Veolia in relazione all'attività nel settore idrico raggiungerebbe circa il [1-5%].

Con riferimento al mercato della gestione del SII in Italia, le particolari difficoltà nel disporre di grandezze di riferimento, in ragione dell'accertata dispersione dei dati rilevanti e della persistente frammentazione riscontrabile nelle modalità di affidamento del SII a livello nazionale, rendono estremamente difficoltoso l'accertamento delle quote dei diversi operatori, salva una posizione di preminenza attribuibile ad ACEA sia in termini di popolazione servita che di valori e volumi dei servizi e la presenza di una serie di operatori italiani nonché di alcune imprese espressione di importanti gruppi internazionali, tra i quali, in primo luogo, Ondeo⁸. Dai dati forniti risulta che la quota di mercato relativa alla fornitura di servizi idrici a livello nazionale di SIBA risulta essere circa il [1-5%], mentre quella raggiunta dal Gruppo Veolia risulta essere inferiore all'1%. Anche se l'operazione fosse valutata considerando la presenza delle parti a livello nazionale, essa non apparirebbe comunque idonea a pregiudicare le condizioni concorrenziali esistenti, dal momento che, oltre al leader ACEA, che deterrebbe una quota di mercato pari a circa il 5-10%, operano numerosi e qualificati concorrenti come Acquedotto pugliese S.p.A., Iride, Hera, Ondeo ed altri, tutti con quote superiori al 3%.

RITENUTO, pertanto, che l'operazione in esame non determina, ai sensi dell'articolo 6, comma 1, della legge n. 287/90, la costituzione o il rafforzamento di una posizione dominante in nessuno dei mercati interessati, tale da eliminare o ridurre in modo sostanziale e durevole la concorrenza;

DELIBERA

di non avviare l'istruttoria di cui all'articolo 16, comma 4, della legge n. 287/90.

svolta a mezzo di gara, fa sì che sempre più spesso i principali operatori del settore (spesso facenti parte di gruppi multinazionali) si confrontino nell'ambito di una concorrenza per il mercato a livello quantomeno nazionale.

⁶ Si veda , C10070 – ACEA/INTESA ARETINA, Provv. n. 19933, Boll. n. 22/09.

⁷ Per quanto riguarda il mercato/segmento della progettazione e costruzione degli impianti idrici, rileva segnalare uno Studio pubblicato nel mese di giugno 2008 dall'associazione Astrid (www.astrid.eu).

⁸ Caso già citato, C10070.

Le conclusioni di cui sopra saranno comunicate, ai sensi dell'articolo 16, comma 4, della legge n. 287/90, alle imprese interessate e al Ministro dello Sviluppo Economico.

Il provvedimento verrà pubblicato nel Bollettino dell'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato.

IL SEGRETARIO GENERALE

Luigi Fiorentino

IL PRESIDENTE

Antonio Catricalà

C10506 - FRUTTITAL DISTRIBUZIONE HOLDING/NUOVA BANFRUTTA

Provvedimento n. 20944

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 24 marzo 2010;

SENTITO il Relatore Dottor Antonio Pilati;

VISTA la legge 10 ottobre 1990, n. 287;

VISTA la comunicazione della società FRUTTITAL DISTRIBUZIONE HOLDING S.r.l., pervenuta in data 1 marzo 2010;

CONSIDERATO quanto segue:

I. LE PARTI

FRUTTITAL DISTRIBUZIONE HOLDING S.r.l. (di seguito, FDH), con sede legale a Milano, è una società il cui capitale sociale è interamente detenuto da GF Group S.p.A. (di seguito, GF Group), società holding dell'omonimo gruppo, prevalentemente attivo nel settore della produzione, importazione, trasporto, maturazione e distribuzione di frutta. GF Group è controllata da alcune persone fisiche facenti capo alla medesima famiglia.

FDH risulta essere la *sub-holding* di GF Group per quanto riguarda il ramo ortofrutta, avendo come attività l'assunzione di partecipazioni in società operanti in tale settore. Tra le società controllate da FDH, in particolare, figura la Simba, attraverso la quale viene svolta l'attività di importazione e commercializzazione di banane in Italia con il marchio Del Monte.

Nel 2008 il fatturato consolidato realizzato da GF Group, a livello mondiale, è stato pari a circa 940 milioni di euro, di cui circa [100-461]¹ milioni di euro per vendite nell'Unione Europea e circa [461-700] milioni di euro per vendite in Italia.

NUOVA BANFRUTTA S.r.l. (di seguito, NUOVA BANFRUTTA), con sede legale a Porto San Giorgio (FM), è una società operante principalmente nei settori dello stoccaggio, maturazione, confezionamento, commercio all'ingrosso e al dettaglio di prodotti ortofrutticoli, ed in particolare delle banane. La società risulta controllata da due persone fisiche, unici soci della stessa.

Nel 2008 il fatturato consolidato realizzato da NUOVA BANFRUTTA è stato pari a circa 7,8 milioni di euro, interamente realizzati in Italia.

II. DESCRIZIONE DELL'OPERAZIONE

L'operazione in esame consiste nell'acquisizione da parte di FDH del controllo esclusivo di NUOVA BANFRUTTA, attraverso l'acquisto del 100% delle quote sociali detenute dai due attuali soci.

¹ Nella presente versione alcuni dati sono omessi, in quanto si sono ritenuti sussistenti elementi di riservatezza o di segretezza delle informazioni.

III. QUALIFICAZIONE DELL'OPERAZIONE

L'operazione comunicata, in quanto comporta l'acquisizione del controllo di un'impresa, costituisce una concentrazione ai sensi dell'articolo 5, comma 1, lettera *b*), della legge n. 287/90.

Essa rientra nell'ambito di applicazione della legge n. 287/90, non ricorrendo le condizioni di cui all'articolo 1 del Regolamento CE n. 139/04, ed è soggetta all'obbligo di comunicazione preventiva di cui all'articolo 16, comma 1, della medesima legge, in quanto il fatturato totale realizzato nell'ultimo esercizio a livello nazionale dall'insieme delle imprese interessate è stato superiore a 461 milioni di euro.

IV. VALUTAZIONE DELLA CONCENTRAZIONE

I mercati rilevanti del prodotto

L'operazione interessa il settore della distribuzione e vendita all'ingrosso di prodotti ortofrutticoli. Secondo gli orientamenti espressi sia dall'Autorità che dalla Commissione², ai fini dell'individuazione dei mercati nell'ambito di tale settore, devono distinguersi le seguenti diverse aree di attività: i) la produzione ed importazione, attraverso la quale produttori e/o importatori forniscono prodotti ortofrutticoli freschi e servizi accessori ai commercianti all'ingrosso e alle imprese della GDO; ii) la vendita all'ingrosso, attraverso la quale i maggiori commercianti all'ingrosso forniscono prodotti ortofrutticoli freschi e servizi accessori ai grossisti di minori dimensioni, ai commercianti al dettaglio e alle società di servizi alimentari.

Nell'ambito della prima area di attività, potrebbero identificarsi diversi mercati, ciascuno dei quali composto da uno o più prodotti. Al riguardo, la Commissione ha sempre lasciato aperta la definizione di mercato, salvo che per la produzione ed importazione di banane, sicuramente caratterizzata da un quadro regolamentare, una struttura dell'offerta e una struttura delle preferenze dei consumatori significativamente diversi dagli altri prodotti.

La seconda area di attività, relativa alla vendita all'ingrosso di ortofrutta, identifica invece un unico mercato rilevante del prodotto, in quanto l'oggetto delle transazioni che avvengono tra grossisti e distributori finali è, generalmente, il paniere di prodotti.

I mercati interessati dalla presente valutazione sono costituiti, pertanto, dalla vendita all'ingrosso di prodotti ortofrutticoli e dalla produzione ed importazione di banane.

I mercati geografici

Il mercato della vendita all'ingrosso di prodotti ortofrutticoli, da un punto di vista geografico, ha una dimensione essenzialmente locale, in considerazione dei comportamenti di acquisto delle controparti contrattuali dei grossisti di frutta e verdura, nonché dell'importanza attribuita alla prossimità dei centri di distribuzione e dei punti vendita³.

² Cfr. Provv. dell'Autorità n. 18035 del 21 febbraio 2008, C9139 - *DE WEIDE BLIK/NEW FRUIT COMPANY INTERNATIONAL-ALARA TARIM ÜRÜNLERİ SANAYİ VE TİCARE*, in Boll. n. 7/08; Decisione della Commissione del 27 Aprile 1999, caso COMP/M.1409 *Fyffes/Capespan*; Decisione della Commissione del 30 Maggio 2006, caso COMP/M.4216 *CVC/DE Weide Blik/Bocchi*.

³ Cfr. Provv. dell'Autorità n. n. 18497 del 12 giugno 2008 - *Fruttital Distribuzione Holding/Ratto G.B. e Fratelli*, in Boll. 23/08.

Pertanto, considerato che NUOVA BANFRUTTA opera esclusivamente in provincia di Fermo, l'ambito geografico del mercato può essere, in prima approssimazione, circoscritto ai confini della regione Marche.

Va precisato, peraltro, che l'esatta delimitazione della dimensione geografica deve essere effettuata caso per caso, sulla base dei bacini di utenza dei singoli punti vendita e del loro livello di sovrapposizione. Nella presente fattispecie, poiché la valutazione concorrenziale dell'operazione non muterebbe nell'ipotesi di una definizione di mercato più ampia⁴, l'esatta delimitazione dello stesso può essere lasciata aperta.

La dimensione geografica del mercato della produzione ed importazione delle banane risulta invece più ampia, e va estesa, quanto meno, ai confini nazionali.

Effetti dell'operazione

La società acquisita, NUOVA BANFRUTTA, opera quale distributore all'ingrosso di prodotti ortofrutticoli, con una quota di mercato pari, nella regione Marche, al [5-10%] in volume e al [10-15%] in valore, mentre FDH detiene una quota di mercato pari al [1-5%] in volume e al [5-10%] in valore⁵. Per effetto dell'operazione, pertanto, si creerebbe un operatore con una quota di mercato inferiore al 15% in volume ed al 20% in valore. La rimanente parte del mercato risulta caratterizzata dalla presenza di numerosi concorrenti, con quote di mercato scarsamente significative.

Secondo le dichiarazioni della parte notificante, l'acquisita non opera invece nel mercato nazionale delle importazioni delle banane, acquistando tale prodotto direttamente dai produttori-importatori, tra i quali la FDH. L'operazione determina, pertanto, su tale mercato, soltanto un effetto di rafforzamento di entità del tutto marginale della posizione di FDH, in ragione dell'integrazione verticale con uno dei propri acquirenti.

L'operazione comunicata non appare, quindi, in grado di restringere in modo significativo la concorrenza nei mercati interessati.

RITENUTO, pertanto, che l'operazione in esame non determina, ai sensi dell'articolo 6, comma 1, della legge n. 287/90, la costituzione o il rafforzamento di una posizione dominante sul mercato interessato, tale da eliminare o ridurre in modo sostanziale e durevole la concorrenza;

DELIBERA

di non avviare l'istruttoria di cui all'articolo 16, comma 4, della legge n. 287/90.

Le conclusioni di cui sopra saranno comunicate, ai sensi dell'articolo 16, comma 4, della legge n. 287/90, alle imprese interessate e al Ministro dello Sviluppo Economico.

⁴ Le parti ritengono che tali ipotesi sarebbe supportata dalla crescente quota detenuta nella distribuzione finale dalla GDO, la quale suole stabilire rapporti con i propri fornitori su basi assai ampie, coincidenti con ambiti ultraregionali o addirittura nazionali.

⁵ Fonte: stime fornite dalle parti.

Il presente provvedimento verrà pubblicato nel Bollettino dell'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato.

IL SEGRETARIO GENERALE

Luigi Fiorentino

IL PRESIDENTE

Antonio Catricalà

C10507 - T.T. HOLDING/R.O.A.R.

Provvedimento n. 20945

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 24 marzo 2010;

SENTITO il Relatore Dottor Antonio Pilati;

VISTA la legge 10 ottobre 1990, n. 287;

VISTA la comunicazione della società T.T. Holding S.p.A., pervenuta in data 2 marzo 2010;

CONSIDERATO quanto segue:

I. LE PARTI

T.T. Holding S.p.A. (di seguito, Tth) è una società di diritto italiano a capo di un gruppo di imprese attive, principalmente, nella vendita al dettaglio di autoveicoli per passeggeri e dei relativi ricambi, nonché nella fornitura di servizi post-vendita (assistenza, manutenzione e riparazione) sui medesimi beni. Le società del gruppo operano nelle province di Milano, Novara, Pavia, Vercelli, Verbania e Varese.

Il capitale sociale di Tth è detenuto quasi per intero da due società in accomandita per azioni (Gerolamo Malvestiti S.a.p.A. e Luigi Malvestiti S.a.p.A.).

Il gruppo Tth ha conseguito, nel corso del 2008 e interamente in Italia, un fatturato complessivo pari a 448 milioni di euro.

R.O.A.R. S.p.A. (di seguito, ROAR) è una società di diritto italiano, a capo dell'omonimo gruppo, attiva nel settore della vendita al dettaglio di autoveicoli e di ricambi per autoveicoli, nonché nella fornitura di assistenza post-vendita.

ROAR opera, direttamente e tramite le proprie controllate, nelle province di Milano e Varese.

Il capitale sociale di ROAR è detenuto per il 99% da una persona fisica.

ROAR, nell'esercizio 2008, ha conseguito un fatturato pari a circa 71 milioni di euro, interamente in Italia.

II. DESCRIZIONE DELL'OPERAZIONE

L'operazione in esame riguarda l'acquisizione, da parte di Tth, del controllo di ROAR mediante l'acquisto, in due fasi, dell'intero capitale sociale. Tth procederà già nella prima fase dell'operazione ad acquisire il controllo della società oggetto di acquisizione, mediante l'acquisto dell'80% del capitale sociale di ROAR.

Inoltre, in base agli accordi raggiunti tra le parti, Tth procederà ad acquisire anche il 49% del capitale sociale di EURWAGEN S.p.A., società in stato di liquidazione.

L'operazione risponde all'obiettivo del gruppo acquirente di rafforzare la propria posizione in alcuni mercati provinciali del Nord Italia.

III. QUALIFICAZIONE DELL'OPERAZIONE

L'operazione comunicata, in quanto comporta l'acquisizione del controllo esclusivo di un'impresa, costituisce una concentrazione ai sensi dell'articolo 5, comma 1, lettera *b*), della legge n. 287/90.

Essa rientra nell'ambito di applicazione della legge n. 287/90, non ricorrendo le condizioni di cui all'articolo 1 del Regolamento CE 139/04, ed è soggetta all'obbligo di comunicazione preventiva disposto dall'articolo 16, comma 1, della medesima legge, in quanto sia il fatturato totale realizzato nell'ultimo esercizio a livello nazionale dall'insieme delle imprese interessate è stato superiore a 461 milioni di euro, sia il fatturato totale realizzato nell'ultimo esercizio a livello nazionale dall'impresa di cui è prevista l'acquisizione è stato superiore a 46 milioni di euro.

IV. VALUTAZIONE DELLA CONCENTRAZIONE

Il mercato del prodotto

Da un punto vista merceologico, i settori interessati dall'operazione in esame sono quelli in cui opera la società oggetto di acquisizione, ossia: *i*) la distribuzione al dettaglio di autoveicoli per passeggeri, *ii*) la distribuzione al dettaglio di ricambistica per autoveicoli e *iii*) i servizi post vendita di assistenza, manutenzione e riparazione di autoveicoli¹.

i) Il mercato in questione interessa l'attività di distribuzione degli autoveicoli da parte dei concessionari ai consumatori finali. Le case produttrici commercializzano infatti le proprie vetture attraverso imprese di distribuzione (società controllate o operatori terzi) le quali, a loro volta, si avvalgono di una rete di concessionari che svolgono attività di vendita alla clientela.

Nell'ambito di tale mercato possono individuarsi diversi segmenti, distinguendo, oltre che tra autoveicoli nuovi e usati, in base alle prestazioni, alle dimensioni e al prezzo delle autovetture commercializzate. Tuttavia, frequentemente i concessionari distribuiscono diverse tipologie di prodotto (utilitarie, categoria media, categoria superiore, ecc.) e le differenze sono andate riducendosi negli anni in ragione della tendenza delle case automobilistiche ad offrire sempre più accessori anche per le auto di media e piccola cilindrata. Ai fini della presente operazione, comunque, non appare necessario addivenire ad una esatta delimitazione merceologica del mercato.

ii) Nell'ambito del settore della commercializzazione di parti ed accessori, del quale fa parte la ricambistica per autoveicoli, è possibile individuare due tipologie di prodotti, quelli originali e quelli equivalenti (di qualità corrispondente). I pezzi di ricambio originali vengono commercializzati con il marchio della casa automobilistica; la ricambistica equivalente è invece fornita da operatori indipendenti del settore della componentistica, che possono anche rifornire le stesse case automobilistiche.

I prezzi delle parti di ricambio equivalenti presentano un livello significativamente inferiore, che varia anche a seconda della tipologia di ricambio considerato. Inoltre, le diverse tipologie di ricambi per autoveicoli (guarnizioni, pastiglie, ammortizzatori, cinghie, candele, filtri, fanaleria,

¹ Cfr. provv. dell'Autorità del 1° ottobre 2009 n. 20359, C10265 - *TT HOLDING/CAMAR* e, tra gli altri, i casi C6788 e C7920.

ecc) non sono tra loro sostituibili dal lato della domanda finale, che dipende evidentemente dall'intervento di manutenzione o riparazione da effettuare².

Tuttavia si registra, sempre dal lato della domanda, una significativa sostituibilità tra ricambi originali ed equivalenti (purché di qualità corrispondente), variabile in funzione dell'età e della classe economica di appartenenza del veicolo, nonché del tipo di ricambio. Dal lato dell'offerta, inoltre, i centri di assistenza delle case automobilistiche (generalmente concessionarie e officine autorizzate) possono distribuire al dettaglio ricambi sia originali che equivalenti così come, a norma del Regolamento di esenzione n. 1400/02, i distributori indipendenti di ricambi per auto. Sempre dal lato dell'offerta, infine, gli operatori distribuiscono generalmente un'ampia gamma di parti di ricambio.

iii) Il mercato dei servizi di assistenza post vendita per autoveicoli risulta caratterizzato da un'estrema polverizzazione dell'offerta. L'attività di riparazione e manutenzione viene infatti svolta da un'ampia gamma di operatori quali: officine e concessionari rivenditori autorizzati; officine indipendenti; stazioni di servizio; centri auto specializzati; servizi rapidi di assistenza (l'attività di assistenza in garanzia viene invece effettuata dagli stessi concessionari delle case automobilistiche ovvero da altri soggetti da queste autorizzati).

Il mercato geografico

Per quel che riguarda la rilevanza geografica, la dimensione dei mercati *sub i), ii) e iii)* può ritenersi locale, tendenzialmente provinciale. Tale ipotesi trae fondamento dai comportamenti di acquisto dei consumatori e, in particolare, dall'importanza da questi attribuita alla prossimità dei punti di vendita e assistenza.

Nel caso di specie, pertanto, in considerazione dell'ambito di operatività della società oggetto di acquisizione, il mercato geografico rilevante può ritenersi circoscritto alle province di Milano e Varese.

Effetti dell'operazione

i) Per quel che riguarda il mercato della distribuzione al dettaglio di autoveicoli per passeggeri, nella provincia di Varese, il gruppo Tth è presente con una quota pari a circa il [15-20%]³, mentre ROAR detiene una quota di mercato pari a circa [inferiore all'1%]. Nella provincia di Milano, invece, Tth risulta operativo con un'incidenza modesta pari a circa il [1-5%] e anche la quota riconducibile a ROAR è minima, pari a circa [inferiore all'1%].

ii)-iii) Per quanto riguarda i due mercati della distribuzione di pezzi di ricambio per automobili e della fornitura dei servizi di assistenza post vendita, in considerazione dell'elevato numero e della diversa natura dei vari operatori ivi presenti, le parti non sono in grado di stimarne precisamente la dimensione complessiva. Ad ogni modo, le stesse parti ritengono che la propria presenza complessiva nei mercati in questione possa considerarsi marginale e pari, relativamente ad entrambi i mercati in parola, a circa il [1-5%] nella provincia di Milano e a circa il 5-10% in provincia di Varese.

² Si segnala inoltre l'esistenza di una variegata gamma di modelli (profondità di gamma) all'interno di una stessa tipologia di ricambio, ognuno dei quali indicato per un determinato autoveicolo o serie di autoveicoli.

³ Nella presente versione alcuni dati sono omessi, in quanto si sono ritenuti sussistenti elementi di riservatezza o di segretezza delle informazioni.

Peraltro, tutti i mercati *sub i)-iii)* possono considerarsi privi di particolari barriere all'ingresso di nuovi operatori e caratterizzati dalla presenza di numerosi e qualificati concorrenti.

Alla luce delle considerazioni che precedono, la concentrazione in esame non appare idonea a modificare significativamente le dinamiche concorrenziali nei mercati rilevanti.

RITENUTO, pertanto, che l'operazione in esame non comporta, ai sensi dell'articolo 6, comma 1, della legge n. 287/90, la costituzione o il rafforzamento di una posizione dominante nei mercati interessati, tale da eliminare o ridurre in modo sostanziale e durevole la concorrenza;

DELIBERA

di non avviare l'istruttoria di cui all'articolo 16, comma 4, della legge n. 287/90.

Le conclusioni di cui sopra saranno comunicate, ai sensi dell'articolo 16, comma 4, della legge n. 287/90, alle imprese interessate e al Ministro dello Sviluppo Economico.

Il provvedimento verrà pubblicato nel Bollettino dell'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato.

