II

(Atti per i quali la pubblicazione non è una condizione di applicabilità)

COMMISSIONE

DECISIONE DELLA COMMISSIONE

del 5 dicembre 1988

relativa ad una procedura a norma dell'articolo 86 del trattato CEE

(IV/31.900, BPB Industries plc)

(Il testo in lingua inglese è il solo facente fede)

(89/22/CEE)

LA COMMISSIONE DELLE COMUNITÀ EUROPEE,

visto il trattato che istituisce la Comunità economica europea,

visto il regolamento n. 17 del Consiglio, del 6 febbraio 1962, primo regolamento di applicazione degli articoli 85 e 86 del trattato CEE [1], modificato da ultimo dall'atto di adesione della Spagna e del Portogallo, in particolare gli articoli 3 e 15,

vista la domanda presentata alla Commissione da Iberian Trading UK Ltd il 17 giugno 1986, nel quale si denunciano violazioni dell'articolo 86 da parte di BPB Industries plc,

vista la decisione della Commissione, del 3 dicembre 1987, di avviare una procedura nel caso di specie,

dopo aver dato modo all'impresa interessata — conformemente alle disposizioni dell'articolo 19, paragrafo 1 del regolamento n. 17 e del regolamento n. 99/63/CEE della Commissione, del 25 luglio 1963, relativo alle audizioni previste all'articolo 19, paragrafi 1 e 2, del regolamento n. 17 del Consiglio [2] — di manifestare il suo punto di vista sugli addebiti mossi contro di essa;

previa consultazione del comitato consultativo in materia di intese e posizione dominanti;

considerando quanto segue:

I. I FATTI

(1) La presente decisione riguarda determinate pratiche di BPB Industries plc e della sua consociata British Gypsum Ltd nel Regno Unito e in Irlanda che costituiscono abuso di posizioni dominanti sul mercato dei pannelli in gesso cartonato.

A. Le imprese

(2) BPB Industries plc (unitamente alle sue consociate, nominata in appresso BPB) è la società madre di un importante gruppo con partecipazioni a livello mondiale in particolare nel settore dei prodotti in gesso, di altri materiali da costruzione, della carta e cartone. Nell'esercizio chiusosi nel 1987 il fatturato netto consolidato di BPB ammontava a 750 milioni di UKL (1 116 milioni di ECU).

(3) In Gran Bretagna BPB opera nel settore dei pannelli in gesso cartonato e del gesso essenzialmente attraverso una consociata posseduta al 100 %, British Gypsum Ltd (in appresso denominata BG). Oltre ai pannelli in gesso cartonato e agli intonaci da costruzione, i prodotti in gesso fabbricati da BG comprendono intonaci industriali e pietra di gesso frantumata, utilizzata in grandi quantità per la produzione di cemento come pure in varie altre industrie.

(4) In Irlanda i prodotti in gesso, in particolare gli intonaci da costruzione e i pannelli in gesso cartonato, sono prodotti dalla consociata irlandese di BPB, cioè Gypsum Industries plc (in appresso denominata GIL) che fornisce il mercato irlandese e, per il tramite di BG, l'Irlanda del Nord. Il fatturato nel Regno Unito di BPB nel settore del materiale da costruzione ammontava nel 1987 a 350 milioni di UKL (521 milioni di ECU), con un utile di esercizio pari a 63 milioni di UKL (94 milioni di ECU).

[1] GU n. 13 del 21. 2. 1962, pag. 204/62.
[2] GU n. 127 del 20. 8. 1963, pag. 2268/63.

(5) BPB è il maggior produttore di pannelli in gesso cartonato nel mondo esclusi gli Stati Uniti d'America; essa controlla circa la metà della capacità di produzione dei pannelli in gesso cartonato nella Comunità. In Gran Bretagna, BG produce pannelli in gesso in otto stabilimenti ubicati nelle Midlands, e nell'Inghilterra sudorientale e settentrionale. Le vendite di BPB di pannelli in gesso e accessori nell'anno 1985/1986 sono state pari a [...](1) di UKL ([...] di ECU) in Gran Bretagna, a [...]IRL nell'Irlanda del Nord ([...] di ECU) e a [...] di IRL ([...] di ECU) in Irlanda. BPB normalmente rifornisce il mercato britannico dei pannelli in gesso da stabilimenti situati in Gran Bretagna, mentre gli stabilimenti in Irlanda riforniscono i mercati dell'Irlanda e dell'Irlanda del Nord.

(6) In altri paesi della CEE, BPB detiene partecipazioni in altre imprese di produzione di pannelli in gesso cartonato. La sua consociata francese, Placoplatre SA è il maggiore produttore ed è alla testa del mercato in Francia, con una quota di mercato pari al 50 % circa; Gyproc Benelux SA, nella quale BPB detiene il 45 % del capitale, è il principale fornitore in Belgio e nei Paesi Bassi e opera, per il tramite di consociate, anche nella Repubblica federale di Germania.

(7) BPB detiene altresì partecipazioni considerevoli in grandi imprese di produzioni di pannelli in gesso cartonato nei paesi scandinavi e in Canada. Nel 1987, essa ha rilevato le partecipazioni nel settore di Rigips, il secondo maggior produttore tedesco; recentemente ha effettuato investimenti in imprese di produzione di pietra e di gesso in Spagna e in Italia.

B. I prodotti

(8) I pannelli in gesso cartonato consistono in un nucleo di gesso, posto tra due fogli di carta pesante: essi vengono tagliati in varie misure e forniti prevalentemente in due spessori principali. La resistenza al fuoco dei pannelli in gesso cartonato può essere migliorata includendo additivi nel nucleo in gesso nella fase di manifattura; questo tipo di pannelli è commercializzato da BG con la denominazione « Fireline ».

(9) I pannelli in gesso possono subire una seconda fase di lavorazione mediante laminazione insieme ad altri materiali intesi a migliorarne le proprietà isolanti, termiche o acustiche oppure idrofughe. Essi possono essere altresì rivestiti da un film in materia plastica per ottenere una superficie con finitura predecorata. I pannelli in gesso possono essere altresì formati in elementi divisori prefabbricati che consistono in due o più pannelli di gesso cartonato aderenti su entrambi i lati di un nucleo cellulare. Dei 130 milioni di m² di pannelli in gesso cartonato venduti da BG nel 1985 nel Regno Unito, circa il 90 % era costituito da pannelli in gesso standard, non sottoposti a seconda lavorazione né contenenti additivi speciali.

