

ATTIVITA' DELL'AUTORITA' ANTITRUST (AGCM)

INTESE-ACCORDI

- IMPLICITI
- ESPLICITI

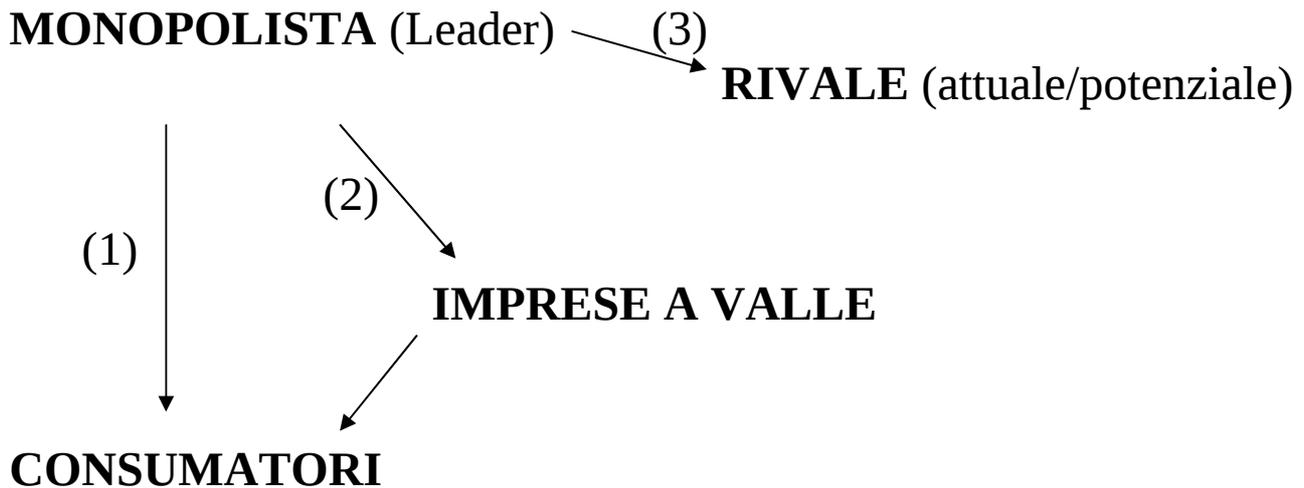
ABUSO DI POSIZIONE DOMINANTE

OPERAZIONI DI CONCENTRAZIONE

ATTIVITA' DI SEGNALAZIONE

PARERI

RELAZIONI VERTICALI



RELAZIONI ORIZZONTALI



-
- (1) Relazione monopolista-consumatori
 - (2) Relazione monopolista a monte-impreses a valle
 - (3) Relazione monopolista (leader)-potenziali entranti (rivali)
 - (4) Relazioni tra impreses rivali

Esempi di abusi di posizione dominante

Discriminazione di prezzo

Sconti di quantità o di fedeltà

Tie-ins

Condizioni di esclusiva

- territori esclusivi
- vendita in esclusiva

Rifiuto a contrarre

Prezzi predatori

Contratti a lungo termine

Prezzo imposto

Innalzare i costi dei rivali

Esempi di intese orizzontali e verticali

Ripartizione quote mercato

Fissazione Prezzi

Fissazione condizioni contrattuali

Limitazione produzione o investimenti

Tie-ins

COLLUSIONE ATTUALE O POTENZIALE

1) LATTE ARTIFICIALE NEONATI

NESTLE'-NUTRICIA-MILUPA-PLASMON (Nipiol, Dieterba)
STAR(Mellin)-HUMANA-ABBOT(Similac)

Utilizzo del canale distributivo delle farmacie (96%) a differenza di altri paesi europei dove grande distribuzione consente risparmi fino al 40%.

-le farmacie si allineano ai listini prezzi consigliati dai produttori

-i prezzi sono uniformi

-rifiuto di commercializzare i prodotti nei supermarkets nonostante le continue e vantaggiose proposte

-accordi con ospedali dove viene somministrato latte artificiale ai neonati. Fidelizzazione del cliente con campioncini dati alle mamme in ospedale tramite accordi sull'alternarsi dei turni in ospedale.

Decisione AGCM: Sanzioni pari al 3% sul fatturato oscillanti tra 1.4 miliardi e 300 milioni per le imprese coinvolte

2) RAGIONIERI E DOTTORI COMMERCIALISTI

I Consigli Nazionali dei Ragionieri (35000) e dei Dottori Commercialisti (41500) hanno incrementato le tariffe e le hanno uniformate (prima erano differenziate).