IL SEGRETARIO GENERALE

Luigi Fiorentino

IL PRESIDENTE

Antonio Catricalà

C10508 - GEODIS/BSL BERTOLA SERVIZI LOGISTICI

Provvedimento n. 20946

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 24 marzo 2010;

SENTITO il Relatore Professore Carla Bedogni Rabitti;

VISTA la legge 10 ottobre 1990, n. 287;

VISTO l'atto della società Geodis S.A., pervenuto in data 3 marzo 2010;

CONSIDERATO quanto segue:

I. LE PARTI

GEODIS S.A (di seguito, GEODIS) è una società di diritto francese appartenente al gruppo GEODIS, attivo nel settore del trasporto e della logistica. GEODIS è controllata da SNCF Partecipation S.A., a sua volta controllata da SNCF, il cui capitale sociale è interamente detenuto dallo Stato francese. Il gruppo è presente in Italia attraverso partecipazioni di controllo nelle seguenti società: Geodis Holding Italia S.p.A., Geodis Immobiliare S.p.A., Bourgey Montreuil Italia S.r.l., Geodis Wilson Italia S.p.A., Geodis Zust Ambrosetti S.p.A., Geodis Global Solutions Italia S.r.l., Geodis Logistics Italia S.p.A., Sincrolog S.r.l.

Il fatturato realizzato da GEODIS nel 2008 è stato pari a circa 5 miliardi di euro, di cui circa 4,3 miliardi di euro realizzati nell'ambito dell'Unione Europea e circa 360 milioni di euro in Italia.

BSL Bertola Servizi Logistici S.p.A. (di seguito, BSL) è una società con sede legale a Pavia, controllata da FBH S.p.A., la cui attività consiste nello svolgimento di servizi di logistica integrata. Nell'anno 2008, il fatturato di BSL, realizzato integralmente in Italia, è risultato pari a circa 60 milioni di euro.

II. LA DESCRIZIONE DELL'OPERAZIONE

L'operazione in esame consiste nell'acquisizione da parte di GEODIS, o di altra società dalla stessa direttamente o indirettamente controllata (come previsto dal contratto di compravendita che prevede un diritto di designazione da parte GEODIS), dell'intero capitale sociale di BSL e, quindi, del controllo esclusivo della società.

Con il perfezionamento dell'operazione GEODIS intende ampliare il proprio pacchetto clienti, ottimizzando la propria gamma di servizi, mentre per BSL l'inserimento all'interno del Gruppo GEODIS rappresenta una importante possibilità di sviluppo, anche in ragione delle sinergie che si verrebbero a creare tra le Parti.

III. LA QUALIFICAZIONE DELL'OPERAZIONE

L'operazione comunicata, in quanto comporta l'acquisizione del controllo di un'impresa, costituisce una concentrazione ai sensi dell'articolo 5, comma 1, lettera *b*), della legge n. 287/90.

Essa rientra nell'ambito di applicazione della legge n. 287/90, non ricorrendo le condizioni di cui all'articolo 1 del Regolamento CE n. 139/04, ed è soggetta all'obbligo di comunicazione

preventiva di cui all'articolo 16, comma 1, della medesima legge, in quanto il fatturato realizzato nell'ultimo esercizio a livello nazionale dall'impresa di cui è prevista l'acquisizione, è stato superiore ai 46 milioni di euro.

IV. LA VALUTAZIONE DELLA CONCENTRAZIONE

Il mercato del prodotto

Il settore interessato dall'operazione è quello della logistica, in cui risultano attivi sia il gruppo acquirente che la società acquisenda. La logistica consiste nel complesso dei servizi di gestione resi ad imprese che svolgono attività commerciale o industriale, relativamente al flusso di merci, al magazzino, al rifornimento, alla custodia e alla distribuzione di parti, componenti e beni.

I servizi in questione si riferiscono sia alle fasi iniziali, intermedie o terminali del ciclo produttivo (c.d. logistica *inbound*) sia alla successiva fase della distribuzione (c.d. logistica *outbound*)¹. E', altresì, prevista un'ampia gamma di servizi legati alla gestione del magazzino, quali, per esempio, le attività di imballaggio e il controllo di qualità.

Caratteristica del mercato in questione è quella di considerare la molteplicità dei servizi richiesti dal cliente come un'attività unitaria, che integra tra di loro la programmazione, lo sviluppo ed il controllo del flusso di movimentazione dei beni.

Il mercato geografico

Coerentemente con l'orientamento comunitario e nazionale, da un punto di vista geografico il mercato rilevante è di dimensione nazionale, dal momento che la domanda proviene prevalentemente da operatori italiani, che si rivolgono in larga misura a imprese operanti sul territorio nazionale, e i servizi riguardano soprattutto la movimentazione di merci sul territorio nazionale².

Gli effetti dell'operazione

Nel mercato rilevante la società acquisenda detiene una quota di mercato inferiore al punto percentuale. Anche GEODIS, che opera sul mercato per il tramite delle società Geodis Global Solutions Italia S.r.l., Geodis Logistics Italia S.p.A., Sincrolog S.r.l., detiene una presenza assolutamente marginale, che può essere quantificata in una quota di mercato anch'essa inferiore all'1%.

Pertanto, a seguito dell'operazione, nonostante l'incremento di quota, la società acquirente deterrà ancora una posizione di mercato poco significativa.

Per quanto precede, nonché in ragione della presenza nel mercato di riferimento di diversi altri operatori di rilievo, con quote di mercato di maggior rilievo - quali tra gli altri il Gruppo DHL (6%), Savino de Bene, CEVA, TNT e SAIMA (tutti con una quota pari a circa il 3%), Fercam e

¹ Cfr. i casi C9704 - *CEVA Logistics Italia/Transitalia*, provvedimento n. 19074 del 30 ottobre 2008, in Boll. n. 41/08; C8573 - *CEVA Logistics Italia/Ramo d'azienda di NRG Italia*, provvedimento n. 16993 del 21 giugno 2007, in Boll. n. 25/07; C7426 - *TNT Logistics Italia/Ramo d'azienda Bosch Rexroth*, provvedimento n. 15041 del 22 dicembre 2005, in Boll. n. 51-52/05 e C7250 - *Transport Frigorifiques Européens/Cavalierifin*, provvedimento n. 14839 del 4 novembre 2005, in Boll. n. 44/05.

² Cfr. Caso M.2831, *Dvs/Tnt Logistics*, del 27 giugno 2002, Caso M.2722, *Autologic/Tnt/Wallenius Wilhelmsen/Cat Jv*, del 25 febbraio 2002, nonché i citati precedenti nazionali.

Schenker (con quote di poco inferiori al 2%) -, l'operazione comunicata non risulta in grado di modificare in maniera sostanziale l'assetto concorrenziale del mercato.

RITENUTO, pertanto, che l'operazione in esame non determina, ai sensi dell'articolo 6, comma 1, della legge n. 287/90, la costituzione o il rafforzamento di una posizione dominante sul mercato interessato, tale da eliminare o ridurre in modo sostanziale e durevole la concorrenza;

DELIBERA

di non avviare l'istruttoria di cui all'articolo 16, comma 4, della legge n. 287/90.

Le conclusioni di cui sopra saranno comunicate, ai sensi dell'articolo 16, comma 4, della legge n. 287/90, alle imprese interessate e al Ministro dello Sviluppo Economico.

Il presente provvedimento verrà pubblicato nel Bollettino dell'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato.

IL SEGRETARIO GENERALE

Luigi Fiorentino

IL PRESIDENTE

Antonio Catricalà

C10509 - BENCOM/RAMO DI AZIENDA DI GIUSEPPE PENCO*Provvedimento n. 20947*

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 24 marzo 2010;

SENTITO il Relatore Dottor Antonio Pilati;

VISTA la legge 10 ottobre 1990, n. 287;

VISTA la comunicazione della società Bencom S.r.l., pervenuta in data 4 marzo 2010;

CONSIDERATO quanto segue:

I. LE PARTI

Bencom S.r.l. (di seguito, Bencom) è una società con sede in Ponzano Veneto (TV), interamente controllata da Benetton Group S.p.A..

Benetton Group S.p.A. e le società alla medesima facenti capo (insieme, il Gruppo Benetton) producono, fanno produrre e commercializzano articoli ed accessori per abbigliamento *casual*, abbigliamento sportivo e c.d. *street*, incluse calzature, contraddistinti dai marchi di proprietà, tra i quali "United Colors of Benetton", "Sisley", "012", "The Hip Site", "Killer Loop" e "Playlife". Il gruppo Benetton, infine, produce, fa produrre e commercializza *skateboards* e *snowboards* con il marchio "Killer Loop". La commercializzazione e la vendita dei prodotti ed accessori di abbigliamento avviene per il tramite di esercizi commerciali, allo stato per lo più di proprietà e gestiti da terzi, specializzati nella vendita dei summenzionati prodotti e "ad immagine".

Nel 2008, il Gruppo Benetton ha realizzato a livello mondiale un fatturato di circa 2,1 miliardi di euro, di cui circa 1,8 miliardi di euro realizzati nell'Unione Europea e circa 1 miliardo di euro in Italia.

Oggetto di acquisizione è il ramo d'azienda di proprietà di Giuseppe Penco S.n.c. (di seguito, Penco), costituito da un esercizio commerciale, dotato di autorizzazione amministrativa per la vendita al dettaglio di articoli non alimentari, sito in Genova, via Oberdan 166 B-C.

Penco è una società in nome collettivo attiva nel commercio al dettaglio di prodotti tessili di qualunque tipo e pregio, compresi quelli per l'arredamento della casa.

Non sono disponibili i dati di fatturato del ramo d'azienda oggetto di acquisizione.

II. DESCRIZIONE DELL'OPERAZIONE

L'operazione in esame riguarda l'acquisizione, da parte di Bencom, della proprietà del ramo d'azienda citato, composto dagli impianti, dall'autorizzazione amministrativa per la vendita al dettaglio di articoli non alimentari, dall'avviamento commerciale e dal diritto di condurre in locazione l'immobile.

L'esercizio commerciale sopra citato, a seguito dell'operazione di cui si tratta, verrà concesso in affitto a terzi.

III. QUALIFICAZIONE DELL'OPERAZIONE

L'operazione comunicata, in quanto comporta l'acquisizione del controllo di parte di un'impresa, costituisce una concentrazione ai sensi dell'articolo 5, comma 1, lettera *b*), della legge n. 287/90.

Essa rientra nell'ambito di applicazione della legge n. 287/90, non ricorrendo le condizioni di cui all'articolo 1 del Regolamento CE n. 139/04, ed è soggetta all'obbligo di comunicazione preventiva disposto dall'articolo 16, comma 1, della medesima legge, in quanto il fatturato totale realizzato nell'ultimo esercizio a livello nazionale dall'insieme delle imprese interessate è stato superiore a 461 milioni di euro.

IV. VALUTAZIONE DELLA CONCENTRAZIONE

Il mercato del prodotto

Il settore interessato dalla presente operazione è quello della distribuzione al dettaglio di capi di abbigliamento e dei relativi accessori; in particolare, il gruppo Benetton è attivo a livello nazionale nella produzione di capi femminili, maschili e per bambino, di genere sia formale sia informale, attraverso numerosi punti vendita gestiti sia direttamente che da terzi. Gli articoli e gli accessori per l'abbigliamento sono prodotti e commercializzati dal Gruppo Benetton con diversi marchi tra i quali "United Colors of Benetton", "Sisley", "012", "The Hip Side", "Killer Loop" e "Playlife".

In Italia la distribuzione dei capi d'abbigliamento e degli accessori avviene attraverso due canali principali: i negozi tradizionali, spesso specializzati per tipologie di prodotto, e la distribuzione moderna. La distribuzione moderna si distingue da quella tradizionale al dettaglio innanzitutto per il servizio offerto al cliente: nei punti vendita della distribuzione moderna prevale infatti il libero servizio, mentre nei negozi tradizionali la vendita assistita. Inoltre, la distribuzione moderna si caratterizza, dal punto di vista della tipologia dei punti vendita, per la grande superficie di questi ultimi e per la presenza di reparti dedicati a differenti categorie di prodotti (abbigliamento uomo, donna, bambino, abbigliamento intimo), mentre i punti vendita tradizionali sono spesso specializzati in una gamma ristretta di prodotti.

Deve, tuttavia, osservarsi che i punti vendita di abbigliamento sono, ormai in misura significativa, negozi specializzati nella vendita di un unico marchio, i cosiddetti negozi "monomarca" (ad esempio "Max Mara", "Stefanel", "Replay", "Mariella Burani", "Max & Co."), dove prevale il libero servizio, che permette al consumatore di scegliere autonomamente, ma allo stesso tempo assicura, qualora venga richiesta, la vendita assistita tipica dei negozi tradizionali. E' necessario, inoltre, evidenziare come la disposizione in un unico punto vendita di tutte le tipologie di prodotto non rivesta un'importanza determinante, in quanto i capi di abbigliamento e gli accessori sono beni durevoli, di valore unitario elevato, che soddisfano vari bisogni: quello primario di vestirsi, ma anche un insieme complesso di altre necessità legate all'immagine individuale e sociale di una persona. Il consumatore è, dunque, disposto a visitare diversi negozi, comparandone le offerte in termini di qualità, prezzo e gusto, nonché a ripetere la ricerca per ogni articolo di cui ha bisogno.

Sulla base di queste considerazioni, si ritiene, dunque, che la distribuzione moderna e i negozi tradizionali facciano parte del medesimo mercato.

Il mercato geografico

Dal punto di vista geografico, il mercato del prodotto ha dimensione locale. L'esatta delimitazione della dimensione geografica deve essere effettuata caso per caso, sulla base della dimensione dei bacini di utenza dei singoli punti vendita delle imprese interessate e del loro livello di sovrapposizione. Nel caso di specie, il mercato geografico rilevante presenta dimensioni provinciali corrispondenti alla provincia di Genova.

Effetti dell'operazione

Nel 2008, la quota di mercato detenuta dal gruppo Benetton nella provincia di Genova è stata pari al [1-5%]¹. Si osserva, altresì, che nel mercato in esame sono presenti numerosi e qualificati concorrenti, tra i quali Upim, Oviessa, Motivi, Glenfield, Stefanel e Prenatal. Pertanto, alla luce di quanto sopra esposto e data la trascurabile incidenza dell'acquisizione di un ulteriore punto vendita da parte del gruppo Benetton nella provincia citata, l'operazione non appare idonea ad alterare le dinamiche concorrenziali esistenti nel mercato della distribuzione di capi di abbigliamento e accessori nella provincia di Genova.

RITENUTO, pertanto, che l'operazione in esame non determina, ai sensi dell'articolo 6, comma 1, della legge n. 287/90, la costituzione o il rafforzamento di una posizione dominante sul mercato interessato, tale da eliminare o ridurre in modo sostanziale e durevole la concorrenza;

DELIBERA

di non avviare l'istruttoria di cui all'articolo 16, comma 4, della legge n. 287/90.

Le conclusioni di cui sopra saranno comunicate, ai sensi dell'articolo 16, comma 4, della legge n. 287/90, alle imprese interessate e al Ministro dello Sviluppo Economico.

Il presente provvedimento verrà pubblicato nel Bollettino dell'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato.

IL SEGRETARIO GENERALE
Luigi Fiorentino

IL PRESIDENTE
Antonio Catricalà

¹ Nella presente versione alcuni dati sono omessi, in quanto si sono ritenuti sussistenti elementi di riservatezza o di segretezza delle informazioni.

C10511 - BENCOM/RAMO DI AZIENDA DI LOOP

Provvedimento n. 20948

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 24 marzo 2010;

SENTITO il Relatore Dottor Antonio Pilati;

VISTA la legge 10 ottobre 1990, n. 287;

VISTA la comunicazione della società Bencom S.r.l., pervenuta in data 5 marzo 2010;

CONSIDERATO quanto segue:

I. LE PARTI

Bencom S.r.l. (di seguito, Bencom) è una società con sede in Ponzano Veneto (TV), interamente controllata da Benetton Group S.p.A..

Benetton Group S.p.A. e le società alla medesima facenti capo (insieme, il Gruppo Benetton) producono, fanno produrre e commercializzano articoli ed accessori per abbigliamento *casual*, abbigliamento sportivo e c.d. *street*, incluse calzature, contraddistinti dai marchi di proprietà, tra i quali "United Colors of Benetton", "Sisley", "012", "The Hip Site", "Killer Loop" e "Playlife". Il gruppo Benetton, infine, produce e fa produrre e commercializza *skateboards* e *snowboards* con il marchio "Killer Loop". La commercializzazione e la vendita dei prodotti ed accessori di abbigliamento avviene per il tramite di esercizi commerciali, allo stato per lo più di proprietà e gestiti da terzi, specializzati nella vendita dei summenzionati prodotti e "ad immagine".

Nel 2008 il Gruppo Benetton ha realizzato a livello mondiale un fatturato di circa 2,1 miliardi di euro, di cui circa 1,8 miliardi di euro realizzati nell'Unione Europea e circa 1 miliardo di euro in Italia.

Oggetto di acquisizione è il ramo d'azienda di proprietà della società Loop S.n.c. (di seguito, Loop), costituito da un esercizio commerciale, dotato di autorizzazione amministrativa per la vendita al dettaglio di articoli non alimentari, sito in Genova, via Oberdan 166 A.

Loop è una società attiva nel commercio al dettaglio di articoli ed accessori di abbigliamento femminile, il cui capitale sociale è detenuto da due persone fisiche.

Non sono disponibili i dati di fatturato del ramo d'azienda oggetto dell'operazione.

II. DESCRIZIONE DELL'OPERAZIONE

L'operazione in esame riguarda l'acquisizione, da parte di Bencom, della proprietà del ramo d'azienda citato, composto dagli impianti, dall'autorizzazione amministrativa per la vendita al dettaglio di articoli non alimentari, dall'avviamento commerciale e dal diritto di condurre in locazione l'immobile.

A seguito dell'operazione di cui si tratta, il ramo d'azienda citato verrà concesso in affitto a terzi.

III. QUALIFICAZIONE DELL'OPERAZIONE

L'operazione comunicata, in quanto comporta l'acquisizione del controllo di parte di un'impresa, costituisce una concentrazione ai sensi dell'articolo 5, comma 1, lettera *b*), della legge n. 287/90.

Essa rientra nell'ambito di applicazione della legge n. 287/90, non ricorrendo le condizioni di cui all'articolo 1 del Regolamento CE n. 139/04, ed è soggetta all'obbligo di comunicazione preventiva disposto dall'articolo 16, comma 1, della medesima legge, in quanto il fatturato totale realizzato nell'ultimo esercizio a livello nazionale dall'insieme delle imprese interessate è stato superiore a 461 milioni di euro.

IV. VALUTAZIONE DELLA CONCENTRAZIONE

Il mercato del prodotto

Il settore interessato dalla presente operazione è quello della distribuzione al dettaglio di capi di abbigliamento e dei relativi accessori; in particolare, il gruppo Benetton è attivo a livello nazionale nella produzione di capi femminili, maschili e per bambino, di genere sia formale sia informale, attraverso numerosi punti vendita gestiti sia direttamente che da soggetti terzi. Gli articoli e gli accessori per l'abbigliamento sono prodotti e commercializzati dal Gruppo Benetton con diversi marchi tra i quali "United Colors of Benetton", "Sisley", "012", "The Hip Side", "Killer Loop" e "Playlife".

In Italia la distribuzione dei capi d'abbigliamento e degli accessori avviene attraverso due canali principali: i negozi tradizionali, spesso specializzati per tipologie di prodotto, e la distribuzione moderna. La distribuzione moderna si distingue da quella tradizionale al dettaglio innanzitutto per il servizio offerto al cliente: nei punti vendita della distribuzione moderna prevale infatti il libero servizio, mentre nei negozi tradizionali la vendita assistita. Inoltre, la distribuzione moderna si caratterizza, dal punto di vista della tipologia dei punti vendita, per la grande superficie di questi ultimi e per la presenza di reparti dedicati a differenti categorie di prodotti (abbigliamento uomo, donna, bambino, abbigliamento intimo), mentre i punti vendita tradizionali sono spesso specializzati in una gamma ristretta di prodotti.

Deve, tuttavia, osservarsi che i punti vendita di abbigliamento sono, ormai in misura significativa, negozi specializzati nella vendita di un unico marchio, i cosiddetti negozi "monomarca" (ad esempio "Max Mara", "Stefanel", "Replay", "Mariella Burani", "Max & Co."), dove prevale il libero servizio, che permette al consumatore di scegliere autonomamente, ma allo stesso tempo assicura, qualora venga richiesta, la vendita assistita tipica dei negozi tradizionali. E' necessario, inoltre, evidenziare come la disposizione in un unico punto vendita di tutte le tipologie di prodotto non rivesta un'importanza determinante, in quanto i capi di abbigliamento e gli accessori sono beni durevoli, di valore unitario elevato, che soddisfano vari bisogni: quello primario di vestirsi, ma anche un insieme complesso di altre necessità legate all'immagine individuale e sociale di una persona. Il consumatore è, dunque, disposto a visitare diversi negozi, comparandone le offerte in termini di qualità, prezzo e gusto, nonché a ripetere la ricerca per ogni articolo di cui ha bisogno.

Sulla base di queste considerazioni, si ritiene, dunque, che la distribuzione moderna e i negozi tradizionali facciano parte del medesimo mercato.

Il mercato geografico

Dal punto di vista geografico, il mercato del prodotto ha dimensione locale. L'esatta delimitazione della dimensione geografica deve essere effettuata caso per caso, sulla base della dimensione dei bacini di utenza dei singoli punti vendita delle imprese interessate e del loro livello di sovrapposizione. Nel caso di specie, il mercato geografico rilevante presenta dimensioni provinciali corrispondenti alla provincia di Genova.

Effetti dell'operazione

Nel 2008, la quota di mercato detenuta dal gruppo Benetton nella provincia di Genova è stata pari al [1-5%]¹. Si osserva, altresì, che nel mercato in esame sono presenti numerosi e qualificati concorrenti, tra i quali Upim, Oviesse, Motivi, Glenfield, Stefanel e Prenatal. Pertanto, data la trascurabile incidenza dell'acquisizione di un ulteriore punto vendita da parte del gruppo Benetton nella provincia citata², si ritiene che l'operazione di cui si tratta non sia idonea ad alterare le dinamiche concorrenziali esistenti nel mercato della distribuzione di capi di abbigliamento e accessori nella provincia di Genova.

RITENUTO, pertanto, che l'operazione in esame non determina, ai sensi dell'articolo 6, comma 1, della legge n. 287/90, la costituzione o il rafforzamento di una posizione dominante sul mercato interessato, tale da eliminare o ridurre in modo sostanziale e durevole la concorrenza;

DELIBERA

di non avviare l'istruttoria di cui all'articolo 16, comma 4, della legge n. 287/90.