(10) I pannelli in gesso vengono utilizzati prevalentemente per la costruzione di soffitti e per il rivestimento di pareti interne o esterne nell'edilizia residenziale, e per la costruzione o il rivestimento di pareti interne nell'ediliza commerciale, amministrativa istituzionale, e in particolare per uffici. Rispetto ad altri materiali da costruzione in pannelli, i pannelli in gesso hanno i seguenti principali vantaggi: i consumatori sono attratti dal fatto che si tratta di superfici che si possono decorare di un materiale stabile, duro, resistente al fuoco e di basso costo.

a) *La distribuzione dei pannelli in gesso cartonato*

(11) I pannelli in gesso cartonato utilizzati nel Regno Unito e in Irlanda vengono quasi tutti riforniti attraverso rivenditori di materiale da costruzione. Soltanto a partire dal 1976 BG ha rifornito i grandi consumatori in Gran Bretagna alle stesse condizioni praticate nei confronti dei rivenditori secondo i termini di un impegno con l'Office of Fair Trading. Secondo la definizione attuale, un grande consumatore è un consumatore che abbia acquistato almeno 80 000 m² di pannelli in gesso cartonato nei dodici mesi precedenti l'ordinazione; meno del 10 % delle vendite di BG del materiale in questione è diretto ai consumatori.

(12) I rivenditori nel settore dei materiali da costruzione svolgono il tradizionale ruolo di tenere le scorte e distribuire i prodotti. In effetti, come sottolineato da BPB, solo attraverso grossi operatori è possibile assicurare un'efficace rete di distribuzione ad un grande numero di costruttori. L'altra funzione molto importante dei rivenditori è quella di assumersi il rischio di credito dei costruttori. Nel periodo in questione, nel settore della distribuzione di materiale da costruzione si è sviluppata una tendenza alla concentrazione; infatti i rivenditori maggiori con più filiali ed una diffusione nazionale o regionale hanno aumentato la propria quota rispetto ai rivenditori di secondo piano, tradizionalmente imprese familiari con solo poche filiali. In molti casi i rivenditori di secondo piano sono stati assorbiti da grandi gruppi con una rete capillare di filiali.

b) *Il mercato dei pannelli in gesso cartonato*

(13) Il mercato in relazione al quale BPB ha abusato della propria posizione dominante è il mercato delle forniture di pannelli in gesso cartonato, e a causa di tali abusi è risultata pregiudicata la concorrenza da parte di altri produttori di pannelli in gesso cartonato.

(14) Secondo BG il mercato di pannelli standard e di quelli speciali dovrebbe essere considerato un unico mercato; vi è un elevato grado di sostituibilità tra

(1) Nella versione pubblicata della presente decisione alcuni dati saranno d'ora in avanti omessi, conformemente alle disposizioni dell'articolo 21 del regolamento n. 17 concernente i segreti relativi agli affari..

pannelli standard, usati unitamente ad altri materiali per l'isolamento termico o acustico e per proteggere dal vapore acqueo ed i pannelli speciali che incorporano tali materiali. In molte applicazioni i pannelli ignifughi prodotti aggiungendo vari altri materiali al gesso nella prima fase di fabbricazione possono essere perfettamente sostituiti per specifiche che prevedono l'uso di pannelli standard.

(15) Nel corso della procedura BG ha sostenuto che la tecnica tradizionale di imbiancatura a umido costituisce una alternativa ai pannelli in gesso cartonato per il rivestimento di superfici murarie. BG ha fornito precise indicazioni che il costo diretto a piè d'opera dell'intonacatura tradizionale a umido è inferiore a quello della posa a secco di pannelli. Uno dei vantaggi principali della posa a secco di pannelli è la maggiore rapidità dei lavori e l'eliminazione del periodo di essiccazione che l'intonacatura tradizionale comporta, cosicché è possibile completare, decorare ed occupare gli edifici con maggiore rapidità. Tali vantaggi possono rivestire una notevole importanza nel caso di progetti che riguardano grandi edifici simili o più unità, e nel caso di edifici prefabbricati o standardizzati.

(16) BG ha sostenuto che in Gran Betragna il 60 % delle superfici murarie negli edifici vengono rivestite con i pannelli in gesso, mentre il 40 % viene intonacato a umido. In questa quota si comprende l'intonacatura tradizionale utilizzata in situazioni nelle quali la posa di pannelli di rivestimento sarebbe tecnicamente o economicamente inadatta ; per esempio, nei casi di restauro, o per alcuni edifici industriali nel qual caso basta semplicemente spruzzare sulle superfici murarie grandi quantità di gesso.

BG ha affermato che, dati gli attuali metodi di costruzione, la posizione dei prodotti per l'intonacatura tradizionale è ben consolidata e non dovrebbe verificarsi a breve alcun effetto di sostituzione con i pannelli in gesso. BG cerca di avere una massima penetrazione nel settore degli intonaci a umido offrendo intonaci specificamente intesi per vari tipi di superfici. BG è l'unico produttore di intonaci da costruzione nel Regno Unito e nella Repubblica d'Irlanda che rifornisce circa la metà del mercato dell'intonaco umido. Eventuali progressi della tendenza storica ad un maggiore uso del rivestimento a secco a fronte della tecnica di intonacatura tradizionale risulterebbero in misura notevole a spese delle vendite di intonaco di BG.

(17) Secondo stime di BG i pannelli in gesso rappresentano circa il 56 % del mercato delle pareti divisorie ; tale percentuale tiene conto di vari tipi di materiali non in gesso i quali, in termini di costo e di caratteristiche, non verrebbero considerati un'alternativa ai pannelli in gesso nella stragrande maggioranza delle applicazioni. Essa si riferisce, inoltre, all'edilizia residenziale ed a quella per edifici commerciali o industriali. In quest'ultimo caso il livello di utilizzazione dei pannelli in gesso è inferiore al livello d'uso nell'edilizia residenziale. Un esperto consultato dal ricorrente ha stimato che, per quanto riguarda la costruzione di nuovi alloggi, l'80 % delle pareti interne sono rivestite con pannelli in gesso cartonato. I dati di BPB sopra citati non sono apertamente contraddittori con tali stime.

Nel settore dell'edilizia residenziale le prove addotte da BPB indicano che più del 90 % di tutti i soffitti sono rivestiti con pannelli in gesso, mentre l'uso di questi ultimi per i soffitti degli edifici commerciali e industriali è inferiore ; in tale valore sono compresi i sistemi di controsoffittatura nei quali l'uso di pannelli in gesso è relativamente limitato.

(18) Nell'esaminare la concorrenza che il sistema di intonacatura a umido può fare ai pannelli in gesso, è altresì importante osservare la struttura dell'offerta. L'offerta per gli intonaci a umido, a differenza di quella dei pannelli in gesso, è caratterizzata da un grande numero di piccoli operatori indipendenti. Inoltre, un notevole aumento della percentuale di pareti in muratura intonacate a umido richiederebbe diversi anni (da due e mezzo a tre anni secondo BG, cinque anni secondo Iberian Trading UK Ltd) perché si dovrebbero formare nuovi intonacatori qualificati.