L'esistenza di tariffe uguali per le due categorie non è coerente con i principi della concorrenza. Inoltre l'associazione di categoria non dovrebbe imporre un tariffario, in quanto i ragionieri e i dottori commercialisti sono liberi professionisti.

Decisione AGCM: Rimuovere la pratica collusiva e differenziare le tariffe in modo da stimolare una maggiore concorrenza

3) TIM-OMNITEL PER TARIFFE FISSO MOBILE

Completo parallelismo nei prezzi dichiarati simultaneamente. Inoltre i prezzi sono più alti rispetto agli altri paesi europei.

- scambio di informazioni tra le due imprese
- tariffe divise per tipo cliente (family-business) e per fascia oraria (peak e off-peak): all'estero solo seconda suddivisione
- in concomitanza con ingresso di WIND entrambe le imprese hanno abbassato tariffe mentre è salito il prezzo per l'interconnessione.

Decisione AGCM: essendo palese l'accordo collusivo e il tentativo di danneggiare il terzo gestore, sanzione pari a 100 miliardi per Telecom e 46 miliardi per Omnitel

4) COMPACT DISK

SONY-WARNER, POLYGRAM, EMI, BMG-RICORDI
Hanno 80% del mercato

In condizioni di costo differenziate (royalties agli artisti, costi di distribuzione) si osservano prezzi e condizioni di vendita omogenee. I produttori, coordinandosi (scambio di informazioni, presenza di associazione di categoria) impediscono di fatto la concorrenza

-divisione a tavolino di artisti

-divisione dei canali di vendita (in edicola, per corrispondenza)

I distributori subiscono questo potere di mercato.

Decisione AGCM: Sanzione pari a 1.5% del fatturato per tutte le imprese tranne EMI (1%). Circa 2 miliardi per le imprese maggiori.

5) ACCORDI FORNITORI DI CARBURANTI

AGIP, API, ERG, ESSO, Q8, SHELL, TAMOIL, TOTALFINA

Comportamento volto a controllare i prezzi tramite associazioni di categoria (Unione Petrolifera). Accordo nel concedere sconti che *decrescono* con l'aumentare delle vendite.

Quindi se un distributore abbassa il prezzo e salgono le vendite riceve sconto via via inferiore e ha meno incentivo ad abbassare il prezzo.

Decisione AGCM: Sanzioni pari al 3,5% del fatturato oscillanti tra 216 miliardi e 36 miliardi. *Decisione annullata dal TAR del Lazio.*

6) FARMACI CATEGORIA C (LIBERALIZZATI)

Con la nuova normativa i farmaci in questione sono totalmente a carico consumatore. Comportamento coordinato sui prezzi per i seguenti settori:

- farmaci contro obesità
- farmaci contro infezioni apparato respiratorio
- farmaci inibitori (anticolesterolo)

Visto i prezzi identici e le variazioni di prezzo simultanee, la liberalizzazione è parzialmente fallita in quanto ha portato a pratiche collusive

Decisione AGCM: Sanzioni comprese tra 3% e 4.5% del fatturato per tutte le imprese coinvolte

7) RC AUTO

Nessuna delle 90 maggiori agenzie offre copertura incendi e furto per auto e moto se non si sottoscrive contestualmente anche una polizza di responsabilità civile. In teoria si tratta di due mercati separati, quindi il rifiuto nasconde un tie-in illegale (vendita abbinata)

Durante procedimento scoperte pratiche volte a limitare la concorrenza e a fissare i prezzi. Trovata documentazione su scambio informazioni e su assunzione impegni nei confronti dei rivali.

Decisione AGCM: Sanzioni per tutte le società coinvolte con multe che vanno da 94 miliardi a 1 miliardo per un ammontare complessivo superiore ai 700 miliardi.

8) RAI-MEDIASET-CECCHI GORI

Diritti TV su partite di calcio

- Cecchi Gori si era aggiudicato le trasmissioni in chiaro, Mediaset le trasmissioni a pagamento
- Dopo il mancato pagamento della fidejussione, il contratto vinto da Cecchi Gori era passato alla RAI
- Contenzioso RAI-Cecchi Gori risolto con accordo in cui RAI cedeva diritti TV in cambio di un pacchetto di film di qualità
- Mediaset denuncia la RAI e Cecchi Gori di ledere la concorrenza
- Accordo tra i tre gruppi e ritiro denuncia da parte di Mediaset

A questo punto intervento di Antitrust:

- lieve multa su spartizione partite Coppa Italia
- Forte multa per spartizione diritti TV su eventi sportivi. Scoperto (tramite documenti trovati presso le sedi sociali) un accordo RAI-Mediaset in cui spesso per alcuni eventi perveniva un'unica offerta. Sanzione del 3% del fatturato (1 miliardo a testa)

9) SOCIETA' DI REVISIONE CONTABILE

La legge prevede revisione obbligatoria per alcune imprese, facoltativa per altre. Il servizio viene offerto tramite gare di appalto. Il contratto è per 3 anni, rinnovabile al massimo per 3 volte. Nonostante il turnover sia quindi imposto dalla legge, le quote di mercato non sono variate nel corso degli anni, e i contratti persi sono stati compensati da nuovi contratti.

Le pratiche collusive sono state favorite dalla presenza di una associazione di categoria (Assirevi) che ha permesso anche di aumentare i prezzi in maniera coordinata.

Decisione AGCM: Sanzioni pari all'1,4% del fatturato per tutte le imprese tra 1.2 miliardi e 470 milioni

10) CARTE DI CREDITO

Carta SI, VISA, MASTERCARD, AMERICAN EXPRESS, DINERS CLUB.

Commissione di 1500 lire applicata per acquisto carburante con carta di credito presso alcuni distributori. L'esercente paga commissione di 0.50% su importo.

Perché commissioni identiche per tutti visto che ogni circuito di carta di credito fornisce servizi diversi e ha condizioni contrattuali diverse?

Decisione AGCM: nessuna prova concreta di collusione.

11) GARA UMTS

TIM, OMNITEL, WIND, ANDALA, IPSE, BLU

Concessione utilizzo bande larghe per i servizi di comunicazione mobili di terza generazione.

Max 5 licenze da assegnare con procedura d'asta (partenza da un valore minimo e successivi miglioramenti competitivi). 6 imprese hanno fatto offerta ma BLU si è ritirata dopo 2 giorni. L'asta si è quindi chiusa con dei prezzi di offerta molto bassi.

Decisione AGCM?

Nessuna evidenza di violazione. Il conflitto interno a BLU ha determinato la sua uscita dall'asta.

BARRIERE ALL'ENTRATA

1) SNAM-Tariffe di vettoriamento

Produttori indipendenti di gas vendono gas a Enel e grandi imprese industriali acquistandolo direttamente da produttori esteri. Tuttavia per il trasporto hanno bisogno di accedere ai gasdotti della Snam (gruppo ENI)

- rifiuto di Snam di concedere accesso gasdotto ad alcune imprese
- prezzo elevato per vettoriamento in generale e rifiuto di rivedere l'accordo con Assomineraria sui prezzi

Decisione AGCM: sanzione del 9% del fatturato (3.6 miliardi), considerato il potere monopolistico detenuto dalla Snam.

2) UNAPACE-ENEL

ENEL stipula contratti pluriennali (durata minima 3 anni) con grandi clienti. In caso di parità di offerta vi è prelazione per ENEL. Visto che la quota di mercato è dell'83.7%, queste pratiche sembrano eccessive nei confronti della concorrenza (piccoli produttori e grandi produttori stranieri che si stanno attrezzando per entrare nel mercato Italiano)

ENEL ha acconsentito di modificare i contratti:

- possibilità di recesso unilaterale del cliente (in caso di migliori offerte il cliente può svincolarsi)
- rinuncia alla prelazione

3) COSTRUZIONE E MANUTENZIONE ASCENSORI

OTIS-KONE OY-SCHINDLER

Nuova legge prevede manutenzione periodica impianti, quindi nuovo mercato è stato creato. 12000 nuovi impianti a fronte di 650.000 vecchi impianti che richiedono manutenzione.

I 3 leaders vendono l'impianto compresa l'installazione senza di fatto far pagare l'installazione. I concorrenti dovrebbero offrire gratis l'installazione per essere competitivi. I leaders si rifanno poi sui prezzi della manutenzione (cross-subsidisation). Inoltre si è registrato il rifiuto di fornire i pezzi di ricambio.

Decisione AGCM: Sanzioni pari al 2% del fatturato oscillanti tra i 4,65 miliardi e 842 milioni.

Inoltre la stessa indagine ha riscontrato accordi sui prezzi di vendita degli ascensori e ha portato alla condanna delle imprese con sanzioni tra 1,9 miliardi e 600 milioni

4) CALDAIE GAS

Duval, Iaber, Robert Bosch, Vaillant, Ocean, Ferroli, Riello

Nuova legge impone revisione periodica degli impianti.