Le conclusioni di cui sopra saranno comunicate, ai sensi dell'articolo 16, comma 4, della legge n. 287/90, alle imprese interessate e al Ministro dello Sviluppo Economico.

Il presente provvedimento verrà pubblicato nel Bollettino dell'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato.

IL SEGRETARIO GENERALE
Luigi Fiorentino

IL PRESIDENTE
Antonio Catricalà

¹ Nella presente versione alcuni dati sono omessi, in quanto si sono ritenuti sussistenti elementi di riservatezza o di segretezza delle informazioni.

² Si evidenzia che, a seguito dell'operazione di concentrazione C10509, comunicata in data 4 marzo 2010, il gruppo Benetton acquisirà, nella provincia di Genova, il controllo di un ulteriore punto vendita oltre a quello oggetto dell'operazione in esame.

C10512 – GIUNTI & MESSAGGERIE/ALTAIR*Provvedimento n. 20949*

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 24 marzo 2010;

SENTITO il Relatore Dottor Antonio Pilati;

VISTA la legge 10 ottobre 1990, n. 287;

VISTA la comunicazione della società Giunti & Messaggerie S.r.l., pervenuta in data 5 marzo 2010;

CONSIDERATO quanto segue:

I. LE PARTI

GIUNTI & MESSAGGERIE S.r.l. (di seguito, anche MG S.r.l.) è una società che opera, con il ruolo di *holding* industriale, nel settore della distribuzione e del commercio di libri e prodotti editoriali e svolge attività di controllo e di coordinamento strategico, amministrativo e finanziario delle seguenti società partecipate: Fastbook S.p.A., attiva nei settori della vendita all'ingrosso di libri e prodotti editoriali a librerie e cartolerie e della vendita al dettaglio mediante librerie in *franchising*; Opportunity S.p.A., operante nella vendita all'ingrosso alla grande distribuzione organizzata; IBS S.r.l., operante nell'*e-commerce* di libri e prodotti editoriali al dettaglio mediante il portale Internet "ibs.it"; Librinvolò S.r.l. che gestisce una libreria sita in Mantova; Giunti al Punto S.p.A. che gestisce la catena di librerie *Giunti al Punto*; la società collegata Altair S.r.l., che gestisce la catena di librerie *Melbookstore*.

Il capitale sociale di MG S.r.l. è detenuto per il 50% da Emmelibri S.p.A., a sua volta interamente controllata da Messaggerie Italiane di Giornali Riviste e Libri S.p.A. (Messaggerie Italiane) e per il 50% da Giunti Editore S.p.A., cui fa capo l'omonimo gruppo.

Il fatturato realizzato da Messaggerie Italiane nell'anno 2008, quasi interamente in Italia, è stato di circa 521 milioni di euro. Il fatturato del gruppo Giunti nel 2008, interamente realizzato in Italia, è stato di circa 190 milioni di euro.

ALTAIR S.r.l. è operante nel settore della vendita di libri e prodotti editoriali al dettaglio mediante la catena di librerie *Melbookstore*, ed è attiva prevalentemente nelle seguenti città: Roma, Milano, Ferrara, Bologna, Firenze, Padova e Novara.

La società è partecipata al 50% da Giunti & Messaggerie S.r.l. e al 50% da Argo S.r.l. Il fatturato di Altair S.r.l., per il 2008, esclusivamente realizzato in Italia, è stato di circa 25 milioni di euro.

II. DESCRIZIONE DELL'OPERAZIONE

L'operazione in esame consiste nel passaggio dal controllo congiunto al controllo esclusivo di Altair S.r.l. da parte di MG S.r.l., attraverso l'acquisizione delle partecipazioni societarie attualmente detenute da Argo S.r.l.

In particolare, l'operazione prevede che MG S.r.l. acquisisca il 25% del capitale detenuto da Argo S.r.l., con reciproca concessione di diritti d'opzione *put* e *call* che consentiranno a MG S.r.l. di

acquisire il residuo 25% del capitale di Altair S.r.l. nel mese di gennaio 2014 e ad Argo S.r.l. di vendere la propria partecipazione nel medesimo periodo. In una prima fase, quindi, MG S.r.l. deterrà il 75% del capitale di Altair S.r.l., mentre il restante 25% sarà mantenuto da Argo S.r.l. fino all'esercizio dei diritti d'opzione.

III. QUALIFICAZIONE DELL'OPERAZIONE

L'operazione comunicata, in quanto comporta l'acquisizione del controllo esclusivo di un'impresa, costituisce una concentrazione ai sensi dell'articolo 5, comma 1, lettera *b*), della legge n. 287/90.

Essa rientra nell'ambito di applicazione della legge n. 287/90, non ricorrendo le condizioni di cui all'articolo 1 del Regolamento CE n. 139/04, ed è soggetta all'obbligo di comunicazione preventiva disposto dall'articolo 16, comma 1, della medesima legge, in quanto il fatturato totale realizzato in Italia dalle imprese interessate è stato superiore a 461 milioni di euro.

IV. VALUTAZIONE DELL'OPERAZIONE

L'operazione in esame interessa il mercato della vendita al dettaglio di libri di "varia", quali narrativa, saggistica, tascabili, libri illustrati e libri per ragazzi. La dimensione geografica del mercato rilevante è da considerare circoscritta all'ambito locale, potendosi assumere una ridotta mobilità dei consumatori nell'acquisto dei prodotti editoriali. L'ambito geografico rilevante corrisponde, nel caso di specie, ai comuni o al più alle province in cui sono ubicati i punti vendita interessati dall'operazione. In particolare, la società acquisita detiene librerie a Roma, Milano, Ferrara, Bologna, Firenze, Padova e Novara, città in cui sono presenti decine, quando non centinaia, di librerie concorrenti. Si rileva inoltre che, a livello nazionale, la quota detenuta da MG S.r.l. è dell'11% circa. Le principali catene di librerie, riferibili ai gruppi Feltrinelli e Mondadori, sviluppano rispettivamente il 22% e il 14% delle vendite complessive.

In ogni caso, considerato che l'operazione in esame determina unicamente un mutamento della qualità del controllo sulla società Altair S.r.l., la stessa non risulta in grado di modificare l'assetto concorrenziale esistente nei mercati rilevanti.

RITENUTO, pertanto, che l'operazione in esame non determina, ai sensi dell'articolo 6, comma 1, della legge n. 287/90, la costituzione o il rafforzamento di una posizione dominante sui mercati interessati, tale da eliminare o ridurre in modo sostanziale e durevole la concorrenza;

DELIBERA

di non avviare l'istruttoria di cui all'articolo 16, comma 4, della legge n. 287/90.

Le conclusioni di cui sopra saranno comunicate, ai sensi dell'articolo 16, comma 4, della legge n. 287/90, alle imprese interessate e al Ministro dello Sviluppo Economico.

Il presente provvedimento verrà pubblicato nel Bollettino dell'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato.

IL SEGRETARIO GENERALE
Luigi Fiorentino

IL PRESIDENTE
Antonio Catricalà

ATTIVITA' DI SEGNALAZIONE E CONSULTIVA

AS672 - COMUNE DI GROTTAMMARE (AP) - DISTRIBUZIONE DEL GAS NATURALE

Roma, 4 febbraio 2010

Dott. Luigi Merli
Sindaco

Oggetto: richiesta di parere in materia di concessioni del servizio di distribuzione del gas naturale.

Signor Sindaco,

in relazione alla richiesta di parere pervenuta in data 22 dicembre 2009 e relativa alla proroga prevista dall'articolo 23, comma 4 del decreto legge n. 273/2005, convertito in legge n. 51/2006, nonché alla possibilità di indire una gara per la concessione del servizio di distribuzione del gas nelle more della definizione degli ambiti territoriali minimi, l'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato, ai sensi dell'art. 22 della legge n. 287/1990, così come deliberato nell'adunanza del 27 gennaio 2010, esprime le seguenti considerazioni.

Il parere richiesto solleva una prima problematica riguardante l'interpretazione della disciplina speciale del periodo transitorio per gli affidamenti e le concessioni dei servizi di distribuzione del gas naturale rientranti nell'ambito di applicazione della normativa in materia di metanizzazione del Mezzogiorno (art. 23, comma 4, del D.L. n. 273/2005, convertito nella L. n. 51/2006), con particolare riferimento alla sua applicazione anche nei casi in cui l'ente locale, e di conseguenza il concessionario, abbiano beneficiato del finanziamento previsto dall'art. 11 della legge n. 784/1980 per la realizzazione solo di un tratto esiguo di rete.

Premettendo che esula dai compiti di questa istituzione fornire un'interpretazione autentica delle norme vigenti o entrare nel merito di casi specifici sui quali è chiamata ad esprimersi la giurisprudenza amministrativa, la questione rileva sotto un profilo antitrust nella misura in cui ha ad oggetto l'interpretazione estensiva di norme che, dilatando l'arco temporale di affidamento della concessione in assenza di gara, prolungano nel tempo il differimento dell'applicazione dei principi di concorrenzialità e liberalizzazione nel settore del gas.

Al riguardo si osserva che un'interpretazione volta ad includere nell'ambito di applicazione del beneficio di una gestione dodicennale qualsiasi intervento anche esiguo sulla rete configge con la *ratio* e il carattere eccezionale dell'art. 23, comma 4 della legge n. 51/2006. Infatti, se lo scopo

dell'art. 23, comma 4 citato è quello di consentire, in via del tutto eccezionale, che gli impianti siano gestiti per almeno dodici anni dagli stessi soggetti che li hanno realizzati, in base all'esigenza di tener conto del tempo necessario per la costruzione delle reti, non appare proporzionato e ragionevole accordare tale favore relativamente a qualsiasi intervento finanziato, a prescindere dalla sua reale entità. Di conseguenza, con le cautele rese necessarie dal fatto che la norma non risulta di agevole lettura, allo stato, l'Autorità riterrebbe preferibile, sotto il profilo concorrenziale, l'adozione di un'interpretazione *strictu sensu* della norma in parola.

Per quanto riguarda la seconda questione, ovvero la possibilità di esperire le procedure di gara da parte degli enti locali nelle more della determinazione degli ambiti territoriali minimi da parte del Ministero dello sviluppo economico di concerto con il Ministero per i rapporti con le regioni, si osserva che l'Autorità, conformemente alla giurisprudenza amministrativa che finora si è pronunciata sulla questione¹, ritiene che, pur essendo certamente auspicabile, sotto il profilo dell'efficienza delle gestioni, l'espletamento di gare sulla base di ambiti territoriali minimi, l'interpretazione orientata a sostenere il blocco delle gare fino alla determinazione di detti ambiti si ponga in contrasto con il principio comunitario di concorrenza, la cui attuazione attraverso un atto ministeriale potrebbe essere rinviata ad un futuro incerto, con il rischio di ritardare ulteriormente il completamento del processo di liberalizzazione nel settore del gas. Pertanto, pur in presenza di un quadro normativo estremamente incerto, l'Autorità ritiene preferibile propendere, quantomeno, per la soluzione della facoltatività, lasciando liberi i Comuni di decidere se indire le gare o se attendere la definizione degli ambiti.

Il presente parere sarà pubblicato sul Bollettino di cui all'art. 26 della legge n. 287/90. Eventuali esigenze di riservatezza dovranno essere manifestate all'Autorità entro trenta giorni dal ricevimento del presente parere, precisandone i motivi.

IL SEGRETARIO GENERALE

Luigi Fiorentino

¹ Cfr. Sentenze del TAR Lombardia Brescia n. 730/08; n. 582/08; n. 566/08; n. 322/2009; n. 1221/2009. Cfr. anche ordinanza del Consiglio di Stato del 30 settembre 2008 n. 5213.

AS673 - COMUNE DI FELTRE (BL) - DISTRIBUZIONE DEL GAS NATURALE

Roma, 4 febbraio 2010

Sen. Gianvittore Vaccari
Sindaco

Oggetto: richiesta di parere in materia di concessioni del servizio di distribuzione del gas naturale.

Signor Sindaco,

in relazione alla richiesta di parere pervenuta in data 4 gennaio 2010 e relativa alla legittimità della proroga di concessione del servizio di distribuzione del gas accordata ad Italgas, fino al 31 dicembre 2012, fondata essenzialmente sulla impossibilità di raggiungere in tempi brevi una stima condivisa del valore delle reti di distribuzione del gas, stante la notevole discrepanza tra il valore stimato dal concessionario e quello stimato dal tecnico comunale, l'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato, ai sensi dell'art. 22 della legge n. 287/1990, così come deliberato nell'adunanza del 27 gennaio 2010, esprime le seguenti considerazioni.

Premettendo che esula dai compiti di questa istituzione fornire un'interpretazione autentica delle norme vigenti o entrare nel merito di casi specifici sui quali è chiamata ad esprimersi la giurisprudenza amministrativa¹, la questione rileva sotto un profilo antitrust nella misura in cui ha ad oggetto l'utilizzazione di istituti, quali quello della proroga che, dilatando l'arco temporale di affidamento della concessione in assenza di gara, prolungano nel tempo il differimento dell'applicazione dei principi di concorrenzialità e liberalizzazione nel settore del gas.

Pertanto, impregiudicata ogni valutazione circa la legittimità della motivazione posta a fondamento della proroga, di stretta competenza del giudice amministrativo, l'Autorità ritiene che, al fine di evitare ingiustificate alterazioni della concorrenza, tale istituto, rivestendo carattere eccezionale, debba essere utilizzato negli stretti limiti e ipotesi tassative previsti dalle normative vigenti, ovvero, nel caso di specie, dal Decreto legislativo n. 164/2000 e successive modifiche.

¹ Al riguardo, il TAR Brescia ha sottolineato che se l'esistenza di una controversia tra il comune e il gestore uscente per la definizione del quantum dovuto potesse mantenere nel possesso il gestore uscente si realizzerebbe un prolungamento del rapporto concessorio (ed anche del nuovo periodo transitorio introdotto) per un arco temporale del tutto incerto senza oggettive ragioni di interesse pubblico (Cfr. Sentenza del TAR Lombardia Brescia del 24 agosto 2009 n. 1564 e anche sentenza n. 1221/2009)

Il presente parere sarà pubblicato sul Bollettino di cui all'art. 26 della legge n. 287/90. Eventuali esigenze di riservatezza dovranno essere manifestate all'Autorità entro trenta giorni dal ricevimento del presente parere, precisandone i motivi.

IL SEGRETARIO GENERALE

Luigi Fiorentino

PUBBLICITA' INGANNEVOLE E COMPARATIVA

PB532 - ELIME-ELENCO DITTE ITALIANE

Provvedimento n. 20934

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 24 marzo 2010;

SENTITO il Relatore Professor Piero Barucci;

VISTO il Decreto Legislativo 2 agosto 2007, n. 145, recante "Attuazione dell'articolo 14 della direttiva 2005/29/CE che modifica la direttiva 84/450/CEE sulla pubblicità ingannevole" (di seguito, Decreto);

VISTO il "Regolamento sulle procedure istruttorie in materia di pubblicità ingannevole e comparativa illecita", adottato con delibera dell'Autorità del 15 novembre 2007, pubblicata nella G.U. n. 283 del 5 dicembre 2007, ed entrato in vigore il 6 dicembre 2007 (di seguito, Regolamento);

VISTI gli atti del procedimento;

I. LE PARTI

Professionista:

1. La sig.ra Giuliana Columbano, titolare dell'impresa individuale Elime (di seguito, Elime), in qualità di professionista. Sulla base dei dati contabili forniti dal professionista, al 31 dicembre 2008 l'impresa ha realizzato ricavi per circa 17.600 euro e una perdita di circa 17.400 euro.

Segnalante:

2. Camera di Commercio Artigianato e Agricoltura (di seguito, CCIAA) di Firenze.

II. IL MESSAGGIO PUBBLICITARIO

3. Il presente procedimento concerne il messaggio pubblicitario inviato a mezzo posta da Elime ad altri professionisti, con il quale propone l'iscrizione, attraverso il pagamento di un bollettino postale precompilato, in un "Elenco delle Ditte Italiane operanti nel settore del Commercio, Industria, Artigianato e Agricoltura".

4. In particolare, tale messaggio pubblicitario contenuto in un bollettino postale e in un allegato foglio illustrativo, per le modalità grafiche con cui presentano l'iscrizione al suddetto elenco e per la terminologia utilizzata, è idoneo a trarre in inganno i destinatari lasciando intendere, contrariamente al vero, che si tratti dei versamenti obbligatori richiesti dalla CCIAA.

III. LE RISULTANZE DEL PROCEDIMENTO

1) *L'iter del procedimento*

5. A seguito della segnalazione pervenuta in data 18 giugno 2009 da parte della CCIAA di Firenze, in data 10 dicembre 2009 è stato comunicato l'avvio del procedimento istruttorio n. PB532 a Elime per presunta violazione degli artt. 1, comma 2, e 3, comma 1, lettere a) e c), del Decreto.

6. Contestualmente all'avvio del procedimento è stato richiesto al professionista di fornire una serie di informazioni utili alla valutazione del messaggio pubblicitario contestato, quali chiarimenti circa il contenuto del servizio offerto e le relative modalità di fruizione, il numero degli accessi degli ultimi due anni all'Elenco, visitabile sul sito www.elime.info, nonché la lista delle aziende iscritte allo stesso.

7. In data 11 gennaio 2010 Elime ha presentato una memoria difensiva, fornendo altresì le informazioni richieste.

8. In data 4 febbraio 2010 è stata comunicata alle parti la data di conclusione della fase istruttoria ai sensi dell'art. 16, comma 1, del Regolamento.

2) *Le evidenze acquisite*

9. Il messaggio pubblicitario diffuso da Elime, contenuto in un bollettino postale e in un foglio illustrativo ad esso allegato, propone ai professionisti destinatari l'iscrizione, al costo di 398 euro, ad un "*Elenco delle Ditte Italiane operanti nel settore del Commercio, Industria, Artigianato e Agricoltura*" organizzato e gestito dalla stessa Elime.

10. In particolare, il bollettino postale presenta un'impostazione grafica e utilizza una terminologia molto simili a quelle dei bollettini postali inviati in passato dalla CCIAA alle imprese. Il bollettino, infatti, contiene nella causale la dicitura "*Iscrizione N. Rif.*" seguita da un numero, oltre che l'indicazione della Partita Iva dell'imprenditore, mentre il foglio illustrativo allegato allo stesso riporta in evidenza il titolo "*Proposta di Inclusione nell'Elenco delle Ditte Italiane operanti in Europa in ambito Commercio, Industria, Agricoltura ed Artigianato*" e specifica il contenuto della proposta in una nota esplicativa dai caratteri ridotti e poco visibili.

11. In uno stampato separato, allegato al foglio illustrativo e al bollettino postale, sono indicate a caratteri molto piccoli e poco visibili le "*Condizioni Generali di Contratto*" che specificano il contenuto effettivo e la provenienza della proposta.

12. Secondo quanto dichiarato dalla parte nella memoria difensiva pervenuta in data 11 gennaio 2010, i propri clienti sono circa 1.440.

13. Nella suddetta memoria il professionista ha, altresì, precisato di aver operato per un periodo compreso tra ottobre 2008 e agosto 2009 e che a far data dal 31 agosto 2009 l'impresa è cessata. Tuttavia, a seguito di accertamenti effettuati attraverso il sistema Cerved, è emerso che l'attività della Elime non è cessata e che il sito attraverso cui tale attività si realizza è ancora attivo.

3) *Le argomentazioni difensive della parte*

14. Nella citata memoria difensiva dell'11 gennaio 2010 il professionista ha precisato di essere una piccola ditta individuale operante nel settore della pubblicità e del *web marketing*, attraverso la gestione di un sito internet che offre ai potenziali clienti diversi servizi in base al tipo di "account" prescelto.

15. Riguardo al profilo formale relativo all'aspetto grafico dei bollettini inviati, Elime precisa che gli stessi richiamano un comunissimo formato sovente utilizzato da altri soggetti quali, ad esempio, Equitalia, INPS, amministrazioni così come da altri operatori privati al fine di contenere i costi di produzione. Pertanto, se la CCIAA aveva predisposto i propri bollettini ricorrendo al medesimo e comune modello, la somiglianza grafico/strutturale con i bollettini di Elime è inevitabile. Nel foglio illustrativo allegato ai bollettini, comunque, vi è la dicitura "*Proposta di inclusione*" e viene precisato il carattere facoltativo del servizio proposto, disciplinato nelle condizioni generali di contratto presenti sul retro del foglio.

16. Riguardo al profilo sostanziale relativo al contenuto dei servizi offerti, Elime rileva che gli imprenditori che hanno aderito alla proposta commerciale di inclusione nell'elenco hanno poi effettivamente usufruito dei servizi offerti.

17. Il professionista, inoltre, sottolinea il limitato impatto della pubblicità contestata in quanto il foglio illustrativo e il bollettino sono stati inviati ad un numero ristretto di imprenditori essendo stati, da subito, sostituiti da altri di diverso contenuto, allegati alla memoria. In realtà, dall'analisi dei nuovi bollettini, questi risultano presentare contenuto e grafica analoghi a quelli contestati ma cambia il foglio illustrativo che è privo del riferimento al commercio, all'industria, all'agricoltura e all'artigianato e riporta invece la denominazione del professionista, l'oggetto della proposta commerciale e la descrizione del servizio offerto.

18. La parte infine evidenzia che le imprese destinatarie dei bollettini, essendo quasi tutte di nuova costituzione, non possono essere indotte in confusione circa la provenienza dei medesimi bollettini non avendo mai ricevuto in precedenza bollettini della Camera di Commercio, per essere stati questi ultimi ormai sostituiti dai pagamenti *on-line* tramite modello F24.

IV. VALUTAZIONI CONCLUSIVE

19. In via preliminare si rileva che la giurisprudenza amministrativa e l'orientamento costante dell'Autorità interpretano in modo estensivo il concetto di pubblicità, includendovi ogni attività idonea ad orientare le scelte economiche dei destinatari attraverso molteplici forme di diffusioni, tra cui l'utilizzo del tradizionale mezzo postale per l'invio di bollettini o fogli illustrativi.

20. L'ingannevolezza dei messaggi pubblicitari contestati attiene alle informazioni che gli stessi veicolano ai destinatari finali perché idonee ad indurli in errore in ordine alle caratteristiche e alla natura del servizio offerto nonché all'identità dell'operatore pubblicitario, in violazione della normativa vigente che impone all'operatore pubblicitario di utilizzare e diffondere una pubblicità palese, veritiera e corretta.