(19) I documenti di BG mostrano che essa non ha considerato le alternative, quali l'intonacatura a umido, un fattore in grado di limitare la sua libertà di fissare i propri prezzi per i pannelli in gesso. Al contrario, essa, considerando fattore limitante le forniture alternative di pannelli in gesso a prezzi competitivi, una volta eliminata la concorrenza di altri fornitori di pannelli in gesso, sarebbe stata in grado di aumentare il livello dei propri prezzi allo scopo di recuperare la entrate perdute a causa delle precedenti riduzioni di prezzo dovute alla concorrenza nel settore dei pannelli oppure per coprire i costi di sconti fatti ai clienti a causa di tale concorrenza.

(20) Nel corso della procedura amministrativa BPB ha ammesso di detenere una posizione dominante nel settore della fornitura di pannelli di gesso cartonato in Gran Bretagna e in Irlanda.

C. I mercati geografici

(21) BPB produce manufatti in gesso in Francia e in Irlanda ; essa normalmente non rifornisce il mercato britannico a partire da tali impianti, né i mercati di Francia e Irlanda sono stati riforniti dalla Gran Bretagna. BG ha stimato nel 1986 che i costi di trasporto dei pannelli in gesso, franco di carico sul camion, da Saragozza a Shoreham ammontavano a [...] UKL per 100 m^2 di pannelli standard da 12,5 mm, vale a dire erano pari al [...%] del prezzo franco fabbrica di BG per tale prodotto.

BG normalmente non rifornisce i clienti dell'Irlanda del Nord da impianti ubicati in Gran Bretagna; tali forniture non sarebbero competitive rispetto ai pannelli in gesso forniti dall'Irlanda; tuttavia BG consente a clienti dell'Irlanda del Nord di rifornirsi di pannelli in gesso negli stabilimenti in Gran Bretagna se essi vi insistono per motivi non economici.

(22) È vero che Lafarge UK Ltd (nel prosieguo: « Lafarge ») e Iberian UK Ltd (nel prosieguo: « Iberian ») hanno fornito in Gran Bretagna pannelli importati, ma si è trattato di quantitativi relativamente modesti che sono serviti soltanto a stabilire un punto d'appoggio nel mercato. Qualora un fornitore desiderasse potenziare le vendite di pannelli in gesso in Gran Bretagna su scala più ampia sarebbe obbligato ad installare unità produttive, come pensava di fare alla fine del 1985 Lafarge, secondo le voci raccolte. Negli ultimi mesi, Redland Plasterboard, un consorzio guidato da un potente gruppo britannico di materiali da costruzione, ha annunciato che avrebbe importato pannelli in gesso allo scopo di guadagnare una posizione nel mercato in attesa del completamento di due stabilimenti per la produzione di pannelli in gesso che da due anni sta costruendo in Gran Bretagna. Un'analoga strategia è stata adottata da Knauf, il maggiore produttore tedesco di pannelli in gesso cartonato, che ha recentemente annunciato anch'esso la propria intenzione di costruire uno stabilimento di produzione in Gran Bretagna.

(23) Nell'Irlanda del Nord, BG commercializza pannelli in gesso prodotti nella fabbrica della sua consociata irlandese, GIL; essa, a sua volta, commercializza i pannelli della propria fabbrica in Irlanda.

(24) La Gran Bretagna e l'isola di Irlanda sono le uniche aree nella CEE nelle quali BPB contemporaneamente è unico produttore e gode di una posizione quasi monopolistica nel settore della fornitura di pannelli in gesso.

D. Il mercato in Gran Bretagna

a) *Struttura dei prezzi di BG*

(25) In conseguenza di un impegno assunto con le autorità britanniche della concorrenza nel 1976, BG pratica in Gran Bretagna per i pannelli in gesso prezzi sia franco fabbrica che franco consegna. Questi ultimi devono riflettere il costo medio di trasporto al luogo di consegna sulla base di una ripartizione geografica in 64 distretti, secondo le contee d'Inghilterra e Galles e le regioni della Scozia. In effetti i prezzi franco fabbrica comprendono spese di carico e, pertanto, sono in realtà prezzi franco autocarro.

(26) I prezzi franco fabbrica e franco consegna nonché altre condizioni e modalità sono disposti in un listino prezzi rimesso ai clienti. Attesa la distribuzione geografica degli impianti di produzione di BG, i prezzi franco consegna in varie parti della Gran Bretagna sono notevolmenti diversi. Sulla base di carichi da 20 t di pannelli standard, i prezzi in molti settori non sono più del 4 % superiori al prezzo più basso franco consegna, cioè il prezzo per il Nottinghamshire. Tuttavia le conseguenze delle spese di trasporto sui prezzi franco consegna sono più sensibili nel Galles occidentale (tra il 5 % e il 6,5 %) e specialmente nella Scozia settentrionale (tra il 5 % del Wiltshire al 14 % della Cornovaglia). Nell'Inghilterra sudoccidentale, le differenze con i prezzi franco fabbrica oscillano tra il 7,5 % e il 16,5 %.

I prezzi franco consegna per ciascun settore dipendono altresì dalle dimensioni della consegna in questione: nel periodo in esame per i pannelli in gesso standard esistevano i seguenti 5 livelli di prezzi:

Livello dei prezzi	Dimensioni della consegna	
	m^2	Tonnellate approssimative
A	2 400	20
B	oltre 1 850	oltre 15,5
C	oltre 900	oltre 7,5
D	oltre 450	oltre 3,8
E	oltre 225	oltre 1,9

(NB: In metri quadrati di pannelli di gesso da 9,5 mm; per gli altri spessori è effettuata la conversione)

(27) Nel caso della Cornovaglia, nel quale il fattore trasporto nel prezzo franco consegna è il più elevato dell'Inghilterra, il sovrapprezzo forfettario dovuto per i carichi di livello B e di livello C, è superiore rispettivamente dello 0,6 % e dell'1,8 % ai prezzi del livello A. Per i carichi del livello D il sovrapprezzo è il 3,9 % e per E il 17 %, tenendo conto degli sconti aggiuntivi per i rivenditori fatti su consegne dei livelli D e E. Gli ordini dei rivenditori o degli utilizzatori possono essere consegnati a « giacenza », vale a dire al magazzino del cliente, ovvero «in loco », cioè nel luogo dove il materiale verrà usato, ed il prezzo di zona viene stabilito in base al luogo di consegna. Gli ordini che BG riceve riguardano, per circa il 90 % dei casi, i livelli A, B e C. La maggioranza delle consegne di carichi D e E sono consegne «in loco »; in questo caso, il prezzo più elevato è compensato dal risparmio del rivenditore il quale non è costretto a portare le merci in magazzino e poi a consegnarle egli stesso, dato che BG consegna direttamente al cliente del rivenditore.