Le imprese hanno creato un consorzio dopo l'entrata in vigore della legge. I pezzi di ricambio potevano essere reperiti solo da alcuni centri di assistenza autorizzati (vendita in esclusiva).

Decisione AGCM: Sanzione dell' 2.5% del fatturato, da 3 miliardi a 920 milioni

5) TELECOM-INTERNET PROVIDERS (AGORA', ITALIA ON LINE)

Servizio Internet venduto all'utenza residenziale al di sotto dei costi medi (prezzi predatori). Le perdite venivano sussidiate da più alti prezzi in altri servizi dove non vi è concorrenza e da più alti prezzi per l'accesso alle infrastrutture per gli Internet providers.

La Telecom investiva nel settore più del doppio del fatturato (capacità in eccesso) e sfruttava le normali promozioni Telecom su rete fissa per pubblicizzare il servizio Internet. Queste pratiche sembrano gravi, dato che la Telecom ha una quota di mercato pari al 45%, mentre il secondo operatore ha solo il 7%.

Decisione AGCM: Sanzione dell'1% del fatturato del settore di Telecom pari a 1.2 miliardi.

6) TELECOM TECNOLOGIA ADSL

Mercato della trasmissione dati e dell'accesso a Internet.

Rifiuto di fornitura di circuiti diretti analogici o fornitura a condizioni discriminatorie ai concorrenti sulla telefonia.

Inoltre Telecom offre accesso ADSL ai propri clienti.

Decisione AGCM: Sanzione pari al 3.3% del fatturato (115 miliardi)

7) COCA-COLA-PEPSICO

Coca-Cola offre vantaggi monetari e di infrastruttura ai grossisti che accettano la vendita in esclusiva.

- premi di fine anno, sconti di fedeltà
- pubblicità, fornitura di materiali per refrigerazione
- premi legati al fatturato

Coca-Cola ha 80% del mercato, Pepsi il 13%, quindi i premi legati al fatturato o le clausole di esclusiva sembrano strategie volte a eliminare il rivale

Problema di definizione del mercato rilevante: cole o bibite analcoliche (in questo caso la quota di mercato della Coca-Cola è solo il 40%)?

Decisione AGCM: Sanzione del 3% del fatturato pari a 3,61 miliardi.

8) STREAM-TELEPIU'

TELE+ (con D+) opera via satellite e ha il 91% del mercato della pay-tv. STREAM operava via cavo fino a luglio 97, poi è entrata sul mercato via satellite

-TELE+ ha sottoscritto contratti per 6 anni su eventi sportivi e film di prima visione

-TELE+ ha sottoscritto contratto con STREAM per distribuzione in esclusiva di programmi pay-TV via cavo, obbligando STREAM a rimanere fuori dal mercato satellitare fino al 2002.

E' evidente il tentativo di ostacolare l'entrata di altre imprese e di danneggiare l'unico concorrente esistente.

Decisione AGCM: Ingiunzione di cessare i comportamenti illeciti e rinvio a Autorità Garante delle Telecomunicazioni.

Successivamente progetto di concentrazione STREAM-D+. Stream è di proprietà per il 50% di Telecom, D+ da Mediaset è passata a Canal Plus (Vivendi), che diventerà in futuro l'unico operatore nazionale della pay-TV.

Decisione AGCM: Concentrazione autorizzata ma imponendo vincoli ai contratti che il monopolista può stipulare (max 2 anni, diritto di recesso unilaterale) fino al 2010.

9)TELECOM-SEAT PAGINE GIALLE

Con questa operazione la Telecom è in grado di fornire tutti i servizi connessi a Internet

- Internet provider con Tin.it
- Pagine bianche (vendita pubblicità su elenchi telefonici)
- Pagine gialle
- Portale Web Virgilio
- Negozzi Buffetti (canale di vendita privilegiato per i prodotti SEAT-TELECOM)
- TIM per telefonia mobile

Decisione AGCM: Concentrazione autorizzata con alcuni vincoli. Telecom ha ceduto Excite.it e si impegna a non impedire la distribuzione dei prodotti rivali presso Buffetti (no contratti di esclusiva). Inoltre si impegna a cedere a titolo gratuito il proprio database degli abbonati al servizio telefonico.

10) OPERAZIONE SEAT-TELECOM-CECCHI GORI

Acquisizione di Cecchi Gori Communications (TMC, TMC2 e in futuro MTV) da parte di SEAT. Effetti potenzialmente perversi sui seguenti mercati:

- Emissione televisiva e chiaro e raccolta pubblicitaria
- TV a pagamento (Telecom ha 50% Stream)
- Accesso a rete telecomunicazioni
- Accesso a Internet
- Raccolta pubblicitaria on-line, su annuari telefonici e in TV.