21. In particolare, il foglio illustrativo e i bollettini postali contenenti i messaggi pubblicitari contestati, per le modalità grafiche e la terminologia utilizzata, non rendono immediatamente percepibile e comprensibile l'oggetto effettivo della proposta commerciale; essi infatti lasciano erroneamente credere al destinatario che si tratti dell'iscrizione obbligatoria alla Camera di Commercio. Più precisamente, il titolo "*Proposta di inclusione nell'Elenco delle Ditte operanti in Europa in ambito Commercio, Industria, Agricoltura ed Artigianato*", riprodotto sul foglio illustrativo, induce in errore i destinatari perché, per i caratteri utilizzati e per il contesto in cui è inserito, sembra richiamare l'iscrizione, imposta dallo Stato, al Registro delle Imprese e il relativo versamento obbligatorio.

22. Le informazioni relative alle caratteristiche fondamentali del servizio offerto, necessarie per consentire al destinatario di prendere una decisione commerciale consapevole, sono collocate in posizione poco evidente e difficilmente visibile, tale da non renderle immediatamente percepibili. Solo leggendo una nota esplicativa riportata in un angolo del foglio, a caratteri particolarmente ridotti rispetto al titolo, e le condizioni generali di contratto, contenute in un foglio diverso rispetto a quello illustrativo, si comprende il reale contenuto dell'offerta e l'effettiva natura del pagamento richiesto, ovvero che si tratti non del versamento obbligatorio alla CCIAA per l'iscrizione nel Registro delle Imprese ma dell'iscrizione in un elenco di ditte tenuto dalla Elime per finalità esclusivamente commerciali.

23. L'ingannevolezza dei messaggi contestati, inoltre, attiene anche all'identità dell'effettivo destinatario del pagamento. Il bollettino, infatti, presenta elementi confusori quali il riferimento, nella causale, ad un numero di iscrizione e alla Partita Iva, che sono riprodotti con le modalità grafiche e la terminologia utilizzate nei bollettini inviati in passato dalla Camera di Commercio, e l'intestazione alla ditta Elime (effettiva destinataria del pagamento), riprodotta a carattere ridotto e collocata in posizione poco evidente rispetto al contesto. Tali elementi non sono idonei ad identificare in maniera chiara l'effettivo operatore perchè ingenerano confusione nel destinatario del messaggio, inducendolo a ritenere che la richiesta di pagamento attenga ad un versamento dovuto alla CCIAA mentre, in realtà, la stessa, puramente facoltativa, proviene dalla Elime per scopi meramente pubblicitari.

24. Nessun rilievo assume la circostanza rappresentata dal professionista nelle proprie memorie difensive relativa alla presunta cessazione dell'attività di impresa individuale dopo la diffusione dei messaggi, in ogni caso smentita dagli accertamenti istruttori, in quanto la stessa non assume alcuna rilevanza ai fini della valutazione di ingannevolezza dei messaggi in esame, né vale a sanare l'ingannevolezza dei messaggi già diffusi.

25. Presentando, pertanto, elementi idonei a trarre in inganno in ordine alle caratteristiche e alla natura del servizio offerto nonché all'identità dell'operatore commerciale, i messaggi in esame devono ritenersi in contrasto con gli articoli 1, comma 2, e 3, comma 1, lettere a) e c), del Decreto.

V. QUANTIFICAZIONE DELLA SANZIONE

26. Ai sensi dell'art. 8, comma 9, del Decreto, con il provvedimento che vieta la diffusione della pubblicità, l'Autorità dispone l'applicazione di una sanzione amministrativa pecuniaria da 5.000 a 500.000 euro, tenuto conto della gravità e della durata della violazione.

27. In ordine alla quantificazione della sanzione deve tenersi conto, in quanto applicabili, dei criteri individuati dall'art. 11 della legge n. 689/81, in virtù del richiamo previsto all'art. 8, comma 13, del Decreto: in particolare, della gravità della violazione, dell'opera svolta dall'impresa per eliminare o attenuare l'infrazione, della personalità dell'agente, nonché delle condizioni economiche dell'impresa stessa.

28. Con riguardo alla gravità della violazione, si tiene conto nella fattispecie in esame dell'ampiezza della diffusione del messaggio, in quanto è avvenuta tramite posta e ha raggiunto un numero elevato di destinatari.

29. Per quanto riguarda poi la durata della violazione, dagli elementi disponibili in atti risulta che la pubblicità è stata diffusa da ottobre 2008 a agosto 2009.

30. Per le considerazioni sopra esposte, tenuto conto della gravità e durata della violazione, l'importo della sanzione pecuniaria applicabile a Elime è pari a 12.000 €(dodicimila euro).

31. Tuttavia, considerata la perdita di bilancio realizzata nel 2008 si ritiene congruo irrogare una sanzione pecuniaria di 7.000 €(settemila euro).

RITENUTO, pertanto, sulla base delle considerazioni suesposte, che il messaggio pubblicitario in esame risulta ingannevole in quanto presenta elementi idonei ad indurre in errore il destinatario in ordine alle caratteristiche e alla natura del servizio nonché all'identità dell'operatore pubblicitario;

DELIBERA

a) che il messaggio pubblicitario descritto al punto II del presente provvedimento, diffuso dalla sig.ra Giuliana Columbano, titolare della ditta Elime, costituisce, per le ragioni e nei limiti esposti in motivazione, pubblicità ingannevole ai sensi degli artt. 1, comma 2, e 3, comma 1, lettere a) e c), del Decreto, e ne vieta l'ulteriore diffusione;

b) che alla sig.ra Giuliana Columbano, titolare della ditta Elime, sia irrogata una sanzione amministrativa pecuniaria di 7.000 €(settemila euro).

La sanzione amministrativa di cui alla precedente lettera b) deve essere pagata entro il termine di trenta giorni dalla notificazione del presente provvedimento, con versamento diretto al concessionario del servizio della riscossione oppure mediante delega alla banca o alle Poste Italiane, presentando il modello allegato al presente provvedimento, così come previsto dal Decreto Legislativo 9 luglio 1997, n. 237.

Decorso il predetto termine, per il periodo di ritardo inferiore a un semestre, devono essere corrisposti gli interessi di mora nella misura del tasso legale a decorrere dal giorno successivo alla scadenza del termine del pagamento e sino alla data del pagamento. In caso di ulteriore ritardo nell'adempimento, ai sensi dell'art. 27, comma 6, della legge n. 689/81, la somma dovuta per la sanzione irrogata è maggiorata di un decimo per ogni semestre a decorrere dal giorno successivo alla scadenza del termine del pagamento e sino a quello in cui il ruolo è trasmesso al concessionario per la riscossione; in tal caso la maggiorazione assorbe gli interessi di mora maturati nel medesimo periodo.

Dell'avvenuto pagamento deve essere data immediata comunicazione all'Autorità attraverso l'invio di copia del modello attestante il versamento effettuato.

Ai sensi dell'art. 8, comma 12, del Decreto, in caso di inottemperanza alla presente delibera l'Autorità applica la sanzione amministrativa pecuniaria da 10.000 a 150.000 euro. Nei casi di reiterata inottemperanza l'Autorità può disporre la sospensione dell'attività di impresa per un periodo non superiore a trenta giorni.

Il presente provvedimento verrà notificato ai soggetti interessati e pubblicato nel Bollettino dell'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato.

Avverso il presente provvedimento può essere presentato ricorso al TAR del Lazio, ai sensi dell'art. 8, comma 13, del Decreto, entro sessanta giorni dalla data di notificazione del provvedimento stesso, ovvero può essere proposto ricorso straordinario al Presidente della Repubblica ai sensi dell'art. 8, comma 2, del Decreto del Presidente della Repubblica 24 novembre 1971, n. 1199, entro il termine di centoventi giorni dalla data di notificazione del provvedimento stesso.

IL SEGRETARIO GENERALE

Luigi Fiorentino

IL PRESIDENTE

Antonio Catricalà

PRATICHE COMMERCIALI SCORRETTE

PS700 - FI.DATI

Provvedimento n. 20907

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 18 marzo 2010;

SENTITO il Relatore Professor Piero Barucci;

VISTO il Titolo III del Decreto Legislativo 6 settembre 2005, n. 206, recante "*Codice del Consumo*", come modificato dal Decreto Legislativo 2 agosto 2007, n. 146 (di seguito, Codice del Consumo);

VISTO il "*Regolamento sulle procedure istruttorie in materia di pratiche commerciali scorrette*", adottato con delibera dell'Autorità del 15 novembre 2007, pubblicata nella G.U. n. 283 del 5 dicembre 2007, ed entrato in vigore il 6 dicembre 2007 (di seguito, Regolamento);

VISTO il proprio provvedimento del 10 febbraio 2010, con il quale, ai sensi dell'art. 7, comma 3, del Regolamento, è stata disposta la proroga del termine di conclusione del procedimento, per particolari esigenze istruttorie;

VISTI gli atti del procedimento;

I. LA PARTE

Sig.ra Nadia Taurino, titolare dell'impresa individuale FI.DATI Finanziamenti. L'impresa, nell'esercizio chiuso il 31 dicembre 2008, ha realizzato un fatturato pari a 128.755 euro ed un utile pari a 66.839 euro.

II. LA PRATICA COMMERCIALE

1. Il presente procedimento concerne il comportamento posto in essere dalla Sig.ra Nadia Taurino, titolare dell'impresa individuale FI.DATI Finanziamenti, nella qualità di professionista, consistente nell'aver diffuso, a mezzo volantini pubblicitari, nei periodi dicembre 2007/giugno 2008 e gennaio/giugno 2009, alcuni messaggi volti a pubblicizzare la propria attività concernente l'erogazione di finanziamenti, suscettibili di indurre in errore i destinatari riguardo alle caratteristiche del servizio offerto, alle modalità e alle condizioni economiche alle quali i prestiti vengono effettivamente concessi.

2. In particolare, in data 23 gennaio 2008 è pervenuta una segnalazione concernente il comportamento posto in essere dall'impresa FI.DATI, consistente nella diffusione, attraverso volantini pubblicitari, di un messaggio volto a promuovere la propria attività. Secondo il segnalante, nel messaggio non sono indicati gli elementi essenziali da cui poter ricavare le condizioni di erogazione dei finanziamenti e l'incidenza delle voci che partecipano alla determinazione dei costi complessivi degli stessi.

3. Ciò premesso, i messaggi oggetto del presente procedimento sono due.

Il primo, oggetto di segnalazione, riporta, in via principale, oltre alla denominazione dell'impresa ("FI.DATI"), seguita dai riferimenti telefonici e territoriali, un prospetto relativo ai piani di rimborso di alcuni finanziamenti con l'indicazione dei relativi importi e delle singole rate di rimborso in relazione all'arco temporale di restituzione. Il messaggio riporta, inoltre, le indicazioni "*prestiti personali - cessioni del quinto - mutui*", "*facile. Con soli 3 documenti; conveniente non hai spese istruttoria pratica; veloce: hai subito la risposta in 24 ore; (...) libero: rimborsi con addebito sul conto corrente o trattenuta in busta paga*".

Il secondo riporta, invece, in via principale, oltre alla denominazione dell'impresa ("FI.DATI"), seguita dalla specifica "Agenzia in attività finanziaria", dal numero di iscrizione all'Ufficio Italiano dei Cambi (di seguito, anche UIC) e dai riferimenti telefonici e territoriali, un prospetto relativo ai piani di rimborso di alcuni finanziamenti con l'indicazione dei relativi importi e delle singole rate di rimborso in relazione all'arco temporale di restituzione, seguito dalle specifiche "*Prospetti e fogli informativi presso ns sede. Prestito gratuito dipendente pubblico di 30 anni con 10 anni di servizio. TAN 4,60%*".

III. LE RISULTANZE DEL PROCEDIMENTO

1) L'iter del procedimento

4. In data 23 gennaio 2008 è pervenuta una segnalazione anonima concernente il comportamento posto in essere dall'impresa FI.DATI, consistente nella diffusione, attraverso volantini pubblicitari, di un messaggio volto a promuovere la propria attività.

5. In data 6 agosto 2009, nell'ambito dell'attività preistruttoria, è stata inviata al professionista una richiesta di informazioni in merito alla denominazione e alla sede legale dell'impresa, al periodo di diffusione del messaggio oggetto della richiesta di intervento nonché alle diverse tipologie di messaggi diffusi nel corso del 2008 e del 2009.

6. In data 7 settembre 2009 è pervenuta la risposta del professionista.

7. Sulla base di informazioni acquisite ai fini dell'applicazione del Codice del Consumo e sulla base della richiesta di intervento agli atti sopra descritta, in data 22 ottobre 2009 è stato comunicato l'avvio del procedimento istruttorio n. PS700 all'impresa individuale FI.DATI Finanziamenti per presunta violazione degli artt. 20, 21, 22 e 23, lettera e), del Codice del Consumo.

8. La FI.DATI S.r.l., in data 5 novembre 2009 (evidenziando che l'impresa individuale FI.DATI Finanziamenti di Nadia Taurino è stata trasformata nella FI.DATI S.r.l.) e 11 gennaio 2010, ha depositato memorie difensive.

9. In data 18 dicembre 2009 è stata comunicata alla FI.DATI S.r.l. la data di conclusione della fase istruttoria ai sensi dell'art. 16, comma 1, del Regolamento, successivamente prorogata con comunicazione dell'11 febbraio 2010, inoltrata alla Sig.ra Nadia Taurino, titolare dell'impresa individuale FI.DATI Finanziamenti, risultata ancora attiva, nonché alla FI.DATI S.r.l..

2) Le evidenze acquisite

10. In data 7 settembre 2009, il professionista ha specificato che il messaggio oggetto della richiesta di intervento è stato diffuso dalla medesima nel periodo dicembre 2007/giugno 2008 ed un nuovo messaggio è stato diffuso nel periodo gennaio/giugno 2009.

11. In considerazione del fatto che dalla visura camerale l'impresa individuale FI.DATI Finanziamenti è risultata attiva, in data 5 febbraio 2010 sono state chieste al professionista informazioni relativamente a quanto sostenuto con le memorie difensive del 5 novembre 2009.

12. In data 10 febbraio 2010 il professionista ha rilevato che l'impresa individuale sopravvive unitamente alla FI.DATI S.r.l., che è destinata comunque ad esser cessata e che la sopravvivenza di entrambe le imprese è giustificata solo da un fattore tecnico e cioè che per l'affidamento di alcuni tipi di mandati riguardanti più che altro prestiti personali, non è automatico il trasferimento da una ditta individuale ad altra società facente capo alla stessa persona, ma occorre da parte della banca l'emissione di un mandato ex novo.

3) *Le argomentazioni difensive della parte*

13. La parte, con le indicate memorie difensive, ha rappresentato, in via principale, che:

- non eroga finanziamenti direttamente, esercitando attività di mediazione creditizia;
- l'assenza delle indicazioni sui volantini pubblicitari oggetto del procedimento della misura del TAN e del TAEG si giustifica in quanto i tassi effettivamente applicati variano in relazione al tipo di prestito richiesto e concesso e al numero di anni di durata del prestito;
- presso la sede della società è esposto un prospetto di rilevazione dei tassi di interesse effettivi globali medi utilizzati;
- per la istruzione della pratica di finanziamento (ed ai fini di una compiuta valutazione delle possibilità economiche e dell'ammontare del finanziamento erogabile al potenziale cliente) si chiedono 3 documenti: la carta d'identità, il codice fiscale e l'ultima busta paga;
- per la istruzione della pratica non si percepisce alcun compenso. In caso di esito negativo della richiesta di finanziamento non viene richiesto, infatti, alcun compenso e nel caso in cui la pratica abbia esito positivo non si percepisce direttamente alcunché dal cliente ma solo la provvigione stabilita con la società mandante;
- acquisita la documentazione necessaria e richiesta, la risposta sulla possibilità o meno di erogazione del finanziamento viene data nell'arco di 24 ore;
- vengono erogati prestiti a percettori di pensione di anzianità (oltre che di invalidità e di reversibilità), nonché a dipendenti con minimo 3 mesi di assunzione.

IV. VALUTAZIONI CONCLUSIVE

14. In premessa, appare necessario rilevare che, in considerazione del fatto che l'impresa individuale FI.DATI Finanziamenti risulta, allo stato, ancora attiva, la responsabilità per la predisposizione e la diffusione dei messaggi oggetto del procedimento è da imputarsi alla Sig.ra Nadia Taurino, titolare della suddetta impresa.

15. I messaggi in esame lasciano principalmente intendere la possibilità, con la "FI.DATI", di ottenere finanziamenti in via diretta e, al riguardo, vengono prospettati taluni importi dei finanziamenti richiedibili e delle singole rate di rimborso, in relazione all'arco temporale di restituzione.

16. In realtà, il professionista non eroga direttamente i finanziamenti pubblicizzati ma è abilitato a svolgere unicamente attività di mediazione creditizia. Pertanto, i messaggi oggetto del procedimento risultano idonei a trarre in inganno i destinatari in merito alla qualifica dell'operatore pubblicitario, poiché inducono nel lettore il convincimento che l'impresa sia in

grado di provvedere direttamente alla prestazione dei finanziamenti reclamizzati, laddove, in realtà, essa svolga unicamente attività di mediazione creditizia.

17. L'attività di "*mediazione creditizia*" presuppone, inoltre, che coloro i quali avanzino richieste di finanziamento non abbiano, in realtà, alcuna certezza circa la tempistica e la concreta possibilità di ottenere il prestito in considerazione del fatto che il finanziamento viene erogato da un ente terzo. Sotto tale aspetto i messaggi appaiono omissivi, non specificando che l'effettiva erogazione del finanziamento è rimessa all'ente erogante e pertanto non può essere garantita. Appare necessario rilevare, oltretutto, in questo contesto, che, nel provvedimento del 29 aprile 2005 emanato dall'Ufficio Italiano dei Cambi¹, nella *Parte IV* dedicata alle *Disposizioni in materia di trasparenza*, al punto 7, si precisa che i mediatori creditizi, negli annunci pubblicitari, debbano indicare chiaramente che il servizio offerto si limita alla messa in relazione di banche ed intermediari finanziari con la clientela al fine della concessione di finanziamenti in quanto tale servizio non garantisce l'effettiva erogazione del finanziamento richiesto. Non appare idonea, al riguardo, a garantire ai consumatori la trasparenza necessaria neanche l'indicazione, apposta in uno dei due messaggi, "*agenzia in attività finanziaria*".

18. Né vale ad inficiare tale argomentazione l'indicazione del numero d'iscrizione all'UIC, in quanto si tratta di indicazione comprensibile solo per chi abbia reale dimestichezza con la disciplina del credito e sia in grado di decifrarla come adempimento all'obbligo, imposto *ex lege* agli esercenti attività di mediazione creditizia, di rendere noti nella pubblicità a mezzo stampa gli estremi dell'iscrizione nell'apposito Albo tenuto presso la Banca d'Italia.

19. Per quanto riguarda le caratteristiche del servizio offerto, è necessario rilevare, invece, come il settore finanziario rientri tra quelli che si contraddistinguono per la forte asimmetria informativa esistente tra operatori economici e consumatori, e ciò in conseguenza della complessità della materia e della scarsa conoscenza del consumatore rispetto ad un servizio cui non si ricorre con frequenza.

20. I messaggi, riportando delle indicazioni relative ad alcuni esempi di finanziamenti e delle relative rate di rimborso, non indicano, tuttavia, chiaramente, gli elementi essenziali da cui ricavare gli esatti costi del finanziamento. Infatti, il TAEG, indicatore che consente al consumatore di valutare e calcolare l'esatto importo dell'intera operazione finanziaria, non viene in alcun modo indicato.

21. L'assenza di indicazioni circa il TAEG non consente quindi al consumatore di effettuare un'adeguata valutazione della effettiva convenienza dell'offerta perché lo priva della possibilità di avere contezza del costo complessivo dell'operazione, del costo, cioè, inclusivo degli interessi e degli oneri da sostenere per utilizzare il credito. Per il consumatore, infatti, proprio perché trattasi di un settore particolarmente complesso, è fondamentale avere chiara conoscenza di tale elemento per poter valutare sia l'onerosità dell'operazione sia la convenienza della proposta in raffronto ad altre simili.

22. Appare necessario evidenziare, altresì, che il fine promozionale si realizza esclusivamente attraverso il messaggio, il quale esaurisce la sua funzione propria nell'indurre il destinatario a rivolgersi all'operatore, cosicché non può essere ritenuto idoneo a sanare l'incompletezza delle informazioni fornite su elementi riconosciuti essenziali quali le condizioni economiche di offerta

del servizio pubblicizzato il rinvio a ulteriori fonti informative cui il consumatore è invitato a rivolgersi.

23. I messaggi in esame, sulla base delle suindicate considerazioni e della debolezza dei destinatari, soggetti che presumibilmente versano in una situazione di particolare debolezza psicologica dovuta alle proprie condizioni economiche, devono ritenersi idonei, quindi, ad indurre in errore i consumatori in merito alle caratteristiche del finanziamento pubblicizzato, alla natura del professionista ed alle condizioni economiche, pregiudicandone il comportamento economico.

24. Pertanto, alla luce delle considerazioni svolte, la pratica commerciale in esame, costituita dai messaggi pubblicitari descritti, risulta scorretta ai sensi degli articoli 20 e 22 del Decreto Legislativo 6 settembre 2005, n. 206, in quanto contraria alla diligenza professionale ed idonea a falsare il comportamento del consumatore medio cui è destinata. Nello specifico, con riguardo alla valutazione del canone di diligenza professionale, è da evidenziare che non si è riscontrato, da parte del professionista, il normale grado di competenza e attenzione che ragionevolmente ci si poteva attendere da un operatore del suo specifico settore di attività con riferimento alla prospettazione delle caratteristiche dei finanziamenti offerti ai consumatori. Con riferimento all'idoneità della pratica a falsare il comportamento economico dei consumatori cui è rivolta, invece, è da evidenziare che discende dalla natura omissiva della medesima, nella misura in cui non sono fornite informazioni rilevanti di cui il consumatore medio ha bisogno per prendere una decisione consapevole di natura commerciale.