(28) Per ottenere prezzi franco fabbrica, i compratori devono organizzare carichi completi da 20 t con veicoli adatti. I clienti scelgono di farsi consegnare i pannelli in gesso o di andarli a prendere essi stessi

in base ad una loro analisi costi-benefici, tenendo conto della dimensione minima del carico in caso di ritiro diretto, delle possibilità di ottenere carichi di ritorno per i veicoli, dell'onere amministrativo d'organizzare il trasporto e trovare i carichi di ritorno. In pratica solo un'esigua parte degli ordini viene ritirata direttamente, sebbene in alcune zone, per esempio nel Devon, i ritiri siano stati più frequenti.

(29) Per riuscire ad essere forniti da BPB e beneficiare dello sconto dei rivenditori, i rivenditori devono avere determinati requisiti, ad esempio disporre di locali di magazzinaggio asciutti, accesso dei veicoli per le consegne, esperienza di movimentazione e di vendita dei pannelli di gesso, buone referenze sulla loro posizione finanziaria, nonché la prospettiva di un ragionevole volume di attività nel settore dei pannelli in gesso. I piccoli rivenditori che non acquistano direttamente da BPB, bensì da altri venditori, di solito possono prevedere di dividere con il rivenditore parte dello sconto che questi ha ricevuto.

b) *Importazioni*

(30) Prima del 1982, in Gran Bretagna non vi erano importazioni regolari di pannelli in gesso ; in quell'anno Lafarge, parte del gruppo francese di gesso e cemento Lafarge Coppée, cominciò ad importare pannelli in gesso prodotti in Francia.

(31) Lafarge ha concentrato la propria attività prevalentemente nel sud dell'Inghilterra, importando via Grays, Essex. La gamma di pannelli standard e specialistici forniti da Lafarge era sostanzialmente meno vasta di quella fornita da BG ; secondo il sistema di BG per confrontare gli assortimenti, quello offerto da Lafarge è composto di 35 voci mentre quello di BG di 331.

(32) Lafarge ha gradualmente aumentato le proprie importazioni portandole da 590 000 m² nel 1983 e 1,9 milioni di m² nel 1984 ad un massimo all'inizio del 1985 ; le importazioni per il 1985 furono di 3,3 milioni di m² e per i primi 6 mesi del 1986 di 1,5 milioni di m².

(33) Lafarge praticava prezzi dalla struttura quasi identica a quella di BG, anche se inizialmente il livello dei suoi prezzi era lievemente più basso. Dall'inizio del 1985, note degli uffici periferici di BG rivelarono che Lafarge non era alla ricerca di nuovi affari, probabilmente perché aveva già raggiunto il suo obiettivo di vendita nel Regno Unito, e che si stava concentrando su un numero limitato di clienti. A partire dal 29 aprile 1985, Lafarge aumentò i suoi prezzi, portando i prezzi di zona al di là di quelli di BG in molte zone ed allineando i prezzi franco fabbrica su quelli di BG. In seguito, altri rapporti locali rivelarono che Lafarge non praticava l'aumento all'esiguo numero di grossi clienti sui quali si stava concentrando ma che numerosi altri rivenditori ai quali invece l'aumento veniva praticato, acquistavano pannelli da BG in quantità maggiori, oppure stavano passando completamente dalla parte di BG.

(34) Pur nondimeno BG continuò a considerare Lafarge uno dei suo concorrenti sul mercato dei pannelli in gesso. Una delle opzioni discusse da BG nell'aprile 1986 per reagire alla concorrenza delle importazioni, era quella di « fare pressione su Lafarge affinché applichi integralmente l'ultimo aumento di prezzo », che ancora non praticava ai principali clienti.

Secondo alcune note, Lafarge, concentrando i propri sforzi prevalentemente su un numero limitato di clienti, era in grado di fornire a quei clienti un servizio di consegna da essi considerato in generale più flessibile e più affidabile di quello offerto da BG.

In numerose occasioni venne riferito che Lafarge non era in grado di mantenere consegne normali a molti dei suoi clienti a causa delle difficoltà di fornitura dovute al fatto di dipendere da un unico stabilimento in Francia e a problemi di trasporto.

(35) Nel maggio 1984, Iberian cominciò ad importare pannelli fabbricati da Española de Placas de Yeso (« EPYSA ») nella Spagna settentrionale attraverso il porto di Shoreham sulla costa meridionale dell'Inghilterra. Gran parte delle attività di Iberian inizialmente si svolgevano nel nord e nelle Midlands, ma verso il marzo 1985 si poteva constatare uno spostamento verso il sud dell'Inghilterra. Verso il gennaio 1986 Iberian cominciò ad importare anche attraverso Exmouth nell'Inghilterra sudoccidentale.

(36) Le importazioni di Iberian in Gran Bretagna furono pari a 600 000 m² nel 1984, a 1,8 milioni di m² nel 1985 e a 860 000 m² nel periodo tra gennaio e giugno 1986.

(37) Iberian adottò una politica di prezzi basata su prezzi simili franco deposito a Shoreham e Exmouth ; i suoi prezzi erano più bassi di quelli di BG, con un differenziale in generale oscillante tra il 5 e il 7 %, anche se sono state riscontrate differenze maggiori e minori. Nelle stesse zone ed in particolare nel sud-ovest, dove Iberian operava a partire da Exmouth, i clienti di Iberian avevano un vantaggio sostanziale di costo rispetto ai clienti di

BG, ai quali venivano praticati prezzi franco consegna da East Leake in Cornovaglia del 16,5 % superiori al prezzo franco fabbrica di BG. In termini reali la differenza di prezzo non era così ampia, dato che molti clienti risparmiavano sui prezzi franco consegna di BG andando a ritirare il materiale direttamente allo stabilimento di BG ad un costo totale sensibilmente inferiore al prezzo franco consegna.

(38) L'assortimento dei prodotti forniti da Iberian si limitava ad una gamma di pannelli di gesso di dimensioni standard ; BG ha calcolato che rispetto alle 331 dimensioni e specifiche che essa offriva, Iberian poteva fornirne solo 11.