Esempio: Telecom potrebbe far vedere gli eventi sportivi su Internet. La concentrazione è stata autorizzata con i seguenti vincoli:

- divieto di pubblicizzare Pagine Gialle su spot diffusi su TMC
- vincoli su possibilità di trasferire su internet i programmi di TMC

11) PIRELLI-OLIVETTI-TELECOM (rilevanza Europea)

Concentrazione approvata ma visto che Edizione Holding (Benetton) partecipa per il 20% alla scalata, è richiesta la cessione di Blu di Autostrade Telecomunicazioni.

Problemi per la concorrenza su:

- cavi telecomunicazioni (Pirelli è il più grande fornitore e Telecom è il più grande acquirente)
- telefonia mobile (TIM e Blu)
- capacità di trasmissione (Autostrade Telecomunicazioni dispone della seconda rete in fibra ottica (34.000 km) in Italia)

Blu è stata ceduta in ‘spezzatino’ a Wind (Enel) H3G (ex-Andala) e Omnitel (Vodafone).

12) ENEL-FRANCE TEL.-NEW WIND- INFOSTRADA

Enel insieme a France Telecom acquista il controllo di Infostrada (di proprietà Vodafone).

Problemi perché Enel avrebbe un vantaggio nella distribuzione di energia elettrica ai clienti Infostrada (soprattutto imprese, clienti idonei che consumando un certo quantitativo di elettricità possono contrattare direttamente il prezzo)

Enel dovrà cedere 5500 Mw di capacità di generazione, in questo modo si controbilancia l’aumento di potere di mercato che avrebbe acquisendo Infostrada e i suoi clienti.

Il Tar ha accolto il ricorso di Enel, mentre il Consiglio di Stato ha accolto il ricorso dell’AGCM, tranne che per la cessione di 5500 Mw.

Nuovo procedimento in cui si è riscontrato il cambiamento delle strategie di Enel (Wind-Infostrada non ha di fatto integrato l’attività commerciale con Enel) e dello scenario competitivo. Si è quindi autorizzata senza riserve la concentrazione.

13) AUTOSTRADE-AUTOGRILL

Autostrade ha in concessione 48% rete autostradale Italiana. Autogrill (Benetton) paga royalty (6.4% del fatturato) al gruppo Autostrade ed è venditore esclusivo con una quota di mercato dell'81% delle aree di servizio.

Per contratto:

- obbligo di riconoscere a Autogrill 90% (aree con servizio ristorazione) e 80% (aree con servizio bar) di nuove concessioni e di rinnovi
- Autogrill è venditore esclusivo nelle aree assegnatele
- obbligo di comunicare a Autogrill le eventuali offerte ricevute da altre imprese (nome e importo)
- prelazione rafforzata riconosciuta a Autogrill (anche di fronte a offerte alternative a prezzi fino all'1% più alti)

Decisione AGCM: l'accordo è illecito. Le parti hanno rimosso le clausole chiaramente in contrasto con il principio di concorrenza

Risvolti recenti: Gruppo Benetton ha fatto offerta per acquisto di società Autostrade.

Concentrazione autorizzata con vincoli: Benetton si deve impegnare a non aumentare ulteriormente la quota di mercato del 75% dei servizi di ristorazione che attualmente detiene.

Autostrade non ha rispettato le decisioni dell'AGCM in quanto ha partecipato direttamente al disegno di gara e alla messa a punto delle procedure insieme ad Autogrill.
Sanzione pari al 3% del fatturato pari a 15.8 milioni di euro.

CONSIDERAZIONI GENERALI

- L'informazione imperfetta rappresenta un ostacolo alla collusione: se c'è disseminazione di informazione sui prezzi attuali o futuri, anche unilaterale, è più facile colludere
- Il parallelismo dei prezzi (e in modo simile variazioni simultanee e allineate dei prezzi) sono indice della presenza di una intesa

Sono stati puniti degli accordi impliciti, sulla base di indizi e/o di prove documentali

- quote di mercato invariate
- parallelismo nei prezzi
- frequenti incontri (presso associazioni di categoria)

L'attività Antitrust ha contribuito al formarsi di una cultura concorrenziale:

- Dialogo costruttivo con le altre Istituzioni e con il Parlamento (soprattutto con le indagini conoscitive e con l'attività di segnalazione)
- Diffusione nelle imprese della logica concorrenziale