V. QUANTIFICAZIONE DELLA SANZIONE

25. Ai sensi dell'art. 27, comma 9, del Codice del Consumo, con il provvedimento che vieta la pratica commerciale scorretta, l'Autorità dispone l'applicazione di una sanzione amministrativa pecuniaria da 5.000 a 500.000 euro, tenuto conto della gravità e della durata della violazione. In ordine alla quantificazione della sanzione deve tenersi conto, in quanto applicabili, dei criteri individuati dall'art. 11 della legge n. 689/81, in virtù del richiamo previsto all'art. 27, comma 13, del Codice del Consumo: in particolare, della gravità della violazione, dell'opera svolta dall'impresa per eliminare o attenuare l'infrazione, della personalità dell'agente, nonché delle condizioni economiche dell'impresa stessa.

26. Con riguardo alla gravità della violazione, si tiene conto, nella fattispecie in esame, dell'entità complessiva del pregiudizio potenziale per i consumatori e, in particolar modo, della debolezza dei destinatari, soggetti che presumibilmente versano in una situazione di particolare debolezza psicologica dovuta alle proprie condizioni economiche nonché della dimensione economica del professionista. Rispetto al settore al quale l'offerta si riferisce, inoltre, come rilevato dall'Autorità in numerosi interventi, l'obbligo di completezza e chiarezza delle informazioni veicolate si presenta particolarmente stringente, ciò anche in ragione dell'asimmetria informativa in cui versano i consumatori rispetto agli operatori. Sotto il profilo dell'ampiezza della diffusione e della capacità di penetrazione del messaggio occorre considerare che il professionista risulterebbe essere un operatore attivo esclusivamente a livello locale.

¹ Cfr. provv. 29-4-2005 - *Istruzioni per i mediatori creditizi*, pubblicato in Gazz. Uff. del 20 maggio 2005, n. 116, emanato dall'Ufficio Italiano Cambi.

27. Per quanto riguarda poi la durata della violazione, dagli elementi disponibili in atti risulta che la pratica commerciale è stata posta in essere nei periodi dicembre 2007/giugno 2008 e gennaio/giugno 2009.

28. In considerazione di tali elementi, si ritiene di comminare alla Sig.ra Nadia Taurino, titolare dell'impresa individuale FI.DATI Finanziamenti, una sanzione amministrativa pari a 27.000 € (ventisettemila euro).

RITENUTO, pertanto, sulla base delle considerazioni suesposte, che la pratica commerciale in esame risulta scorretta in quanto idonea ad indurre in errore i consumatori in ordine alle caratteristiche del finanziamento, alla natura del professionista ed alle condizioni economiche, potendo, per tale motivo, pregiudicarne il comportamento economico.

DELIBERA

a) che la pratica commerciale descritta al punto II del presente provvedimento, posta in essere dalla Sig.ra Nadia Taurino, titolare dell'impresa individuale FI.DATI Finanziamenti, costituisce, per le ragioni e nei limiti esposti in motivazione, una pratica commerciale scorretta ai sensi degli artt. 20 e 22 del Codice del Consumo, e ne vieta l'ulteriore diffusione;

b) che alla Sig.ra Nadia Taurino, titolare dell'impresa individuale FI.DATI Finanziamenti, sia irrogata una sanzione amministrativa pecuniaria di 27.000 €(ventisettemila euro).

La sanzione amministrativa di cui alla precedente lettera *b)* deve essere pagata entro il termine di trenta giorni dalla notificazione del presente provvedimento, con versamento diretto al concessionario del servizio della riscossione oppure mediante delega alla banca o alle Poste Italiane, presentando il modello allegato al presente provvedimento, così come previsto dal Decreto Legislativo 9 luglio 1997, n. 237.

Decorso il predetto termine, per il periodo di ritardo inferiore a un semestre, devono essere corrisposti gli interessi di mora nella misura del tasso legale a decorrere dal giorno successivo alla scadenza del termine del pagamento e sino alla data del pagamento. In caso di ulteriore ritardo nell'adempimento, ai sensi dell'art. 27, comma 6, della legge n. 689/81, la somma dovuta per la sanzione irrogata è maggiorata di un decimo per ogni semestre a decorrere dal giorno successivo alla scadenza del termine del pagamento e sino a quello in cui il ruolo è trasmesso al concessionario per la riscossione; in tal caso la maggiorazione assorbe gli interessi di mora maturati nel medesimo periodo.

Dell'avvenuto pagamento deve essere data immediata comunicazione all'Autorità attraverso l'invio di copia del modello attestante il versamento effettuato.

Ai sensi dell'art. 27, comma 12, del Codice del Consumo, in caso di inottemperanza alla presente delibera l'Autorità applica la sanzione amministrativa pecuniaria da 10.000 a 150.000 euro. Nei casi di reiterata inottemperanza l'Autorità può disporre la sospensione dell'attività di impresa per un periodo non superiore a trenta giorni.

Il presente provvedimento verrà notificato ai soggetti interessati e pubblicato nel Bollettino dell'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato.

Avverso il presente provvedimento può essere presentato ricorso al TAR del Lazio, ai sensi dell'articolo 27, comma 13, del Codice del Consumo, entro sessanta giorni dalla data di notificazione del provvedimento stesso, ovvero può essere proposto ricorso straordinario al Presidente della Repubblica ai sensi dell'art. 8, comma 2, del Decreto del Presidente della Repubblica 24 novembre 1971, n. 1199, entro il termine di centoventi giorni dalla data di notificazione del provvedimento stesso.

IL SEGRETARIO GENERALE

Luigi Fiorentino

IL PRESIDENTE

Antonio Catricalà

PS3357 - CASAFIN-PUBBLICITÀ FINANZIAMENTI

Provvedimento n. 20916

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 18 marzo 2010;

SENTITO il Relatore Professor Piero Barucci;

VISTO il Titolo III del Decreto Legislativo 6 settembre 2005, n. 206, recante "*Codice del Consumo*", come modificato dal Decreto Legislativo 2 agosto 2007, n. 146 (di seguito, *Codice del Consumo*);

VISTO il "*Regolamento sulle procedure istruttorie in materia di pratiche commerciali scorrette*", adottato con delibera dell'Autorità del 15 novembre 2007, pubblicata nella G.U. n. 283 del 5 dicembre 2007, ed entrato in vigore il 6 dicembre 2007 (di seguito, *Regolamento*);

VISTI gli atti del procedimento;

I. LA PARTE

Sig. Giuseppe Sassano, titolare dell'impresa individuale CASAFIN. L'impresa, nell'esercizio chiuso il 31 dicembre 2008, ha realizzato un fatturato pari a 230.643 euro ed un utile pari a 45.725 euro.

II. LA PRATICA COMMERCIALE

1. Il presente procedimento concerne il comportamento posto in essere dall'impresa individuale CASAFIN, nella qualità di professionista, consistente nell'aver diffuso, a mezzo stampa, sul periodico mensile "Il Vespro", nel mese di ottobre 2008, un messaggio volto a pubblicizzare la propria attività concernente l'erogazione di finanziamenti, suscettibile di indurre in errore i destinatari riguardo alle caratteristiche del servizio offerto, alle modalità e alle condizioni economiche alle quali i prestiti vengono effettivamente concessi.

2. In particolare, in data 6 febbraio 2009 è pervenuta una segnalazione concernente il comportamento posto in essere dall'impresa individuale CASAFIN consistente nella diffusione, a mezzo stampa, di un messaggio volto a promuovere la propria attività e, secondo il segnalante, il messaggio è suscettibile di indurre in errore i destinatari riguardo alle caratteristiche del servizio offerto.

3. Ciò premesso, il messaggio oggetto del procedimento riporta, in via principale, oltre alla denominazione dell'impresa ("CASAFIN di Giuseppe Sassano"), seguita dal numero di iscrizione all'Ufficio Italiano dei Cambi (di seguito, anche UIC) e dai riferimenti telefonici e territoriali, due prospetti relativi ai piani di rimborso di alcuni finanziamenti (prestiti e mutui casa) con l'indicazione dei relativi importi e delle singole rate di rimborso in relazione all'arco temporale di restituzione.

III. LE RISULTANZE DEL PROCEDIMENTO

1) *L'iter del procedimento*

4. Sulla base di informazioni acquisite ai fini dell'applicazione del Codice del Consumo e sulla base di una segnalazione pervenuta in data 6 febbraio 2009, in data 22 ottobre 2009 è stato comunicato l'avvio del procedimento istruttorio PS3357 all'impresa individuale CASAFIN per presunta violazione degli artt. 20, 21, 22 e 23, lettera e), del Codice del Consumo.

5. Il professionista, pur avendo ricevuto la suddetta comunicazione in data 27 ottobre 2009, non ha depositato memorie difensive.

6. In data 18 dicembre 2009 è stata comunicata alla parte la data di conclusione della fase istruttoria ai sensi dell'art. 16, comma 1, del Regolamento.

2) *Le evidenze acquisite*

7. In data 1 dicembre 2009 è stata inoltrata una richiesta di informazioni alla società editrice del periodico mensile "Il Vespro", al fine di ricevere informazioni in merito alla programmazione, da parte della CASAFIN - che, dalla visura camerale, risulta essere mediatore creditizio - del messaggio segnalato, in relazione alla quale è emerso che il messaggio pubblicitario è stato pubblicato nei mesi di giugno, luglio, agosto, settembre e ottobre 2008.

IV. PARERE DELL'AUTORITÀ PER LE GARANZIE NELLE COMUNICAZIONI

8. Poiché la pratica commerciale oggetto del presente provvedimento è stata posta in essere a mezzo stampa, in data 18 gennaio 2010 è stato richiesto il parere all'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, ai sensi dell'art. 27, comma 6, del Codice del Consumo.

9. Con parere pervenuto in data 10 febbraio 2010, la suddetta Autorità ha ritenuto che la pratica commerciale in esame risulta scorretta ai sensi degli artt. 20, 21, 22 e 23 del Codice del Consumo, sulla base delle seguenti considerazioni:

– il messaggio in oggetto, diffuso a mezzo stampa, concretizzandosi nella promozione dei servizi di mediazione creditizia, è sottoposto a stringenti vincoli normativi relativamente alle modalità di pubblicizzazione dei servizi offerti. A tal proposito, la stessa impostazione del messaggio è idonea ad indurre in errore i consumatori, in quanto non fornisce un'indicazione chiara ed esaustiva relativamente all'attività svolta dal professionista in oggetto. Dalla lettura del messaggio, infatti, non risulta chiara quale sia la qualifica dell'operatore in questione, ovvero quella di mediatore creditizio, e conseguentemente la natura dei servizi dallo stesso pubblicizzati; anzi, il reiterato richiamo al termine "mutuo" o "prestito" all'interno dello stesso ingenera confusione nel consumatore medio relativamente al fatto che Casafin sia o meno legittimata allo svolgimento dell'attività bancaria. A riconferma di ciò, sempre nel messaggio di specie campeggiano le scritte: "Mutuo 100%", "Mutuo per consolidamento finanziario più liquidità", "Prestiti Personali", le quali inducono il consumatore medio a ritenere che sia la stessa società ad erogare il mutuo o il prestito. Tale fatto non è privo di conseguenze dal punto di vista della tutela del consumatore, sia per quel che attiene la qualifica dell'operatore, sia per quel che attiene la valutazione in merito alla convenienza economica dei servizi dallo stesso offerti. Il mediatore creditizio, infatti, si identifica come un intermediario che, a titolo oneroso e senza vincolo di risultato, mette in contatto la banca ed il potenziale cliente al fine di concludere un contratto di

finanziamento. Ne consegue che l'ottenimento di un mutuo, piuttosto che di un prestito, grazie alle prestazioni professionali della società in oggetto, risulta necessariamente aggravato dai costi di consulenza della stessa, fatto questo che il cliente può accettare consapevolmente solo ove sia a conoscenza del fatto che Casafin svolge attività di mediatore creditizio;

– il messaggio in oggetto non fornisce alcuna specifica relativamente alle caratteristiche del servizio offerto nonché rispetto alle condizioni economiche alle quali i prestiti vengono effettivamente concessi. A tal proposito, nel messaggio oggetto di contestazione non appare alcun riferimento al tasso di interesse praticato per TAN (Tasso Annuo Nominale) e TAEG (Tasso Effettivo Globale). Questi ultimi due tassi infatti rappresentano i *benchmark* di riferimento per valutare l'effettivo onere economico del finanziamento: mentre il primo, infatti, è funzionale al calcolo dell'ammontare netto della somma erogata, il secondo rappresenta il costo totale del finanziamento in quanto comprensivo, a differenza del primo, di oneri e spese accessorie. La mancata comunicazione da parte della promessa pubblicitaria di siffatti riferimenti è elemento idoneo ad inficiare la capacità del consumatore di valutare serenamente la reale convenienza economica del servizio pubblicizzato, sia con riferimento allo stesso, sia rispetto alle offerte dei concorrenti.

V. VALUTAZIONI CONCLUSIVE

10. Il messaggio in esame lascia intendere la possibilità, con la "CASAFIN", di ottenere finanziamenti in via diretta. Al riguardo, vengono riportati due prospetti relativi ai piani di rimborso di alcuni finanziamenti (prestiti personali e mutui casa) con l'indicazione dei relativi importi e delle singole rate di rimborso in relazione all'arco temporale di restituzione.

11. In realtà, il professionista non eroga direttamente i finanziamenti pubblicizzati, ma è abilitato a svolgere unicamente attività di mediazione creditizia. Pertanto, il messaggio risulta idoneo a trarre in inganno i destinatari in merito alla qualifica dell'operatore pubblicitario poiché induce nel destinatario il convincimento che l'impresa sia in grado di provvedere direttamente alla prestazione dei finanziamenti reclamizzati, laddove, in realtà, essa svolge unicamente attività di mediazione creditizia.

12. Né vale ad inficiare tale argomentazione l'indicazione del numero d'iscrizione all'UIC, in quanto si tratta di indicazione comprensibile solo per chi abbia reale dimestichezza con la disciplina del credito e sia in grado di decifrarla come adempimento all'obbligo, imposto *ex lege* agli esercenti attività di mediazione creditizia, di rendere noti nella pubblicità a mezzo stampa gli estremi dell'iscrizione nell'apposito Albo tenuto presso la Banca d'Italia.

13. L'attività di "*mediazione creditizia*" presuppone, inoltre, che coloro i quali avanzino richieste di finanziamento non abbiano, in realtà, alcuna certezza circa la tempistica e la concreta possibilità di ottenere il prestito in considerazione del fatto che il finanziamento viene erogato da un ente terzo. Sotto tale aspetto il messaggio appare omissivo, non specificando che l'effettiva erogazione del finanziamento è rimessa all'ente erogante e pertanto non può essere garantita. Appare necessario rilevare, oltretutto, in questo contesto, che, nel provvedimento del 29 aprile 2005 emanato dall'Ufficio Italiano dei Cambi¹, nella *Parte IV* dedicata alle *Disposizioni in materia di*

¹ Cfr. provv. 29-4-2005 - *Istruzioni per i mediatori creditizi*, pubblicato in Gazz. Uff. del 20 maggio 2005, n. 116, emanato dall'Ufficio Italiano Cambi.

trasparenza, al punto 7, si precisa che i mediatori creditizi, negli annunci pubblicitari, debbano indicare chiaramente che il servizio offerto si limita alla messa in relazione di banche ed intermediari finanziari con la clientela al fine della concessione di finanziamenti in quanto tale servizio non garantisce l'effettiva erogazione del finanziamento richiesto.

14. Per quanto riguarda le caratteristiche del servizio offerto, è necessario rilevare, invece, come il settore finanziario rientri tra quelli che si contraddistinguono per la forte asimmetria informativa esistente tra operatori economici e consumatori e ciò in conseguenza della complessità della materia e della scarsa conoscenza del consumatore rispetto ad un servizio cui non si ricorre con frequenza.

15. Il messaggio, riportando delle indicazioni relative ad alcuni esempi di finanziamenti e delle relative rate di rimborso, non indica, tuttavia, chiaramente, gli elementi essenziali da cui ricavare gli esatti costi del finanziamento. Infatti, il TAEG, indicatore che consente al consumatore di valutare e calcolare l'esatto importo dell'intera operazione finanziaria, non viene in alcun modo indicato.

16. L'assenza di puntuali indicazioni circa il TAEG non consente quindi al consumatore di effettuare un'adeguata valutazione della effettiva convenienza dell'offerta, perché lo priva della possibilità di avere contezza del costo complessivo dell'operazione, del costo, cioè, inclusivo degli interessi e degli oneri da sostenere per utilizzare il credito. Per il consumatore, infatti, proprio perché trattasi di un settore particolarmente complesso, è fondamentale avere chiara conoscenza di tale elemento per poter valutare sia l'onerosità dell'operazione sia la convenienza della proposta in raffronto ad altre simili.

17. Appare necessario evidenziare, altresì, che il fine promozionale si realizza esclusivamente attraverso il messaggio, il quale esaurisce la sua funzione propria nell'indurre il destinatario a rivolgersi all'operatore, cosicché non può essere ritenuto idoneo a sanare l'incompletezza delle informazioni fornite su elementi riconosciuti essenziali quali le condizioni economiche di offerta del servizio pubblicizzato il rinvio (anche se indiretto, rappresentato dalle indicazioni telefoniche e territoriali) a ulteriori fonti informative cui il consumatore è invitato a rivolgersi.

18. Il messaggio in esame, sulla base delle suindicate considerazioni e della debolezza dei destinatari, soggetti che presumibilmente versano in una situazione di particolare debolezza psicologica dovuta alle proprie condizioni economiche, deve ritenersi idoneo, quindi, ad indurre in errore i consumatori in merito alle caratteristiche del finanziamento pubblicizzato, alla natura del professionista ed alle condizioni economiche, pregiudicandone il comportamento economico.

19. Pertanto, alla luce delle considerazioni svolte, la pratica commerciale in esame, costituita dal messaggio pubblicitario descritto, risulta scorretta ai sensi degli articoli 20 e 22 del Decreto Legislativo 6 settembre 2005, n. 206, in quanto contraria alla diligenza professionale ed idonea a falsare il comportamento del consumatore medio cui è destinata. Nello specifico, con riguardo alla valutazione del canone di diligenza professionale, è da evidenziare che non si è riscontrato, da parte del professionista, il normale grado di competenza e attenzione che ragionevolmente ci si poteva attendere da un operatore del suo specifico settore di attività con riferimento alla prospettazione delle caratteristiche dei finanziamenti offerti ai consumatori. Con riferimento all'idoneità della pratica a falsare il comportamento economico dei consumatori cui è rivolta, invece, è da evidenziare che essa discende dalla natura omissiva della medesima, nella misura in

cui non sono fornite informazioni rilevanti di cui il consumatore medio ha bisogno per prendere una decisione consapevole di natura commerciale.

VI. QUANTIFICAZIONE DELLA SANZIONE

20. Ai sensi dell'art. 27, comma 9, del Codice del Consumo, con il provvedimento che vieta la pratica commerciale scorretta, l'Autorità dispone l'applicazione di una sanzione amministrativa pecuniaria da 5.000 a 500.000 euro, tenuto conto della gravità e della durata della violazione. In ordine alla quantificazione della sanzione deve tenersi conto, in quanto applicabili, dei criteri individuati dall'art. 11 della legge n. 689/81, in virtù del richiamo previsto all'art. 27, comma 13, del Codice del Consumo: in particolare, della gravità della violazione, dell'opera svolta dall'impresa per eliminare o attenuare l'infrazione, della personalità dell'agente, nonché delle condizioni economiche dell'impresa stessa.

21. Con riguardo alla gravità della violazione, si tiene conto, nella fattispecie in esame, dell'entità complessiva del pregiudizio potenziale per i consumatori e, in particolar modo, della debolezza dei destinatari, soggetti che presumibilmente versano in una situazione di particolare debolezza psicologica dovuta alle proprie condizioni economiche nonché della dimensione economica del professionista. Rispetto al settore al quale l'offerta si riferisce, inoltre, come rilevato dall'Autorità in numerosi interventi, l'obbligo di completezza e chiarezza delle informazioni veicolate si presenta particolarmente stringente, ciò anche in ragione dell'asimmetria informativa in cui versano i consumatori rispetto agli operatori.

Sotto il profilo dell'ampiezza della diffusione e della capacità di penetrazione del messaggio, occorre considerare che lo stesso risulta essere stato diffuso mediante inserzioni su stampa locale (distribuita a Carini, Cinisi, Terrasini, Trapani e Marsala), ossia attraverso modalità suscettibili di raggiungere un numero di consumatori non particolarmente elevato.

22. Per quanto riguarda poi la durata della violazione, dagli elementi disponibili in atti risulta che la pratica commerciale è stata posta in essere nei mesi di giugno, luglio, agosto, settembre e ottobre 2008.

23. In considerazione di tali elementi, si ritiene di comminare al Sig. Giuseppe Sassano, titolare dell'impresa individuale CASAFIN, una sanzione amministrativa pari a 20.000 € (ventimila euro).

RITENUTO, pertanto, in conformità al parere dell'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, sulla base delle considerazioni suesposte, che la pratica commerciale in esame risulta scorretta in quanto idonea ad indurre in errore i consumatori in ordine alle caratteristiche del finanziamento, alla natura del professionista ed alle condizioni economiche, potendo, per tale motivo, pregiudicarne il comportamento economico.

DELIBERA

a) che la pratica commerciale descritta al punto II del presente provvedimento, posta in essere dal Sig. Giuseppe Sassano, titolare dell'impresa individuale CASAFIN, costituisce, per le ragioni e nei limiti esposti in motivazione, una pratica commerciale scorretta ai sensi degli artt. 20 e 22 del Codice del Consumo, e ne vieta l'ulteriore diffusione;

b) che al Sig. Giuseppe Sassano, titolare dell'impresa individuale CASAFIN sia irrogata una sanzione amministrativa pecuniaria di 20.000 €(ventimila euro).

La sanzione amministrativa di cui alla precedente lettera b) deve essere pagata entro il termine di trenta giorni dalla notificazione del presente provvedimento, con versamento diretto al concessionario del servizio della riscossione oppure mediante delega alla banca o alle Poste Italiane, presentando il modello allegato al presente provvedimento, così come previsto dal Decreto Legislativo 9 luglio 1997, n. 237.