(39) Come fatto rilevare da BG, Iberian incontrò difficoltà di fornitura in numerose occasioni, dovute ad un guasto dell'impianto di produzione di Epysa, a uno sciopero portuale e ad altri problemi di trasporto e spedizione. Invero, uno degli svantaggi di acquistare presso Iberian consisteva nel rischio di discontinuità delle forniture, e di conseguenza i rivenditori che trattavano i pannelli provenienti dalla Spagna dovevano mantenere in media scorte superiori a quelle che avrebbero dovute mantenere comperando prodotti da BG e probabilmente dovevano rassegnarsi a non poter offrire ai loro clienti normali forniture di pannelli provenienti dalla Spagna in caso di grave interruzione delle forniture. In tali casi il rivenditore poteva rivolgersi ad un altro fornitore oppure avvertire i clienti che le forniture sarebbero state interrotte ; tuttavia Iberian tentò di mantenere forniture regolari ai propri clienti più importanti.

(40) All'inizio del 1985, BG venne a sapere che il fornitore di Iberian, Epysa, aveva aumentato i prezzi di esportazione. Tale aumento si ripercosse sui prezzi di Iberian, anche se apparentemente alcuni suoi clienti all'inizio beneficiarono di un aumento inferiore.

c) *La posizione di mercato di BG*

(41) Nel 1985 e 1986 BG fornì circa il 96 % dei pannelli in gesso cartonato utilizzati nel Regno Unito e una percentuale pressoché equivalente in Gran Bretagna ; Lafarge e Iberian si ripartivano la quota di mercato restante.

(42) Nel corso della procedura BG ha messo in evidenza molti fattori che inducono i clienti a preferire BG ai suoi concorrenti per le forniture di pannelli in gesso : BG ha messo in rilievo il « servizio completo » da essa offerto. Essa offre infatti un assortimento completo di prodotti standard e specialistici, di accessori, e di sistemi che coprono praticamente ogni applicazione dei pannelli in gesso cartonato. Tutti questi prodotti sono fabbricati dalla stessa BG, ad eccezione di alcuni accessori che vengono acquistati. BG fornisce pannelli in una vastissima varietà di specifiche, dimensioni e spessori. L'assortimento dei prodotti è molto più ampio di quello che potrebbe fornire un importatore. BPB afferma che l'unica maniera economica di rifornire il mercato, che si tratti di utilizzatori o di rivenditori, è di fornire una vasta gamma di prodotti che siano disponibili quasi senza preavviso, nel quadro di un servizio totale. Secondo i dati forniti da BG, il [...] delle sue consegne sono carichi misti che comprendono più di un tipo di pannelli e il [...] delle consegne comprendono almeno [...] tipi di pannelli.

(43) Date le dimensioni delle sue attività di fornitore di pannelli in gesso, BG mantiene una fitta rete di rappresentanti che forniscono supporto tecnico ed un servizio di assistenza alla clientela. Tale attività poggia sull'innegabile esperienza tecnica di BG che è un pioniere nel settore dei pannelli in gesso e uno dei maggiori produttori mondiali, e sulle sue attrezzature di ricerca e sviluppo e i laboratori di collaudo. La rete di BG mantiene altresì contatti diretti con i costruttori attraverso visite ai cantieri, fornendo appoggio tecnico e promuovendo i prodotti di BG. I suoi rappresentanti raccolgono informazioni in merito ai progetti di costruzione e prendono contatto con gli architetti interessati allo scopo di « creare le specifiche », incoraggiandoli a indicare nelle specifiche i prodotti BG. Numerosi rappresentanti locali di BG hanno esclusivamente il compito di mantenere tali contatti con gli architetti ; BG ha anche messo in rilievo l'appoggio che essa offre ai rivenditori mediante la formazione del personale, la partecipazione ad attività promozionali quali ricevimenti, mostre e seminari per i clienti dei rivenditori, e mediante contributi ad hoc sulla pubblicità effettuata in collaborazione tra i rivenditori e BG. Tali diverse forme di appoggio diretto e indiretto ai rivenditori per la vendita dei prodotti BG costituiscono un elemento fondamentale del servizio completo che BG offre e rappresentano un considerevole vantaggio per i rivenditori a trattare i pannelli di BG e non quelli dei suoi concorrenti.

(44) La forza della posizione di BG sul mercato è messa in rilievo dalla sua attività di produzione integrata di prodotti in gesso, intonaci e pannelli in gesso. BG attualmente controlla in pratica tutta la produzione di gesso ed i depositi di minerale di gesso lavorati in Gran Bretagna. BPB produce anche tutta la carta da rivestimento utilizzata da BG ; il controllo delle forniture è un fattore importante, in quanto la carta rappresenta più della metà del costo di produzione imputabile all'intonaco. Quasi tutti i pannelli di BG sono fabbricati in impianti completamente integrati con la produzione di intonaco adiacente e le miniere o cave di gesso. Le più importanti attrezzature di produzione, apparse recentemente, nonché quelle per le quali sono stati resi pubblici i progetti, vengono installate in questo modo che secondo BG consente significativi risparmi.

(45) Chiunque entri nel mercato con l'intenzione di installare una produzione di pannelli in gesso in Gran Bretagna, deve misurarsi con il notevole lasso di tempo e le grosse spese di capitale necessarie ad installare le attrezzature integrate per frantumare il minerale di gesso, produrre l'intonaco e fabbricare i pannelli. La capacità di produzione minima per un impianto per la produzione di pannelli efficiente è di circa 20 milioni di m^2 all'anno. Chiunque voglia entrare sul mercato si troverebbe altresì costretto a dover importare il minerale di gesso o a sfruttare nuove miniere o cave a costi ingenti. BG ha affermato che, perché ne valga la pena di sfruttarlo, un deposito di gesso deve essere abbastanza grande da sostenere 20 anni di produzione. Un nuovo produttore dovrebbe altresì tenere presenti gli effetti di mercato della sovraccapacità, tenuto conto della posizione finanziaria di BPB, vista la politica di BPB di mantenere una capacità sufficiente a soddisfare la domanda di pannelli in gesso in Gran Bretagna in qualsiasi momento, anche nei periodi di punta, con un ulteriore margine per ogni evenienza.

(46) Dato il gran numero di impianti di produzione che BG gestisce in ciascuna fase di produzione e data la sua politica in relazione alle capacità, essa è in grado di offrire continuità nelle forniture anche in caso di interruzioni di una certa gravità.

BG ha affermato che l'85 % dei suoi prodotti possono essere forniti con un preavviso di tre giorni e che secondo la sua politica il periodo di consegna dei pannelli in gesso di volume elevato non deve in ogni caso superare i quattro giorni.

(47) La regolarità e l'affidabilità delle forniture rivestono una fondamentale importanza per i rivenditori, dato l'onere finanziario di mantenere scorte e i costi dell'immagazzinaggio a secco. I rivenditori sono ben consci dei costi di mantenere scorte che rappresentano un onere finanziario per la loro attività, e in particolare nel settore dei pannelli in gesso, sui quali i margini degli intermediari sono esigui, e specialmente all'interno dei più grandi gruppi di rivenditori che tendono a applicare rigorosi controlli interni sui livelli delle scorte e sulla loro rotazione. Molte filiali di rivenditori non hanno magazzini a secco così capaci da consentire loro di aumentare le proprie scorte di pannelli in gesso. Coloro che invece possono aumentare le proprie scorte, a scapito di altri prodotti, probabilmente non sono disposti ad accettarne il costo opportunità.

(48) Quei rivenditori che commercializzano i pannelli in gesso di Lafarge e di Iberian, generalmente non sono nelle condizioni di cessare di trattare con BG. In primo luogo Lafarge e, specialmente, Iberian, non forniscono molti dei prodotti in gesso che fornisce BG. Secondo, i prodotti di BG, compresi i pannelli in gesso standard, spesso vengono indicati con il loro nome nelle specifiche degli architetti, in conseguenza della solida posizione che BG gode da lunga data sul mercato e delle attività dei rappresentanti di BG che incoraggiano gli architetti ad indicare nelle specifiche i prodotti BG. Pertanto, nella misura in cui i rivenditori devono in ogni caso trattare con BG, essi sono maggiormente incentivati a rivolgersi a quella fonte per tutto il loro fabbisogno di pannelli. Oltre ai vantaggi sotto il profilo amministrativo, ad un rivenditore, o alla singola filiale nel caso di gruppi con una rete di filiali, conviene combinare gli ordinativi per pannelli in gesso specialistici con quelli per i pannelli standard in modo da spuntare prezzi franco consegna più bassi possibili o costi di trasporto unitari e, per evitare livelli di giacenze inutilmente elevati, ordinare a BG carichi il più completi possibile.

d) *Gli effetti delle importazioni sul mercato*

(49) La concorrenza fatta dalle importazioni, ed in particolare la concorrenza in termini di prezzo, ha finito per turbare le stabili condizioni di mercato precedentemente esistenti. Non appena alcuni rivenditori cominciarono a vendere pannelli in gesso importati ed a fare concorrenza sui prezzi ad altri venditori che acquistavano da BG, quest'ultima si trovò costretta a comportarsi allo stesso modo. I documenti di BG indicano in maniera chiara l'effetto di spinta della politica dei prezzi di Lafarge e Iberian, in conseguenza della quale i rivenditori cominciarono a trattare i prodotti Iberian per reagire alla concorrenza di Lafarge e viceversa. La concorrenza dei prezzi delle importazioni suscitò inoltre pressioni su BG, esercitate specialmente da parte delle più importanti catene di rivenditori, affinché BG riducesse i prezzi con sconti per quantità. I maggiori rivenditori con una fitta rete di filiali erano clienti di particolare importanza per Iberian, data la loro capacità di introdurre pannelli in gesso spagnoli in un'area molto vasta e in quantitativi considerevoli.

(50) Sebbene BG abbia messo in particolare rilievo la concorrenza dei prezzi fatta dagli importatori e, specialmente i prezzi di Iberian, i documenti interni rivelano che in effetti i pannelli in gesso di Iberian e di Lafarge erano concorrenti anche sotto il profilo della qualità. Apparentemente Lafarge era persino in grado di offrire un servizio migliore di quello di BG ad un numero limitato di clienti più importanti, in particolare per quanto riguarda la flessibilità e l'affidabilità delle consegne.

(51) Per tutto il periodo dal giugno 1984 alla metà di agosto 1986, i rapporti locali inviati a BG continuarono a ripetere che secondo i rivenditori e gli utilizzatori i pannelli in gesso sia di Lafarge che di

Iberian erano di qualità migliore e più costante di quelli di BG. Le ripercussioni di quanto sopra sulla strategia di BG sono illustrate in particolare dai documenti seguenti :

(52) La relazione annuale del dicembre 1984 del direttore generale alle vendite rivela che, nel corso dell'anno, i clienti sono stati indotti a rivolgersi agli importatori per motivi di qualità.

(53) Nel febbraio 1986, il direttore generale alle vendite di BG riferì : « Anche se la nostra battaglia con gli importatori (soprattutto nel sud) riguarda prevalentemente i prezzi, va aumentando il numero di clienti che dichiarano di preferire i pannelli importati per motivi di qualità. Recuperare gli affari perduti in questa maniera è molto più difficile che recuperarli quando il fattore predominante è il prezzo. »

(54) In un rapporto del direttore regionale alle vendite per il sud, datato marzo 1986 si legge « La prima volta che ci siamo trovati di fronte alla concorrenza dei pannelli in gesso importati abbiamo seguito la politica di battere la concorrenza sul servizio e sulla qualità, ma purtroppo non ci siamo riusciti. In questo momento continuiamo a ricevere troppi rapporti sul fatto che i pannelli importati vengono preferiti soltanto perché sono di qualità superiore. Anche se possiamo mostrare sensibili miglioramenti nella qualità, riconquistare i clienti perduti per tale motivo è molto più difficile che se si trattasse semplicemente di misurarsi con prezzi inferiori quotati da concorrenti. »

(55) Da giugno e luglio 1984 i direttori generali alle vendite di BG cominciarono a riferire l'esistenza di forniture spagnole di pannelli in gesso ai rivenditori di materiali da costruzione [...] e [...]. Nell'agosto 1984 venne riferito che [...] avevano acquistato pannelli spagnoli in cinque filiali, ma soltanto in limitate quantità per saggiare il mercato, e che li vendevano ai prezzi di BG. Tale situazione venne confermata nel corso di una riunione di BG con [...] convocata per discutere il 31 agosto 1984 « le loro implicazioni con i pannelli spagnoli ... ». [...] dichiararono a BG che avrebbero continuato ad acquistare la maggior parte dei pannelli in gesso da quest'ultima e che non erano intenzionati ad acquistare prodotti di importazione ; si era trattato soltanto di una misura difensiva nel caso si fossero trovati a dover affrontare la concorrenza in termini di prezzo fatta da altri con i pannelli importati. In quell'occasione BG osservò che « due grossi gruppi di rivenditori [...] hanno affermato che non intendono acquistare pannelli in gesso importati ».