Decorso il predetto termine, per il periodo di ritardo inferiore a un semestre, devono essere corrisposti gli interessi di mora nella misura del tasso legale a decorrere dal giorno successivo alla scadenza del termine del pagamento e sino alla data del pagamento. In caso di ulteriore ritardo nell'adempimento, ai sensi dell'art. 27, comma 6, della legge n. 689/81, la somma dovuta per la sanzione irrogata è maggiorata di un decimo per ogni semestre a decorrere dal giorno successivo alla scadenza del termine del pagamento e sino a quello in cui il ruolo è trasmesso al concessionario per la riscossione; in tal caso la maggiorazione assorbe gli interessi di mora maturati nel medesimo periodo.

Dell'avvenuto pagamento deve essere data immediata comunicazione all'Autorità attraverso l'invio di copia del modello attestante il versamento effettuato.

Ai sensi dell'art. 27, comma 12, del Codice del Consumo, in caso di inottemperanza alla presente delibera l'Autorità applica la sanzione amministrativa pecuniaria da 10.000 a 150.000 euro. Nei casi di reiterata inottemperanza l'Autorità può disporre la sospensione dell'attività di impresa per un periodo non superiore a trenta giorni.

Il presente provvedimento verrà notificato ai soggetti interessati e pubblicato nel Bollettino dell'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato.

Avverso il presente provvedimento può essere presentato ricorso al TAR del Lazio, ai sensi dell'articolo 27, comma 13, del Codice del Consumo, entro sessanta giorni dalla data di notificazione del provvedimento stesso, ovvero può essere proposto ricorso straordinario al Presidente della Repubblica ai sensi dell'art. 8, comma 2, del Decreto del Presidente della Repubblica 24 novembre 1971, n. 1199, entro il termine di centoventi giorni dalla data di notificazione del provvedimento stesso.

IL SEGRETARIO GENERALE
Luigi Fiorentino

IL PRESIDENTE
Antonio Catricalà

PS4562 - ACQUA CASTELLINA-NUMERO VERDE

Provvedimento n. 20918

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 18 marzo 2010;

SENTITO il Relatore Professore Carla Bedogni Rabitti;

VISTO il Titolo III del Decreto Legislativo 6 settembre 2005, n. 206, recante “*Codice del Consumo*”, come modificato dal Decreto Legislativo 2 agosto 2007, n. 146 (di seguito, Codice del Consumo);

VISTO il “*Regolamento sulle procedure istruttorie in materia di pratiche commerciali scorrette*”, adottato con delibera dell’Autorità del 15 novembre 2007, pubblicata nella G.U. n. 283 del 5 dicembre 2007, ed entrato in vigore il 6 dicembre 2007 (di seguito, Regolamento);

VISTI gli atti del procedimento;

I. LE PARTI

1. Castellina S.p.A. (di seguito, anche “Castellina”), in qualità di professionista ai sensi dell’art. 18, lettera *b*), del Codice del Consumo, società attiva nel settore della produzione di acque minerali e bibite analcoliche. Castellina appartiene al Gruppo Farmer di Colella e, sulla base dell’ultimo bilancio disponibile (chiuso al 31 dicembre 2008), ha realizzato un fatturato pari a circa 5.168.000 euro, registrando utili per 6.156 euro. La società ha dichiarato che, per quanto riguarda il bilancio 2009, le previsioni sono di una perdita di oltre un milione di euro.

II. LA PRATICA COMMERCIALE

2. Il procedimento concerne il comportamento posto in essere da Castellina, consistente nell’aver qualificato nell’etichetta dell’acqua minerale naturale a marchio “Castellina” la numerazione ad addebito ripartito 848.588.589 come “numero verde”, utilizzando anche la grafica e la colorazione caratteristiche dei numeri verdi.

III. LE RISULTANZE DEL PROCEDIMENTO***1) L’iter del procedimento***

3. Sulla base di una segnalazione, pervenuta in data 8 luglio 2009, da parte di un consumatore, in data 16 dicembre 2009, è stato comunicato l’avvio del procedimento istruttorio n. PS4562 al professionista e al consumatore segnalante per presunta violazione degli artt. 20, 21, comma 1, lettera *d*), 22 e 23, comma 1, lettera *v*), del Codice del Consumo.

4. Il 4 gennaio 2010 è pervenuta una comunicazione da parte di Castellina in risposta alla richiesta di informazioni formulata contestualmente all’avvio del procedimento.

5. L’11 gennaio 2010 è stato acquisito agli atti l’estratto del foglio *excel* pubblicato sul sito *Internet* del Ministro delle Comunicazioni e relativo alle assegnazioni delle risorse di numerazione per il

servizio “848”¹ da cui è emerso che la numerazione oggetto di contestazione è stata assegnata dal Ministero delle Comunicazioni all’operatore di telefonia Wind.

6. Il 15 gennaio 2010 è stata inviata una richiesta di informazioni alla società Wind – Telecomunicazioni S.p.A. (di seguito anche “Wind”) e al professionista².

7. Il 27 gennaio 2010 è pervenuta la risposta di Castellina alla richiesta di informazioni del 15 gennaio 2010³.

8. Il 4 febbraio 2010 è pervenuta la risposta di Wind alla richiesta di informazioni del 15 gennaio 2010⁴.

9. Il 9 febbraio 2010 è stata comunicata al professionista la data di conclusione della fase istruttoria ai sensi dell’art. 16, comma 1, del Regolamento.

10. Il 22 febbraio 2010 è pervenuta la memoria conclusiva di Castellina, integrata con nota pervenuta il 23 febbraio 2010.

2) *Le evidenze acquisite*

i. Il quadro normativo di riferimento

11. La disponibilità e allocazione delle risorse di numerazione nel settore delle telecomunicazioni è disciplinato dalla Delibera n. 26/08/CIR e dal relativo allegato “A” (di seguito “l’allegato A”), recante il “*Piano di numerazione nazionale nel settore delle telecomunicazioni e disciplina attuativa*”⁵, adottata dall’Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni il 14 maggio 2009.

12. In forza dell’art. 3 dell’allegato “A” i diritti d’uso delle numerazioni sono assegnate ai soggetti in possesso dell’idoneo titolo autorizzatorio per la fornitura di servizi di comunicazioni o di una risorsa correlata.

13. Ai sensi dell’art. 16 dell’allegato “A”, rubricato “*Numerazione per servizi di addebito al chiamato*”: “1. *I codici 80X identificano la categoria specifica dei servizi di addebito al chiamato. [...] Solo le numerazioni appartenenti a questi codici possono essere denominate, secondo una terminologia di uso comune, numeri verdi*”⁶ (enfasi aggiunta). 2. *Le numerazioni per servizi di addebito al chiamato hanno la struttura descritta di seguito: a) 800 [...]; b) 803 [...]*”.

14. Ai sensi del successivo art. 17 dell’allegato “A”, rubricato “*Numerazione per i servizi ad addebito ripartito*”: “1. *I codici 84X vengono utilizzati per identificare la categoria specifica dei servizi ad addebito ripartito. 2. La struttura e la modalità di addebito al chiamante, supportate dalle numerazioni con codice 84X, sono articolate su due fasce, come di seguito riportato: a) Prima categoria [...] – al chiamante viene addebitata una quota fissa: 840; 841 [...]. b) Seconda categoria - al chiamante viene addebitata oltre a una quota fissa anche una quota minutaria: 848; 847 (enfasi aggiunte)*”.

¹ Cfr. doc. n. 7.

² Cfr. doc. nn. 8 e 9.

³ Cfr. doc. n. 11.

⁴ Cfr. doc. n. 12.

⁵ **Cfr. Delibera n. 26/08/CIR “Piano di numerazione nel settore delle telecomunicazioni e disciplina attuativa”; pubblicata sul sito dell’AGCom (www.agcom.it) in data 18 luglio 2008 e in GURI n. 172 del 24 luglio 2008 - S.O n. 181.**

⁶ Concetto già anticipato all’art. 5, comma 7, dell’allegato “A”: “La terminologia di uso comune “numero verde” è associata, nelle informazioni e nella pubblicità, con qualunque mezzo diffuse, ai soli servizi offerti su numerazioni per servizi con addebito al chiamato, a qualunque rete appartenga il chiamante.”.

ii. La categoria di appartenenza della numerazione individuata dalle cifre 848.588.589, l'operatore assegnatario della numerazione e il soggetto che ne ha l'uso

15. Sulla base della richiamata disciplina di settore e della documentazione disponibile sul sito del Ministero delle Comunicazioni in merito alle risorse di numerazione assegnate, la numerazione in esame, in quanto introdotta dal codice 848, appartiene alla categoria delle numerazioni cd. ad addebito ripartito tra chiamante e chiamato di cui all'art. 17 dell'allegato "A" e, nello specifico, a quelle caratterizzate da un sistema di tariffazione variabile, in quanto al chiamante è addebitata sia una quota fissa sia una quota minutaria, dipendente, quindi, dalla durata della chiamata.

16. Dalla documentazione disponibile sul sito *Internet* del Ministero delle Comunicazioni⁷ e da quella fornita da Wind⁸, risulta che l'operatore assegnatario della risorsa di numerazione litigiosa sia l'operatore telefonico Wind e che la stessa sia in uso alla società Castellina sulla base di un contratto stipulato nel febbraio 2006 e ancora in corso di validità e relativo al servizio "Numero verde 848".

17. Le fatture relative all'uso di tale numerazione da parte di Castellina⁹ confermano trattarsi di una numerazione ad addebito ripartito variabile per il chiamante e non di una numerazione che non prevede addebiti a carico del chiamante.

18. Wind, nella risposta alla richiesta di informazioni inviatagli in data 15 gennaio 2010, ha dichiarato che, da febbraio 2009 a gennaio 2010, risulta che la numerazione in esame ha ricevuto 136 chiamate per la durata totale di 149 minuti.

iii. Diffusione del messaggio contestato

19. Dalle informazioni fornite dal professionista, emerge che la numerazione litigiosa sia presente con l'indicazione "numero verde" e la relativa tipica grafia e cromia in corrispondenza della numerazione 848.588.589, sulle etichette dei vari tipi di acqua minerale a marchio "Castellina" (naturale, frizzante e leggermente frizzante) dallo stesso commercializzata e in tutti i relativi formati eccezion fatta per quello da mezzo litro.

20. Con riferimento alla diffusione delle bottiglie di acqua minerale con l'etichetta in contestazione, Castellina ha precisato che le stesse sono state immesse in commercio a partire da gennaio 2009 sino al 3 aprile 2009, quando la società è rimasta chiusa a seguito dell'ordinanza di sequestro della fonte da cui capta l'acqua destinata all'imbottigliamento, emessa dal Tribunale di Isernia.

3) Le argomentazioni difensive della parte

In merito alla scorrettezza della pratica contestata

21. Castellina ritiene non scorretta l'indicazione della numerazione riportata sull'etichetta della propria acqua minerale e individuata con la denominazione di numero verde posto che come tale è definita dallo stesso operatore telefonico Wind, titolare della numerazione in questione, nella propria documentazione contrattuale. Infatti, nella sezione del contratto dedicata ai "servizi richiesti" si legge "Verde 848"¹⁰ e, in corrispondenza della denominazione del tipo di

⁷ Cfr. doc. n. 7, cit.

⁸ Cfr. doc. 11 e 12.

⁹ Cfr. all. dal n. 2 al n. 11 del doc. n. 11.

¹⁰ Cfr. all. n. 1 al doc. n. 12.

abbonamento proposto e sottoscritto da Castellina, si legge, come anche nelle fatture, “Verde flat 848”¹¹.

In merito alla diffusione della pratica contestata

22. Il professionista ha precisato che le bottiglie con l’etichetta contestata sono state immesse in commercio nel periodo compreso tra gennaio e l’inizio di aprile 2009, ossia fino alla data con cui il Tribunale di Isernia ha emesso l’ordinanza di sequestro della fonte da cui Castellina attinge l’acqua che imbottiglia. La società ha, altresì, precisato che con riguardo all’acqua minerale con l’etichetta in esame non è stata messa in atto alcuna iniziativa promo-pubblicitaria.

In merito alle previsioni di bilancio del professionista

23. Castellina ha allegato l’ultimo bilancio chiuso (al 12 dicembre 2008) dichiarando che per il bilancio 2009 è prevista una perdita di oltre un milione di euro.

V. VALUTAZIONI CONCLUSIVE

24. L’indicazione, presente nell’etichetta dell’acqua minerale a marchio Castellina, “numero verde”, utilizzando anche la grafica e la colorazione caratteristiche dei numeri verdi, riferita a una numerazione che prevede, invece, una tariffazione ad addebito ripartito tra chiamante e chiamato, appare scorretta ai sensi degli art. 20 21, comma 1, lettera d), e 23, lettera v), del Codice del Consumo, in quanto prospetta, contrariamente al vero, il servizio clienti del professionista come un servizio senza oneri per il consumatore.

25. La numerazione in questione, infatti e sulla base della regolamentazione vigente, prevede oneri anche a carico del chiamante che, peraltro, dipendono, per una parte, anche dalla durata della telefonata.

26. Come precisato nell’allegato “A” alla Delibera AGCom n. 26/08/CIR, “*La terminologia di uso comune “numero verde” è associata, nelle informazioni e nella pubblicità, con qualunque mezzo diffuse, ai soli servizi offerti su numerazioni per servizi con addebito al chiamato, a qualunque rete appartenga il chiamante*” (art. 5, comma 7, e analogamente art. 16).

27. Da quanto precede, consegue che, avendo il professionista prospettato il proprio servizio telefonico di assistenza clienti come gratuito, la pratica integra una violazione anche dell’art. 23, comma 1, lettera v), del Codice del Consumo.

28. In senso contrario alla valutazione di scorrettezza della pratica contestata non può eccepirsi la riscontrata ambiguità della definizione del servizio acquistato presente nella modulistica contrattuale dell’operatore telefonico titolare della numerazione in oggetto. Castellina, infatti, aveva acquisito piena contezza della tipologia del servizio acquistato da Wind prima dell’utilizzo delle etichette litigiose, come risulta dal contenuto del contratto e dalle informazioni presenti nelle fatture ricevute a partire dal 2006.

29. In ogni caso, l’eventuale impropria prospettazione del servizio telefonico offerto dall’operatore di telecomunicazioni non può giustificare il professionista dalla scorretta prospettazione dello stesso servizio ai consumatori.

30. Nel caso di specie, pertanto, non può ritenersi che il professionista abbia osservato il normale grado di competenza e attenzione che, ai sensi dell’art. 20 del Codice del Consumo,

¹¹ Cfr. all. n. 1 al doc. 12, cit e all. nn. dal 2 al n. 11 del doc. n. 11, cit.

ragionevolmente ci si può attendere, avuto riguardo alla qualità del professionista e alle caratteristiche dell'attività svolta.

VI. QUANTIFICAZIONE DELLA SANZIONE

31. Ai sensi dell'art. 27, comma 9, del Codice del Consumo, con il provvedimento che vieta la pratica commerciale scorretta, l'Autorità dispone l'applicazione di una sanzione amministrativa pecuniaria da 5.000 a 500.000 euro, tenuto conto della gravità e della durata della violazione.

32. Con riferimento alla condotta descritta al precedente punto II, si ritiene di comminare alla società Castellina S.p.A. una sanzione amministrativa pecuniaria pari al minimo edittale.

RITENUTO, pertanto, sulla base delle considerazioni suesposte, che la pratica commerciale in esame risulta scorretta, in quanto contraria alle disposizioni di cui agli artt. 20, 21, comma 1, lettera *d*), e 23, comma 1, lettera *v*), del Codice del Consumo;

RITENUTO infine, ai sensi dell'articolo 27, comma 10, del Codice del Consumo, che l'Autorità è chiamata ad assegnare all'operatore pubblicitario un termine per procedere all'adeguamento delle confezioni di prodotto che riportano messaggi ritenuti ingannevoli;

DELIBERA

a) che la pratica commerciale descritta al punto II del presente provvedimento, posta in essere dalla società Castellina S.p.A., costituisce, per le ragioni e nei limiti esposti in motivazione, una pratica commerciale scorretta ai sensi degli artt. 20, 21, comma 1, lettera *d*), e 23, comma 1, lettera *v*), del Codice del Consumo, e ne vieta l'ulteriore diffusione;

b) che alla società Castellina S.p.A. sia irrogata una sanzione amministrativa pecuniaria di 5.000 € (cinquemila euro).

La sanzione amministrativa di cui alla precedente lettera *b*) deve essere pagata entro il termine di trenta giorni dalla notificazione del presente provvedimento, con versamento diretto al concessionario del servizio della riscossione oppure mediante delega alla banca o alle Poste Italiane, presentando il modello allegato al presente provvedimento, così come previsto dal Decreto Legislativo 9 luglio 1997, n. 237.

Decorso il predetto termine, per il periodo di ritardo inferiore a un semestre, devono essere corrisposti gli interessi di mora nella misura del tasso legale a decorrere dal giorno successivo alla scadenza del termine del pagamento e sino alla data del pagamento. In caso di ulteriore ritardo nell'adempimento, ai sensi dell'art. 27, comma 6, della legge n. 689/81, la somma dovuta per la sanzione irrogata è maggiorata di un decimo per ogni semestre a decorrere dal giorno successivo alla scadenza del termine del pagamento e sino a quello in cui il ruolo è trasmesso al concessionario per la riscossione; in tal caso la maggiorazione assorbe gli interessi di mora maturati nel medesimo periodo.

Dell'avvenuto pagamento deve essere data immediata comunicazione all'Autorità attraverso l'invio di copia del modello attestante il versamento effettuato.

ASSEGNA

a Castellina S.p.A. un termine di novanta giorni dalla notifica del presente provvedimento, ai sensi dell'articolo 27, comma 10, del Codice del Consumo, per il necessario adeguamento della confezione di vendita delle proprie acqua minerali, mediante l'eliminazione della dicitura numero verde in corrispondenza della numerazione 848.588.589 e di ogni segno grafico o cromatico che possa ingenerare confusione circa la sua natura di numerazione con addebito anche per il chiamante.

Ai sensi dell'art. 27, comma 12, del Codice del Consumo, in caso di inottemperanza alla presente delibera l'Autorità applica la sanzione amministrativa pecuniaria da 10.000 a 150.000 euro. Nei casi di reiterata inottemperanza l'Autorità può disporre la sospensione dell'attività di impresa per un periodo non superiore a trenta giorni.

Il presente provvedimento verrà notificato ai soggetti interessati e pubblicato nel Bollettino dell'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato.

Avverso il presente provvedimento può essere presentato ricorso al TAR del Lazio, ai sensi dell'articolo 27, comma 13, del Codice del Consumo, entro sessanta giorni dalla data di notificazione del provvedimento stesso, ovvero può essere proposto ricorso straordinario al Presidente della Repubblica ai sensi dell'art. 8, comma 2, del Decreto del Presidente della Repubblica 24 novembre 1971, n. 1199, entro il termine di centoventi giorni dalla data di notificazione del provvedimento stesso.

IL SEGRETARIO GENERALE

Luigi Fiorentino

IL PRESIDENTE

Antonio Catricalà

PS415B - KHC-AGENZIA DI RATING ESTERNA - RIDETERMINAZIONE DELLA SANZIONE

Provvedimento n. 20935

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 24 marzo 2010;

SENTITO il Relatore Dottor Antonio Pilati;

VISTO il Decreto Legislativo 2 agosto 2007, n. 145, recante "*Attuazione dell'articolo 14 della direttiva 2005/29/CE che modifica la direttiva 84/450/CEE sulla pubblicità ingannevole*" (di seguito, Decreto);

VISTO il proprio provvedimento n. 18520 del 19 giugno 2008, adottato a conclusione del procedimento istruttorio relativo al caso PS415 *Khc-Agenzia di Rating Esterna*, con il quale è stato deliberato: *i*) che i messaggi pubblicitari diffusi dalla società Know How Certification S.r.l. sul proprio sito *internet* costituiscono una fattispecie di pubblicità ingannevole, ai sensi degli articoli 1, 2 e 3, comma 1, lettere *a*) e *c*), del Decreto, in quanto gli stessi inducono a ritenere che l'operatore pubblicitario si possa qualificare come ECAI (External Credit Assessment Institutions) e, conseguentemente, siano utilizzabili i *rating* dal medesimo rilasciati ai fini della determinazione delle ponderazioni di rischio per il calcolo del requisito patrimoniale delle banche, mentre, in realtà l'utilizzo dei *rating* da parte delle banche a tali fini è subordinato al previo riconoscimento delle agenzie esterne da parte della Banca d'Italia;

ii) di irrogare una sanzione amministrativa pecuniaria di 150.000 euro, nei confronti della società Know How Certification S.r.l., per la diffusione dei messaggi pubblicitari ingannevoli di cui al punto *i*);

VISTA la sentenza del TAR del Lazio, sez. I, n. 2779, depositata in data 18 marzo 2009, con la quale è stato accolto parzialmente il ricorso di Know How Certification S.r.l., con conseguente annullamento del provvedimento dell'Autorità nella parte relativa alla quantificazione della suddetta sanzione;

VISTA, in particolare, la motivazione di tale sentenza del TAR, che ha annullato la sanzione irrogata dall'Autorità;

VISTO altresì, che il TAR ha rimesso alla stessa Autorità la rideterminazione della sanzione irrogata alla società Know How Certification S.r.l., tenendo conto anche delle condizioni economiche dell'agente che nel ricorso dell'operatore pubblicitario sono definite modestissime;

CONSIDERATO che la rideterminazione della sanzione da comminare alla società Know How Certification S.r.l., per la violazione accertata con provvedimento n. 18520 del 19 giugno 2008, deve avvenire in contraddittorio con le parti;

RITENUTA, pertanto, in ottemperanza alla suddetta sentenza del TAR, la necessità di disporre l'avvio di un'istruttoria al fine di procedere alla rideterminazione della sanzione;

DELIBERA

a) l'avvio del procedimento nei confronti della società Know How Certification S.r.l.;

b) che la parte può presentare memorie scritte e documenti entro venti giorni dal ricevimento della presente;

c) che il responsabile del procedimento è il Dott. Massimo D'Abaldo;

d) che l'ufficio presso cui le parti possono accedere agli atti del procedimento, previa richiesta scritta e contatto telefonico per stabilire le modalità dell'accesso, è la Direzione Credito della Direzione Generale per la Tutela del Consumatore (tel. 06/85821.456). L'accesso potrà essere effettuato direttamente dalle parti o da persona delegata per iscritto;

e) che il procedimento si concluderà entro novanta giorni dalla data di protocollo della presente comunicazione.

Il presente provvedimento verrà notificato ai soggetti interessati e pubblicato nel Bollettino dell'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato.

IL SEGRETARIO GENERALE

Luigi Fiorentino

IL PRESIDENTE

Antonio Catricalà

PS2622 - CINOTECNICA DI PAOLO ROBERTI-COLLARI ELETTRICI*Provvedimento n. 20937*

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 24 marzo 2010;

SENTITO il Relatore Dottor Salvatore Rebecchini;

VISTO il Titolo III del Decreto Legislativo 6 settembre 2005, n. 206, recante “*Codice del Consumo*”, come modificato dal Decreto Legislativo 2 agosto 2007, n. 146 (di seguito, Codice del Consumo);

VISTO il “*Regolamento sulle procedure istruttorie in materia di pratiche commerciali scorrette*”, adottato con delibera dell’Autorità del 15 novembre 2007, pubblicata nella G.U. n. 283 del 5 dicembre 2007, ed entrato in vigore il 6 dicembre 2007 (di seguito, Regolamento);

VISTO il proprio provvedimento del 2 dicembre 2009, con il quale è stata deliberata la non adozione della misura cautelare, ai sensi dell’art. 27, comma 3, del Codice del Consumo e dell’art. 9, comma 1, del Regolamento;

VISTI gli atti del procedimento;

I. LE PARTI

Sig. Paolo Roberti, titolare dell’impresa individuale Cinotecnica di Paolo Roberti (di seguito anche Cinotecnica), in qualità di professionista ai sensi dell’art. 18, lettera *b*), del Codice del Consumo. L’impresa opera nel commercio al dettaglio effettuato per corrispondenza, per telefono, per radio e per televisione e nel commercio al dettaglio effettuato via Internet (commercio elettronico) con ricavi pari a *[omissis]*¹ euro nel 2008.

Ministero delle Politiche Agricole Alimentari e Forestali - Corpo Forestale dello Stato, in qualità di segnalante.

II. LA PRATICA COMMERCIALE

1. Il procedimento concerne il comportamento posto in essere dal professionista in relazione ad un avviso diffuso su riviste specializzate (messaggi comparsi su stampa di settore nel corso del 2008 e del 2009) e sul proprio sito internet *www.cinotecnica.com* per promuovere la vendita di collari elettronici per cani.

2. In particolare, in data 29 ottobre 2008, è pervenuta una segnalazione da parte del Ministero delle Politiche Agricole Alimentari e Forestali nella quale si evidenziava un profilo di possibile ingannevolezza in relazione agli avvisi pubblicitari promossi dalla ditta Cinotecnica. Tali messaggi avrebbero diffuso, contrariamente al vero, la notizia del ripristino dell’utilizzo dei collari elettronici su tutto il territorio nazionale, a seguito di una ordinanza del Tar Lazio del 23 aprile 2008, che annullava l’art. 4 dell’ordinanza del Ministero della Salute datata 12 dicembre 2006² che

¹ Nella presente versione alcuni dati sono omessi, in quanto si sono ritenuti sussistenti elementi di riservatezza o di segretezza delle informazioni.

² Ai sensi dell’art. 4 dell’ordinanza del Ministero della Salute del 12 dicembre 2006 “*l’uso di collari elettrici o altri congegni atti a determinare scosse o impulsi elettrici sui cani procura paura e sofferenza e può provocare reazioni di*

ne vietava l'uso. In tal modo il professionista avrebbe indotto il pubblico a ritenere consentito dalla normativa vigente l'utilizzo dei collari elettronici, quando invece il Ministero della Salute in data 14 gennaio 2008 aveva emesso una nuova ordinanza che, dal 28 gennaio 2008 al 28 gennaio 2009, reiterava la precedente.

3. In particolare, il messaggio diffuso a mezzo stampa, comparso sulla rivista "Il cacciatore italiano", organo ufficiale della federazione italiana della caccia, e su altre riviste di settore³, riportava, nella medesima modalità, il seguente *claim*: "Nuovissimi collari da addestramento serie 3000 lunga gittata 3 Km" provvedendo, nella parte sottostante il *claim*, ad informare il pubblico dei consumatori che "il Tar del Lazio, annullando attraverso la propria ordinanza n. 2633/2007 del 23 aprile 2008 l'art. 4 dell'ordinanza del Ministero della Salute del 12 dicembre 2006 avrebbe ripristinato l'utilizzo dei collari elettronici per l'addestramento su tutto il territorio nazionale (sottolineatura aggiunta)". Tale informazione veniva tuttavia corredata da una raccomandazione ai consumatori: "Fermo restando che l'uso improprio o sconsigliato di tali apparecchi può essere punito a termini di legge".

4. Inoltre, il messaggio diffuso attraverso internet sul sito www.cinotecnica.com riportava, con l'utilizzo di caratteri ben evidenziati, la seguente scritta:

"In data 23 aprile 2008 il Tar del Lazio annulla l'ordinanza Livia Turco è quindi riammesso l'uso, l'utilizzo, la detenzione e la vendita su tutto il territorio nazionale dei collari elettrici".

5. Sempre nei suddetti messaggi, era riportata l'affermazione per cui l'uso di tali collari era consentito su "tutto il territorio nazionale", laddove nella Regione Marche ne era invece vietato l'uso dal mese di agosto 2008, in forza della legge regionale n. 25 del 29 luglio 2008, a norma della quale "è sempre vietato far indossare ai cani collari o altri congegni atti a determinare scosse o impulsi elettrici anche se inattivi o altri strumenti coercitivi che cagionano sofferenza o stress agli animali".

6. Inoltre, sul sito internet della società era riportata, a supporto della notizia del ripristino dell'uso dei collari elettronici, la seguente affermazione: "Il collare elettronico per l'addestramento si può usare!! [...] un uso del collare ad impulsi conforme alle finalità per cui viene commercializzato e alle prescrizioni tecniche del produttore esclude ogni ipotesi di maltrattamento di animali penalmente rilevante" (sottolineatura aggiunta).

III. LE RISULTANZE DEL PROCEDIMENTO

1) L'iter del procedimento

7. In data 26 ottobre 2009 è stato comunicato al professionista l'avvio del procedimento istruttorio PS2622 per presunta violazione degli artt. 20, 21 e 23, lettera i), del Codice del Consumo con contestuale richiesta di informazioni. In particolare, in sede di avvio, sono state contestate al professionista:

aggressività da parte degli animali stessi. Pertanto l'impiego di tali strumenti si configura come maltrattamento e chiunque li utilizzi è perseguibile ai sensi della legge 20 luglio 2004, n. 189".

³ Il Cacciatore Italiano - rivista bimestrale - maggio/giugno 2008, luglio/agosto 2008, settembre/ottobre 2008; Caccia Più - rivista mensile - luglio, agosto, settembre, ottobre e dicembre 2008; Il Mese di Caccia - rivista bimestrale - luglio/agosto 2008, settembre/ottobre 2008, novembre/dicembre 2008 e gennaio/febbraio 2009; Caccia e Pesca - rivista bimestrale - novembre/dicembre 2008 e gennaio/febbraio 2009.

A. la presunta ingannevolezza dell'affermazione della legittimità dell'utilizzo dei collari elettronici, a fronte dell'avvenuta entrata in vigore di una nuova ordinanza del Ministero della Salute nel 2008 che aveva reintrodotta il divieto del loro utilizzo, fino alla nuova ordinanza del 2009;

B. la presunta ingannevolezza dell'affermazione che l'utilizzo dei collari elettronici è consentito su tutto il territorio nazionale, laddove invece il loro utilizzo è stato vietato nel territorio della Regione Marche a partire dal mese di agosto 2008;

C. le insufficienti avvertenze a tutela dell'incolumità degli animali, riportate a supporto della notizia del ripristino dell'uso dei collari elettronici, in diffusione sul sito internet della società. I consumatori, infatti, non sarebbero stati adeguatamente informati che l'art. 544 ter del codice penale punisce con la reclusione o con ammende chiunque, per crudeltà o senza necessità sottopone un animale a sevizie o a trattamenti che procurano danno alla salute, per cui un utilizzo improprio dei collari elettrici per cani potrebbe integrare una fattispecie di maltrattamento nei confronti dell'animale.

8. Con provvedimento del 2 dicembre 2009 è stata deliberata la non adozione della misura cautelare, ai sensi dell'art. 27, comma 3, del Codice del Consumo e dell'art. 9, comma 1, del Regolamento prospettata contestualmente all'avvio del procedimento.

9. La parte ha fatto pervenire memorie difensive in data 5 novembre 2009 e 8 febbraio 2010.

10. In data 22 gennaio 2010 veniva comunicata alla parte la data di conclusione della fase istruttoria ai sensi dell'articolo 16, comma 1, del Regolamento.

2) *Le evidenze acquisite*

a) **Il quadro normativo nazionale di riferimento**

11. Il Ministero della Salute il 5 luglio 2005 ha emanato un'ordinanza ministeriale (GU n. 158 del 9/7/2005, c.d. "ordinanza Storace) che aveva per titolo "*Divieto dell'uso del collare elettrico e di altro analogo strumento sui cani*" dove all'art. 1 veniva disposto il divieto "*all'uso del collare elettrico e di altro analogo strumento, che provoca effetti di dolore sui cani [...]*". Con la sentenza n. 8614 del 15 settembre 2006 il TAR Lazio ha annullato l'art. 1 dell'ordinanza Ministeriale del 5 luglio 2005.

12. Successivamente, il Ministero della Salute ha emanato, in data 12 dicembre 2006, una nuova ordinanza (GU n. 10 del 13 gennaio 2007, c.d. "ordinanza Turco") che ha per titolo "*Tutela dell'incolumità pubblica dall'aggressione di cani*" dove all'art. 4 era disposto il divieto: "*all'uso di collari elettrici o altri congegni atti a determinare scosse o impulsi elettrici sui cani [...]*". Con ordinanza n. 1652 dell'11 aprile 2007 il TAR Lazio ha nuovamente provveduto ad annullare il divieto, contenuto nell'art. 4 dell'ordinanza del 12 dicembre 2006.

13. Il Ministero della Salute in data 14 gennaio 2008 (GU n. 23 del 28/01/2008, c.d. "ordinanza Turco") ha emanato una nuova ordinanza con titolo "*Tutela dell'incolumità pubblica dall'aggressione di cani*" al cui art. 4 si reiterava il divieto all'uso "*di strumenti che determinano scosse o impulsi elettrici su cani [...]*". Anche in questo caso è intervenuto il TAR Lazio, che con ordinanza n. 2208 del 23 aprile 2008 ha annullato detto art. 4 dell'ordinanza ministeriale del 14 gennaio 2008.

14. L'ultima ordinanza emanata dal Ministero della Salute in data 3 marzo 2009 (GU n. 68 del 23/03/2009, c.d. "ordinanza Sacconi"), "*Ordinanza contingibile ed urgente concernente la tutela*

dell'incolumità pubblica dall'aggressione dei cani” non ha più riproposto il divieto all'uso dei collari elettronici, vietando solamente “l'addestramento di cani che ne esalti l'aggressività” (art. 2).

b) La normativa regionale

15. La Regione Marche, con la legge regionale n. 25 del 29/07/2008, art. 16 (che integrava la l. r. 20 gennaio 1997 n. 10, recante “*Norme in materia di animali da affezione e prevenzione del randagismo*”) ha provveduto ad inserire una disposizione che recita: “*è sempre vietato far indossare ai cani collari o altri congegni atti a determinare scosse o impulsi elettrici anche se inattivi o altri strumenti coercitivi che cagionano sofferenza o stress agli animali*”.

c) I messaggi internet e a mezzo stampa

16. Il professionista⁴ ha precisato che il messaggio stampa e via internet (contenenti ambedue la notizia del ripristino dell'uso del collare elettronico a seguito dell'ordinanza del TAR Lazio del 23 aprile 2008) sono stati diffusi dopo la pubblicazione di tale ordinanza:

a) per quanto riguarda il messaggio a mezzo stampa, in alcuni numeri di riviste specializzate tra i mesi di maggio 2008 e di febbraio 2009;

b) per quanto concerne il messaggio sul sito internet *www.cinotecnica.com*, fino al mese di aprile 2009, in quanto la sua diffusione è stata sospesa successivamente alla richiesta di informazioni, ricevuta in fase preistruttoria da parte dell'Autorità (marzo 2009). Il messaggio internet è stato successivamente sostituito da un diverso messaggio internet (contenente la sola avvertenza circa il corretto utilizzo del collare elettronico) e quindi diffuso dal 25 aprile 2009 al 28 ottobre 2009 (la cessazione è conseguente alla ricezione della comunicazione di avvio del procedimento da parte dell'Autorità in data 26 ottobre 2009). In tale messaggio, erano riportate delle avvertenze: “*un uso del collare ad impulsi elettrici conforme alle finalità per cui viene commercializzato ed alle prescrizioni tecniche del produttore esclude ogni ipotesi di maltrattamento di animali penalmente rilevante*”. Dal sito si accedeva inoltre ad un file in pdf contenente un parere di un avvocato penalista relativamente ai profili penali sull'uso dei collari elettronici per cani.

3) Le argomentazioni difensive della parte

17. Il professionista evidenzia che le ordinanze emesse dal Ministero della Salute a partire dal 2005 sono state dirette ad arginare il fenomeno dell'aggressività dei cani a danno delle persone, partendo dal presupposto che il funzionamento del meccanismo del collare elettronico incutendo eventualmente paura e/o sofferenza potesse stimolare nel cane reazioni di aggressività. Per tale motivo l'uso dei collari elettronici è stato vietato. Le ordinanze ministeriali (2005, 2006, 2008) sono state tutte annullate dal TAR Lazio in quanto si è ritenuto che non si possa presumere un collegamento diretto e automatico tra uso del collare elettronico e aggressività del cane, determinazione alla quale sono giunti anche i giudici penali chiamati a pronunciarsi in merito al sequestro di cani che avevano manifestato reazioni aggressive. Il divieto discenderebbe quindi dall'uso improprio e non dalla detenzione né dalla vendita dei collari come peraltro desumibile dall'ultima ordinanza ministeriale del 3 marzo 2009 nella quale il divieto viene espressamente riferito solo all'“*addestramento di cani che ne esalti l'aggressività*”.

⁴ Doc. 11.

18. I messaggi comparsi sulla stampa e sul sito internet che pubblicizzavano il ripristino dell'utilizzo dei collari elettronici su *"tutto il territorio nazionale"* sarebbero stati diffusi a seguito della pubblicazione dell'ordinanza del TAR Lazio nell'intenzione di informare i lettori di tale notizia. Il professionista, in buona fede, ha ritenuto che un provvedimento dell'autorità giudiziaria amministrativa che aveva annullato un'ordinanza del governo nazionale potesse superare anche il divieto imposto dalla legge regionale delle Marche.

19. In merito alla mancanza di informazioni sulle possibili conseguenze penali di un improprio utilizzo dei collari, il professionista sostiene che nel messaggio su internet erano presenti avvertenze riferite all'utilizzo dei collari elettronici per *"un uso conforme alle finalità per cui viene commercializzato"*, avvertenze non *"generiche"*, ma precise e complete e tra l'altro corredate da un rimando ad un parere di un penalista relativo ai profili penali dell'utilizzo - anche improprio - dei collari. Il professionista ha poi precisato che la vendita dei collari elettronici avviene attraverso contatti telefonici con il consumatore, circostanza che permetterebbe al professionista di fornire tutte le necessarie precisazioni in merito al corretto uso dei collari contenute, tra l'altro, nel manuale di istruzioni d'uso e nel manuale pratico sull'addestramento allegati alle confezioni di vendita.

IV. PARERE DELL'AUTORITÀ PER LE GARANZIE NELLE COMUNICAZIONI

20. Poiché la pratica commerciale oggetto del presente provvedimento è stata diffusa a mezzo stampa e attraverso il sito internet *www.cinotecnica.com*, in data 9 febbraio 2010 è stato richiesto il parere all'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, ai sensi dell'art. 27, comma 6, del Codice del Consumo.

21. Con parere pervenuto in data 3 marzo 2010, la suddetta Autorità ha ritenuto che la pratica commerciale in esame risulti scorretta ai sensi degli artt. 20, 21 e 23, lettera i), del Codice del Consumo.

V. VALUTAZIONI CONCLUSIVE

22. La pratica commerciale oggetto di valutazione si sostanzia nella diffusione, da parte della Cinotecnica, di messaggi di cui al punto II:

a) su riviste specializzate nella caccia, tra il mese di maggio 2008 ed il mese di febbraio 2009;

b) sul sito internet *www.cinotecnica.com*, dal mese di maggio 2008 al mese di aprile 2009.

23. Al professionista veniva contestato il *claim* pubblicitario, comparso sia nel messaggio stampa (diffuso fino al mese di febbraio 2009) che nel messaggio internet (diffuso fino al mese di aprile 2009), secondo il quale l'uso di tali collari era consentito su *"tutto il territorio nazionale"*, omettendo di evidenziare che nella Regione Marche ne era invece vietato l'uso dal mese di agosto 2008, in forza della legge regionale n. 25 del 29/07/2008, a norma della quale *"è sempre vietato far indossare ai cani collari o altri congegni atti a determinare scosse o impulsi elettrici anche se inattivi o altri strumenti coercitivi che cagionano sofferenza o stress agli animali"*.

La diffusione dell'informazione non veritiera circa la liceità dell'utilizzo dei collari su tutto il territorio nazionale è dunque tale da integrare una violazione dell'art. 21 del Codice del Consumo, che qualifica ingannevole la pratica commerciale che contiene informazioni non rispondenti al vero.

Non si può poi concordare con quanto affermato dal professionista, che ritiene di aver legittimamente “*informato i lettori della pubblicazione di una ordinanza emessa dall’Autorità giudiziaria amministrativa che aveva annullato una ordinanza del Governo nazionale, ritenendo, in buona fede, in tal modo superata anche la questione della Legge Marche*”. Infatti, l’onere di diligenza professionale stabilito dall’art. 20 del Codice del Consumo nel caso di specie imponeva al professionista l’onere di informarsi in maniera completa circa la sussistenza di eventuali divieti a livello regionale, che non erano oggetto delle citate ordinanze del TAR Lazio. In particolare, tale obbligo discende, oltre che dalle caratteristiche tecniche dei prodotti trattati, soprattutto dall’attenzione posta dagli organi deputati alla tutela dell’incolumità degli animali e dei numerosi e ripetuti interventi normativi, ossia le varie ordinanze ministeriali di divieto, seppur poi annullate dal Tribunale Amministrativo. Inoltre, poiché la possibilità di utilizzare o meno il prodotto in questione investe profili di tutela della salute degli animali, è da rammentare che gli aspetti relativi possono essere oggetto di interventi normativi regionali, oltre che nazionali. Pertanto, un professionista attivo nella commercializzazione del prodotto in esame è tenuto a porre particolare attenzione agli sviluppi normativi anche regionali e di conseguenza ai contenuti della propria attività comunicazionale.

24. I messaggi descritti al punto II risultano pertanto ingannevoli, ai sensi dell’art. 21, nella parte in cui informando della liceità dell’uso dei collari elettronici a seguito dell’ordinanza del Tar Lazio del 23 aprile 2008, ha utilizzato l’espressione “*su tutto il territorio nazionale*” omettendo di informare il pubblico dei consumatori che in forza di una legge regionale la n. 25 del 29 luglio 2008 (modifiche alla legge regionale n. 10/97), nella regione Marche è vietato l’utilizzo dei collari elettronici per cani, ed esponendo quindi i potenziali acquirenti di quella area geografica a sanzioni ed inducendoli ad assumere una decisione di natura commerciale che non avrebbero altrimenti preso.

Inoltre, come sopra argomentato, la pratica commerciale posta in essere dal professionista deve ritenersi in contrasto anche con l’art. 20, comma 2, del Codice del Consumo, che definisce la diligenza professionale come il normale grado della specifica competenza ed attenzione che i consumatori si attendono da un professionista.

V. QUANTIFICAZIONE DELLA SANZIONE

25. Ai sensi dell’art. 27, comma 9, del Codice del Consumo, con il provvedimento che vieta la pratica commerciale scorretta, l’Autorità dispone l’applicazione di una sanzione amministrativa pecuniaria da 5.000 a 500.000 euro, tenuto conto della gravità e della durata della violazione.

26. In ordine alla quantificazione della sanzione deve tenersi conto, in quanto applicabili, dei criteri individuati dall’art. 11 della legge n. 689/81, in virtù del richiamo previsto all’art. 27, comma 13, del Codice del Consumo: in particolare, della gravità della violazione, dell’opera svolta dall’impresa per eliminare o attenuare l’infrazione, della personalità dell’agente, nonché delle condizioni economiche dell’impresa stessa.

27. Sotto il profilo della gravità dell’infrazione si deve considerare anzitutto che il professionista è titolare di una ditta individuale di piccole dimensioni, con un fatturato pari a *[omissis]* euro nel 2008.

In merito all'ampiezza della pratica, va anzitutto considerato che i messaggi a stampa sono comparsi prevalentemente su riviste di settore, rivolte ad addestratori o consumatori dediti all'attività venatoria. Per quanto riguarda il messaggio diffuso via internet si può ritenere invece che, data la pervasività del mezzo utilizzato, questo abbia avuto una significativa capacità di penetrazione.

28. Per quanto riguarda la durata della violazione, dagli elementi disponibili in atti, il messaggio stampa contenente il profilo di scorrettezza descritto risulta essere stato diffuso tra i mesi di agosto 2008 (corrispondente all'entrata in vigore della legge della Regione Marche) al mese di febbraio 2009 (sette mesi), mentre il messaggio internet contenente l'affermazione della liceità della vendita su tutto il territorio nazionale è risultato diffuso tra i mesi di agosto 2008 e di aprile 2009 (nove mesi).

29. Considerati tali elementi, si ritiene congruo determinare l'importo base della sanzione pecuniaria nella misura di 25.000 €(venticinquemila euro).

30. Peraltro, in considerazione del fatto che il professionista ha provveduto, prima ancora dell'avvio del procedimento, a interrompere la diffusione del messaggio internet e a non reiterare la diffusione del messaggio a mezzo stampa, si ritiene di imporre nei confronti del Sig. Paolo Roberti, titolare dell'impresa individuale Cinotecnica una sanzione amministrativa pecuniaria pari a 15.000 €(quindicimila euro).