(56) Tuttavia, la relazione generale delle vendite di BG per il settembre 1984 afferma che il mercato dei pannelli in gesso risultava disturbato da importazioni provenienti dalla Francia e dalla Spagna. I prezzi di Iberian erano molto concorrenziali. In conseguenza della crescente concorrenza vi erano molte richieste, in particolare da parte dei gruppi più importanti, di sconti sui quantitativi. I pannelli spagnoli venivano trattati da un rivenditore a [...] e [...], da [...] a [...] e da [...] a [...]. La sede centrale del [...] aveva deciso che tutte le sue [...] filiali in [...] (con la ragione sociale [...]) dovevano ricevere pannelli spagnoli. BG ritenne che i pannelli spagnoli costituissero una minaccia anche nelle Midlands, principalmente a causa delle attività di [...] che li distribuivano in più filiali. La concorrenza più agguerrita nel sud proveniva ancora una volta da Lafarge, anche se Iberian vendeva pannelli spagnoli nel sud-ovest attraverso filiali di [...] e di [...]. La relazione dell'ottobre 1984 rivelò un aumento dell'attività per i pannelli spagnoli in tutto il paese e il fatto che erano coinvolte altre filiali di [...]. Nel novembre 1984 venne riferito che i mercati di BG erano sotto la crescente minaccia della concorrenza. Fu possibile riguadagnare alcuni affari nel sud a spese di Lafarge grazie ad uno sconto speciale per carichi « Super schedule A » da 25 t introdotto da BG per le consegne nello Hampshire e nel Dorset.

(57) Dal gennaio al marzo 1985, BG effettuò dei pagamenti a [...] descritti come «contributi alle spese materiali di pubblicità e promozione dei prodotti British Gypsum » pari a [...] UKL al mese. Nell'aprile 1985 i pagamenti mensili a [...] vennero ridotti a [...] UKL al mese e in ottobre a [...] UKL.

Nel corso della procedura BPB ha affermato che BG aveva convenuto di accettare la richiesta di [...] di riconoscere il loro potere d'acquisto sostenendo un esperimento per stabilire le possibilità di successo di tale collaborazione, in seguito quando BG si rese conto che il suo livello di appoggio era eccessivo rispetto alle iniziative promozionali che [...] avrebbe potuto sostenere, i pagamenti vennero ridotti.

e) *Pagamenti di fedeltà di BG*

(58) Il 16 gennaio 1985 un comitato di alti dirigenti di BG esaminò la concorrenza di Francia e Spagna ; a conclusione di tali analisi il direttore generale di BG chiese al direttore commerciale di considerare, nel formulare la strategia commerciale, in che modo BG avrebbe potuto « ricompensare la lealtà dei rivenditori che sono rimasti esclusivamente con noi ». Numerosi documenti di BG provano che durante il periodo da gennaio a giugno 1985, venne formulato lo schema in base al quale sarebbero stati fatti pagamenti regolari alle catene di rivenditori

più importanti che erano disposti ad acquistare pannelli e prodotti affini esclusivamente da BG. Tali pagamenti dovevano assumere la forma di contributi regolari di BG alle spese di promozione e pubblicità dei rivenditori. Gli accordi andavano negoziati ad alto livello con rivenditori selezionati e non sarebbero stati resi pubblici. Il livello dei pagamenti ai rivenditori che accettavano di acquistare esclusivamente da BG doveva essere dell'ordine dell'[...] del valore degli acquisti di pannelli e accessori. Venne predisposto un elenco dei maggiori clienti di BG e venne proposto di dare ad essi « l'opportunità di trattare esclusivamente con BG ».

(59) I benefici che BG avrebbe accumulato in conseguenza dell'esclusiva secondo il sistema previsto vennero esplicitamente esaminati in due documenti di BG. In un memorandum del 1° marzo 1985, il direttore commerciale esaminò il costo dei pagamenti osservando che se BG avesse potuto « riafferrare con l'esclusiva circa [...] di m² di pannelli » dagli importatori, il sistema si sarebbe autofinanziato; all'epoca le importazioni di Iberian ammontavano a [...] m² all'anno e quelle di Lafarge a [...] di m².

In una nota del direttore operativo del gruppo BG datata 1° maggio 1985 e intitolata « Concorrenza per i pannelli in gesso cartonato — strategia di vendita e dei prezzi », il direttore generale fissò le condizioni che BG avrebbe negoziato per l'appoggio ai grandi gruppi di rivenditori. La prima condizione era l'esclusiva: il rivenditore si sarebbe impegnato ad acquistare tutti i pannelli e prodotti affini presso BG. A questo proposito si affermava: « È difficile quantificare i benefici che ricaveremo da tale azione; da un lato, essa ci impedirà di perdere ancora altri dei nostri attuali clienti e quindi ci impedirà di perdere entrate, dall'altro tale azione potrebbe farci riguadagnare quote di mercato dai nostri concorrenti i quali dovrebbero o accettare un livello ridotto o tentare di riguadagnare altrove la quota perduta. In quest'ultima ipotesi, se essi decidessero di contrattaccare dovrebbero impegnarsi sempre più ed eventualmente spendere di più per la distribuzione dei loro prodotti. »

(60) Prima del 2 luglio 1985 o a quella data venne deciso di presentare lo schema a [...], un cliente molto importante di BG che era rimasto fedele, ma i cui dirigenti si erano visti costretti a riesaminare la politica di acquisto data la concorrenza che le varie filiali subivano da altri venditori, i quali vendevano i pannelli di Lafarge e di Iberian. I versamenti di [...] UKL al mese cominciarono nell'agosto 1985.

In seguito, intese di questo tipo vennero offerte nel corso di riunioni con altri rivenditori i quali tutti, con una sola eccezione, trattavano o avevano trattato pannelli di Lafarge o Iberian.

(61) Alla riunione del luglio 1985 del comitato direttivo di BPB, venne riferito che i principali sbocchi di Iberian continuavano ad essere i gruppi più importanti come [...], [...] e [...]. Nella relazione generale delle vendite per l'agosto 1985 si legge: « Si sono svolte discussioni con alcuni dei principali gruppi che trattano pannelli importanti e si spera di poterli persuadere a tornare ad acquistare da noi in esclusiva. »

(62) Nel settembre e ottobre 1985 BG cominciò i pagamenti mensili a [...] ([...] UKL) e [...] ([...] UKL). Nel corso della riunione del comitato direttivo dell'ottobre 1985 venne riferito che [...] e [...] recentemente avevano impartito istruzioni alle filiali di non effettuare altri ordinativi di pannelli spagnoli.

(63) Nel dicembre 1985 BG cominciò ad effettuare pagamenti mensili ([...] UKL) a [...] un rivenditore che aveva acquistato pannelli di Lafarge e che stava esaminando una interessante offerta di Iberian la quale stava iniziando le importazioni via Exmouth. Exmouth era molto più vicina di Shoreham alla principale area di operazioni di [...]. Il 23 dicembre 1985 [...] rispose all'offerta di pagamenti promozionali di BG confermando che in futuro essa avrebbe acquistato tutti i prodotti in gesso di BG.