RITENUTO pertanto, in parziale conformità al parere reso dell'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, sulla base delle considerazioni suesposte, che la pratica commerciale in esame risulti ingannevole ai sensi degli artt. 20 e 21 del Codice del Consumo;

DELIBERA

a) che la pratica commerciale descritta al punto II del presente provvedimento, posta in essere da Paolo Roberti, titolare della ditta individuale Cinotecnica, costituisce, per le ragioni e nei limiti esposti in motivazione, una pratica commerciale scorretta ai sensi degli artt. 20 e 21 del Codice del Consumo, e ne vieta l'ulteriore diffusione;

b) che a Paolo Roberti, titolare della ditta individuale Cinotecnica, sia irrogata una sanzione amministrativa pecuniaria di 15.000 €(quindicimila euro).

La sanzione amministrativa di cui alla precedente lettera *b)* deve essere pagata entro il termine di trenta giorni dalla notificazione del presente provvedimento, con versamento diretto al concessionario del servizio della riscossione oppure mediante delega alla banca o alle Poste Italiane, presentando il modello allegato al presente provvedimento, così come previsto dal Decreto Legislativo 9 luglio 1997, n. 237.

Decorso il predetto termine, per il periodo di ritardo inferiore a un semestre, devono essere corrisposti gli interessi di mora nella misura del tasso legale a decorrere dal giorno successivo alla scadenza del termine del pagamento e sino alla data del pagamento. In caso di ulteriore ritardo nell'adempimento, ai sensi dell'art. 27, comma 6, della legge n. 689/81, la somma dovuta per la sanzione irrogata è maggiorata di un decimo per ogni semestre a decorrere dal giorno successivo

alla scadenza del termine del pagamento e sino a quello in cui il ruolo è trasmesso al concessionario per la riscossione; in tal caso la maggiorazione assorbe gli interessi di mora maturati nel medesimo periodo.

Dell'avvenuto pagamento deve essere data immediata comunicazione all'Autorità attraverso l'invio di copia del modello attestante il versamento effettuato.

Ai sensi dell'art. 27, comma 12, del Codice del Consumo, in caso di inottemperanza alla presente delibera l'Autorità applica la sanzione amministrativa pecuniaria da 10.000 a 150.000 euro. Nei casi di reiterata inottemperanza l'Autorità può disporre la sospensione dell'attività di impresa per un periodo non superiore a trenta giorni.

Il presente provvedimento verrà notificato ai soggetti interessati e pubblicato nel Bollettino dell'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato.

Avverso il presente provvedimento può essere presentato ricorso al TAR del Lazio, ai sensi dell'articolo 27, comma 13, del Codice del Consumo, entro sessanta giorni dalla data di notificazione del provvedimento stesso, ovvero può essere proposto ricorso straordinario al Presidente della Repubblica ai sensi dell'art. 8, comma 2, del Decreto del Presidente della Repubblica 24 novembre 1971, n. 1199, entro il termine di centoventi giorni dalla data di notificazione del provvedimento stesso.

IL SEGRETARIO GENERALE

Luigi Fiorentino

IL PRESIDENTE

Antonio Catricalà

PS2674 - FASTWEB-OFFERTA FAMIGLIA

Provvedimento n. 20938

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 24 marzo 2010;

SENTITO il Relatore Professor Piero Barucci;

VISTO il Titolo III del Decreto Legislativo 6 settembre 2005, n. 206, recante "*Codice del Consumo*", come modificato dal Decreto Legislativo 2 agosto 2007, n. 146 (di seguito, Codice del Consumo);

VISTO il "*Regolamento sulle procedure istruttorie in materia di pratiche commerciali scorrette*", adottato con delibera dell'Autorità del 15 novembre 2007, pubblicata nella G.U. n. 283 del 5 dicembre 2007, ed entrato in vigore il 6 dicembre 2007 (di seguito, Regolamento);

VISTI gli atti del procedimento;

I. LE PARTI

1. La società Fastweb S.p.A. (di seguito, anche Fastweb) in qualità di professionista, ai sensi dell'articolo 18, comma 1, lettera *b*), del Codice del Consumo. Fastweb opera nel settore delle comunicazioni e, in particolare, nei servizi di fonia e dati su rete fissa e mobile. Dal bilancio di esercizio risulta un fatturato di circa 1,7 miliardi di euro; l'utile di esercizio è pari a circa 6,5 milioni di euro.

II. LA PRATICA COMMERCIALE

2. Il presente provvedimento concerne il comportamento posto in essere da Fastweb consistente nella diffusione, nel periodo settembre 2008 – marzo 2009, di messaggi pubblicitari - tramite volantini presso i punti vendita e tramite il sito internet (rilevazione del 15 ottobre 2008) - volti promuovere l'offerta "Famiglia ovunque". In particolare, tali messaggi riportando le seguenti affermazioni: "*L'ideale per essere sempre vicini ai propri familiari ed alla propria casa. Scegli l'offerta Famiglia per te e per tutti i componenti della tua famiglia per avere tutte le chiamate tra di voi e con il telefono di casa sempre incluse nell'abbonamento*". In un box separato compare l'indicazione "*5,90 € al mese*". Nella nota a piè di pagina, contrassegnata dal n. 2, viene specificato che "*Nell'offerta Famiglia sono inclusi complessivamente 500 minuti di chiamate e videochiamate verso un massimo di 4 cellulari FASTWEB e 500 minuti di chiamate da un numero di rete fissa FASTWEB verso un massimo di 5 cellulari FASTWEB*".

3. Secondo quanto prospettato in alcune segnalazioni di consumatori, i citati messaggi sarebbero ingannevoli in quanto lascerebbero intendere che pagando il prezzo pubblicizzato di 5,90 euro al mese si possano utilizzare le cinque *sim* attivate per la famiglia. I messaggi, inoltre, non chiarirebbero che per poter utilizzare le *sim* acquistate con l'offerta "Famiglia ovunque" sia necessario avere un telefono con tecnologia UMTS. Pertanto, i profili oggetto di contestazione riguardanti le promozioni in questione consistono in:

a) rappresentazione ambigua e fuorviante delle modalità di utilizzo e dei costi relativi all'offerta "Famiglia ovunque";

b) omessa indicazione delle specifiche tecniche necessarie per l'utilizzo di tale offerta Famiglia.

III. LE RISULTANZE DEL PROCEDIMENTO

1) *L'iter del procedimento*

4. Sulla base di segnalazioni pervenute in data 2 ottobre 2008 e 16 febbraio 2009 da parte di alcuni consumatori, in data 2 novembre 2009, è stato comunicato l'avvio del procedimento istruttorio n. PS2674 al professionista Fastweb per presunta violazione degli artt. 20, 21 e 22 del Codice del Consumo ed è stata formulata contestuale richiesta di informazioni.

5. In data 23 novembre 2009 Fastweb ha risposto alla richiesta di informazioni.

6. In data 15 dicembre 2009 è stata comunicata alla parte la data di conclusione della fase istruttorie ai sensi dell'art. 16, comma 1, del Regolamento, fissata al 14 gennaio 2010.

7. In data 4 gennaio 2010 Fastweb ha inviato una memoria difensiva.

2) *Le evidenze acquisite*

8. L'offerta "Famiglia ovunque" prevede la possibilità di chiamare (entro il minutaggio previsto) fino a quattro cellulari Fastweb e un numero fisso di Fastweb, nonché la possibilità per tale numero fisso di chiamare fino a cinque cellulari Fastweb.

9. Le caratteristiche e i costi dell'offerta oggetto di contestazione sono le seguenti:

– per le carte ricaricabili è addebitato un costo di attivazione di 10 euro una tantum e un bonus iniziale di ricarica pari a 10 euro;

– per gli abbonamenti è previsto un canone mensile di 5,90 euro iva inclusa cui si aggiunge la tassa di concessione governativa di 5,16 euro al mese.

10. La USIM che sottoscrive il piano Famiglia ha disponibili 500minuti/mese di chiamate e videochiamate nazionali gratuite verso numeri Fastweb scelti (1 fisso e 4 mobili); l'erosione dell'offerta a tempo in questione avviene a scatti anticipati di 60 secondi senza scatto alla risposta. Superato il plafond le chiamate e le videochiamate nazionali sono tariffate a consumo, senza scatto alla risposta; le chiamate e le videochiamate nazionali verso numeri non appartenenti alla lista Famiglia sono tariffate a consumo senza scatto alla risposta.

11. L'offerta oltre che con il volantino e con il sito web è stata pubblicizzata all'interno di una *brochure*. Il periodo di diffusione dell'offerta è andato da settembre 2008 a marzo 2009.

3) *Le argomentazioni difensive della parte*

12. Il professionista ritiene che la prima censura, scaturita da un'unica segnalazione, è infondata sotto ogni profilo. Quanto al volantino, l'espressione ivi riportata: "*Scegli l'offerta Famiglia per te e per tutti i componenti della tua famiglia per avere tutte le chiamate tra voi e con il telefono di casa sempre incluso nell'abbonamento*", non può essere intesa nel senso interpretato dal segnalante ovvero che "*tutte le chiamate*" tra i cellulari del piano Famiglia e il telefono di casa rientrano in un canone di 5,90 euro al mese. In realtà, il riferimento al costo di 5,90 euro al mese indica inequivocabilmente il canone di un singolo abbonamento. Il messaggio lascia chiaramente intendere che per avere "*tutte le chiamate tra voi e il telefono di casa sempre incluse nell'abbonamento*", si deve scegliere l'offerta Famiglia "*per te e per tutti i componenti della tua famiglia*" (cioè, non per una sola delle *sim* del gruppo).

13. Ancor meno logico è supporre che un consumatore normalmente informato e ragionevolmente avveduto, possa pensare che l'opzione che consente di comunicare - in ricezione ed in chiamata - tra più USIM abbia lo stesso costo di quella che consente ad un solo cellulare di chiamarne altri (5,90 euro).

14. Quanto al sito Internet, ancor meno verosimile è che un consumatore possa equivocare quanto illustrato nel sito. Qui, dopo l'esposizione del contenuto standard dell'offerta, si legge: *“Inoltre se prendi l'offerta per tutti i componenti della tua famiglia potrete avere tutte le chiamate tra di voi e con il telefono di casa sempre incluse nell'abbonamento”*.

15. Sulla seconda censura, ovvero il non avere informato i consumatori che per poter utilizzare le USIM abbinate all'offerta “Famiglia” è necessario disporre di apparecchi telefonici con tecnologia UMTS, il professionista eccepisce che sarebbe necessario ipotizzare che l'offerta Famiglia comporti requisiti tecnologici - nella specie, l'utilizzo di terminali UMTS - non comuni a tutte le offerte Fastweb. In realtà, i servizi mobili di Fastweb che si appoggia alla rete di H3G - sono forniti esclusivamente in tecnologia UMTS e, dunque, qualunque tipologia di offerta Fastweb richiede il possesso di un cellulare UMTS. Non solo l'informazione secondo cui l'offerta mobile Fastweb è in tecnologia UMTS può ormai considerarsi patrimonio comune degli utenti di servizi mobili, tenuto conto dell'enorme sviluppo avuto negli ultimi anni da tale tecnologia, ma essa è anche fornita nella sezione FAQ del sito Internet di Fastweb.

IV. PARERE DELL'AUTORITÀ PER LE GARANZIE NELLE COMUNICAZIONI

16. Poiché la pratica commerciale oggetto del presente provvedimento è stata diffusa a mezzo internet, in data 28 gennaio 2010 è stato richiesto il parere all'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, ai sensi dell'art. 27, comma 6, del Codice del Consumo.

17. Con parere pervenuto in data 3 marzo 2010, la suddetta Autorità ha ritenuto che la pratica commerciale in esame risulta scorretta ai sensi degli artt. 20, 21 e 22 del Codice del Consumo, sulla base delle seguenti considerazioni:

- il consumatore non ha la possibilità di reperire tutte le informazioni circa le condizioni economiche del servizio offerto. In particolare, il professionista non fornisce al consumatore in modo chiaro le informazioni relative al costo mensile di 5,90 euro, nel senso che il messaggio pubblicitario lascia intendere che il suddetto costo mensile non si riferisca a ciascuna *sim card* attivata, bensì a tutte le varie *sim card* attivate in quel determinato nucleo familiare;
- nel caso di specie l'omissione circa l'utilizzo delle *sim card* abbinate all'offerta in questione tramite apparecchi con tecnologia UMTS deve considerarsi rilevante, in quanto riferita ad elementi essenziali per valutare la convenienza e l'idoneità di quanto pubblicizzato alle proprie esigenze da parte del consumatore.

V. VALUTAZIONI CONCLUSIVE

18. La pratica commerciale oggetto del presente provvedimento consiste nella diffusione da parte di Fastweb di due messaggi pubblicitari - un volantino ed il sito internet - che pubblicizzano con affermazioni di analogo tenore l'offerta denominata “Famiglia ovunque”. In particolare, si tratta della promozione di un'offerta a costo agevolato - 500 minuti per chiamate e videochiamate - effettuate a 4 *sim card* e a un telefono fisso dello stesso gestore Fastweb. In entrambi i messaggi

compare la medesima indicazione ovvero uno specifico box dove è indicato il prezzo di 5,90 euro. Tali indicazioni non appaiono idonee a creare confusione e a indurre in errore i consumatori circa le effettive condizioni e costi dell'offerta. Il messaggio pubblicitario, infatti, descrivendo le modalità e le caratteristiche dell'offerta consistenti nella possibilità di indicare fino a 5 schede per nucleo familiare e nella possibilità di effettuare 500 minuti di chiamate e di videochiamate da telefono mobile e 500 minuti di chiamate da telefono fisso, al un costo di 5,90 euro al mese, sottintende che tale costo è riferibile ad una singola scheda attivata.

19. Da un punto di vista della decodifica del messaggio, qualora il costo di 5,90 euro fosse stato riferito all'intero pacchetto comprensivo di 5 SIM, non sarebbe stato necessario prevedere per il consumatore la possibilità di scegliere il numero di SIM da attivare. Il costo del servizio telefonico sulla base dell'offerta famiglia sarebbe stato, infatti, sempre di 5,90 euro al mese, qualunque fosse stato il numero di *sim* attivate (2, 3, 5) con evidente disparità di trattamento economico tra il consumatore che attivava 2 o 3 SIM e quello che ne attivava 5.

20. Il messaggio poi prospetta la possibilità di uno sconto di 25 euro per i consumatori che attivano l'offerta on line. La sproporzione tra il costo dell'offerta e lo sconto applicabile avrebbe comunque dovuto allertare il consumatore sulla circostanza che il costo di 5,90 euro era riferibile ad ogni singola scheda telefonica.

21. In difformità dal parere dell'Autorità per le garanzie nelle Comunicazioni si ritiene pertanto che dalla lettura del messaggio pubblicitario non emergono profili di ingannevolezza, in quanto si evince che il costo di 5,90 euro si riferisce alla spesa che ciascun componente della famiglia deve sostenere al fine di beneficiare del piano tariffario in questione.

22. In merito al secondo profilo di scorrettezza relativo all'omessa indicazione della tecnologia da usare con le Sim rientranti nell'offerta Famiglia, la totale mancanza di un riferimento alla tecnologia UMTS necessaria per poter usufruire dell'offerta in questione, appare rilevante per il consumatore medio, che nella complessità di funzioni, di reti, ecc. potrebbe non essere avvezzo alle diverse tecnologie degli apparati telefonici in uso. In particolare, poi, nello stesso messaggio, si parla di tariffazione GPRS oltre che UMTS, aumentando la confusione su quale tecnologia sia necessaria per svolgere le funzioni connesse con le schede Fastweb. Nella memoria il professionista rileva come la rete Fastweb si appoggi sulla rete H3G, e che quindi il consumatore sia a conoscenza che la tecnologia in uso sia quella UMTS. Questa circostanza non appare così evidente e nota ai consumatori. Infatti, che il professionista Fastweb utilizzi la rete di un altro professionista e quale sia la tecnologia di questa rete sembra un'informazione da esperti del settore e non da consumatore medio. Pertanto, il consumatore leggendo i messaggi in esame può ben ritenere che qualsiasi apparecchio telefonico sia utilizzabile per attivare l'offerta in esame.

23. Peraltro, seppur è vero che i messaggi pubblicitari omettono qualunque indicazione circa la tecnologia e le caratteristiche tecniche dei telefoni utilizzabili per poter usufruire dell'offerta Fastweb in esame, tuttavia, di fronte ad un'informazione specificatamente tecnica come quella relativa alla tecnologia degli apparecchi telefonici, il consumatore è portato ad assumere un maggior numero di informazioni prima di effettuare una decisione di natura commerciale come quella di adesione o meno ad una particolare promozione. Considerato quindi che questa informazione è comunque presente nella sezione FAQ del sito internet del professionista, si ritiene pertanto che il comportamento, quantunque potenzialmente idoneo ad indurre i consumatori ad

assumere una decisione commerciale non consapevole, non è tuttavia tale da configurare una violazione grave della normativa in materia di pratiche commerciali scorrette.

24. In virtù di tutto quanto precede, può concludersi che la pratica commerciale descritta al titolo II del presente provvedimento è contraria agli articoli 20 e 22 in quanto è stata posta in essere secondo modalità contrarie alla diligenza professionale e idonee ad indurre il consumatore ad assumere una decisione di natura commerciale che non avrebbe altrimenti preso. Con specifico riferimento al mancato assolvimento dell'obbligo di diligenza richiesto al professionista nel caso in esame, occorre osservare che, come rilevato dall'Autorità in numerosi precedenti, il settore della telefonia fissa e mobile è caratterizzato dal proliferare di offerte complesse e articolate, per cui completezza e comprensibilità delle informazioni si caratterizzano come un onere minimo dell'operatore pubblicitario al fine di consentire la percezione dell'effettiva convenienza delle proprie proposte. Alla luce di tale asimmetria informativa e delle caratteristiche del servizio offerto, non può dunque ritenersi che le modalità adottate da Fastweb per pubblicizzare l'offerta in esame con specifico riferimento alla tecnologia necessaria per usufruire della stessa sia stata conforme al canone di diligenza cui essa avrebbe invece dovuto attenersi.

VI. QUANTIFICAZIONE DELLA SANZIONE

25. Ai sensi dell'art. 27, comma 9, del Codice del Consumo, con il provvedimento che vieta la pratica commerciale scorretta, l'Autorità dispone l'applicazione di una sanzione amministrativa pecuniaria da 5.000 a 500.000 euro, tenuto conto della gravità e della durata della violazione.

26. Con riferimento alla condotta descritta al precedente punto II, si ritiene di comminare alla società Fastweb S.p.A. una sanzione amministrativa pecuniaria pari al minimo edittale.

RITENUTO, pertanto, in parziale conformità al parere dell'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, sulla base delle considerazioni suesposte, che la pratica commerciale in esame risulta scorretta ai sensi degli articoli 20 e 22 del Codice del Consumo, in quanto contraria alla diligenza professionale e idonea a falsare in misura apprezzabile il comportamento economico del consumatore;

DELIBERA

a) che la pratica commerciale descritta al punto II del presente provvedimento, posta in essere dalla società Fastweb S.p.A., costituisce, per le ragioni e nei limiti esposti in motivazione, una pratica commerciale scorretta ai sensi degli artt. 20 e 22 del Codice del Consumo, e ne vieta l'ulteriore diffusione;

b) che alla società Fastweb S.p.A. sia irrogata una sanzione amministrativa pecuniaria di 5.000 € (cinquemila euro).

La sanzione amministrativa di cui alla precedente lettera *b)* deve essere pagata entro il termine di trenta giorni dalla notificazione del presente provvedimento, con versamento diretto al concessionario del servizio della riscossione oppure mediante delega alla banca o alle Poste

Italiane, presentando il modello allegato al presente provvedimento, così come previsto dal Decreto Legislativo 9 luglio 1997, n. 237.

Decorso il predetto termine, per il periodo di ritardo inferiore a un semestre, devono essere corrisposti gli interessi di mora nella misura del tasso legale a decorrere dal giorno successivo alla scadenza del termine del pagamento e sino alla data del pagamento. In caso di ulteriore ritardo nell'adempimento, ai sensi dell'art. 27, comma 6, della legge n. 689/81, la somma dovuta per la sanzione irrogata è maggiorata di un decimo per ogni semestre a decorrere dal giorno successivo alla scadenza del termine del pagamento e sino a quello in cui il ruolo è trasmesso al concessionario per la riscossione; in tal caso la maggiorazione assorbe gli interessi di mora maturati nel medesimo periodo.

Dell'avvenuto pagamento deve essere data immediata comunicazione all'Autorità attraverso l'invio di copia del modello attestante il versamento effettuato.

Ai sensi dell'art. 27, comma 12, del Codice del Consumo, in caso di inottemperanza alla presente delibera l'Autorità applica la sanzione amministrativa pecuniaria da 10.000 a 150.000 euro. Nei casi di reiterata inottemperanza l'Autorità può disporre la sospensione dell'attività di impresa per un periodo non superiore a trenta giorni.

Il presente provvedimento verrà notificato ai soggetti interessati e pubblicato nel Bollettino dell'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato.

Avverso il presente provvedimento può essere presentato ricorso al TAR del Lazio, ai sensi dell'articolo 27, comma 13, del Codice del Consumo, entro sessanta giorni dalla data di notificazione del provvedimento stesso, ovvero può essere proposto ricorso straordinario al Presidente della Repubblica ai sensi dell'art. 8, comma 2, del Decreto del Presidente della Repubblica 24 novembre 1971, n. 1199, entro il termine di centoventi giorni dalla data di notificazione del provvedimento stesso.

IL SEGRETARIO GENERALE
Luigi Fiorentino

IL PRESIDENTE
Antonio Catricalà

***Autorità garante
della concorrenza e del mercato***

Bollettino Settimanale
Anno XX- N. 12 - 2010

Coordinamento redazionale

Giulia Antenucci

Redazione

Elisabetta Allegra, Valerio Ruocco, Simonetta Schettini
Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato
Direzione Statistica e Ispezioni Informatiche
Piazza Giuseppe Verdi, 6/a - 00198 Roma
Tel.: 06-858211 Fax: 06-85821256

Web: <http://www.agcm.it>

Realizzazione grafica

Area Strategic Design