(64) Nel dicembre 1985, o precedentemente, [...] rilevò una catena di vendita, [...] uno dei più importanti distributori di pannelli spagnoli, che aveva costituito « il più grosso problema per altri rivenditori a causa delle "offerte" speciali ». Tale catena venne assorbita da [...] e le filiali interessate cessarono gradualmente di acquistare pannelli spagnoli. Nel febbraio 1986 era divenuto manifesto che le filiali assorbite da [...] avrebbero cessato di trattare i pannelli spagnoli, e i pagamenti mensili a [...] vennero portati da [...] UKL a [...] UKL al mese.

Quando il gruppo di rivenditori [...] venne assorbito da [...], i pagamenti a quest'ultima vennero aumentati a partire [...] da [...] UKL a [...] UKL al mese.

(65) La relazione generale sulle vendite del febbraio 1986 di BG affermava: « Dato che alcuni degli altri grandi gruppi di rivenditori non trattano più pannelli spagnoli, Iberian ovviamente cerca altri sbocchi. [...] recentemente hanno acquistato forniture per la prima volta. » Alla riunione del comitato direttivo di BPB del marzo 1986 venne riferito: « Si sono fatti progressi con gli attuali clienti di Iberian, mentre gruppi di rivenditori tornano da BG, Iberian però continua a cercare molto attivamente di ottenere sbocchi alternativi. »

(66) Il 7 aprile 1986 il direttore commerciale inviò all'amministratore delegato una nota nella quale veniva riesaminata la situazione in relazione alle importazioni spagnole via Exmouth e venivano illustrate le scelte politiche esaminate dalla divisione commerciale e le proposte del direttore stesso. Veniva riferito che « in Cornovaglia non ci sono più pannelli spagnoli adesso che il [...] [...] e [...] comprano tutti British Gypsum e le uniche due società nell'area sudoccidentale, che sappiamo comprano pannelli spagnoli, sono [...] e [...]: entrambe non per grossi quantitativi ».

Tra le scelte politiche analizzate nel documento citato vi era « continuare la politica di scegliere clienti selezionati nel breve periodo. Secondo i rapporti che provengono dalla Cornovaglia, l'azione si sta rivelando molto efficace e quanto più si ingrandiranno i gruppi di rivenditori tanto più forte sarà la nostra influenza ».

(67) BG cominciò rispettivamente nell'aprile, giugno e agosto 1986 a effettuare pagamenti mensili a [...] ([...] UKL); [...] ([...] UKL) e [...] ([...] UKL) (che controlla [...]). Il 23 giugno 1985 l'ufficio vendite di BG nelle Midlands riferì che « tutte le agenzie di [...] hanno ricevuto dalla loro sede centrale l'ordine di interrompere il rifornimento e la vendita di pannelli spagnoli ». Nel luglio 1986, BG fece un primo pagamento trimestrale ([...] UKL) a un altro cliente, [...], in base ad un accordo entrato in vigore nell'aprile 1986.

(68) Nel corso della procedura BG ha messo a disposizione copie di lettere relative alle offerte e all'accettazione di pagamenti mensili, mentre in altri casi le offerte e/o l'accettazione erano verbali. Il tenore di tutte queste lettere conferma che i pagamenti si basavano sulla condizione che i beneficiari degli stessi acquistassero pannelli in esclusiva da British Gypsum. BG ha confermato che la base dei pagamenti a tutti i rivenditori era identica, indipendentemente dal fatto che essa fosse convenuta verbalmente o trovasse riscontro scritto.

(69) Dal settembre 1986, vennero gradualmente soppressi i pagamenti ai rivenditori poiché BG introdusse un sistema di incentivo per le scorte (« Super Stockist Scheme ») che costituisce oggetto di esame da parte della Commissione in una procedura distinta.

f) *Gli sconti della « Super schedule A »*

(70) Nell'agosto 1984, BG introdusse prezzi ridotti per i pannelli consegnati in carichi di 25 t secondo la « Super schedule A » nello Hampshire e nel Dorset. Tale sistema, secondo i motivi addotti, doveva permettere a BG di valutare i vantaggi di costo ad utilizzare grossi autocarri da 38 t, che dal maggio 1983, con la soppressione del limite di 32 t, risultavano autorizzati nel Regno Unito. I carichi in base alla « Super schedule A » erano di 2 900 m^2 di pannelli stretti di 9,5 mm di spessore o l'equivalente in altre forme e spessori. Il precedente carico massimo di 2 400 m^2 equivaleva a circa 20 t. BG ha sostenuto che all'epoca non si era sicuri delle economie di spese di trasporto che si potevano attendere, in particolare a causa di dubbi sugli aspetti fiscali, la conformazione degli autocarri, ecc. Scopo della limitazione dell'offerta della « Super schedule A » alle due contee era, secondo quanto dichiarato, consentire a BG di acquisire esperienza e avere costi di accesso più favorevoli per l'utilizzazione di autocarri più grandi, prima di dare allo schema un'applicazione più vasta.

(71) Nel corso di una riunione per l'area di vendita sudoccidentale tenutasi il 24 e 25 ottobre 1984, il presidente della riunione riferì che « tale accordo era stato accolto con favore dai rivenditori che cercano di competere con i pannelli di importazione. Tuttavia, è importante tenere presenti le ragioni dichiarate per l'introduzione del nuovo schema, vale a dire : un periodo di prova per determinare l'efficacia dei carichi da 25 t ».

In una nota del 14 febbraio 1985, l'amministratore delegato affermò che lo schema « ha ottenuto i risultati voluti, permettendoci di riguadagnare gran parte della quota di mercato perduta a vantaggio di Lafarge ».

(72) Fino all'aprile 1985 quando Lafarge aumentò i propri prezzi, i prezzi di BG della « Super schedule A » erano sostanzialmente identici ai prezzi franco consegna di Lafarge nello Hampshire e circa il 2 % inferiori nel Dorset ; per contro, i prezzi franco fabbrica di BG erano di circa il 2 % superiori a quelli di Lafarge.

(73) Secondo tale sistema, le riduzioni di prezzo erano dell'ordine del 4 % nello Hampshire e del 5,5 % nel Dorset. Sulla base delle informazioni fornite da BG, la Commissione ha calcolato che lo schema, così come veniva applicato, poteva consentire economie di costo dell'ordine dell'1,5 al massimo. BG ha riconosciuto che lo schema, nella sua applicazione limitata nell'area geografica dello Hampshire e del Dorset non avrebbe potuto fruttare economie commisurate alla riduzione di prezzo e che inoltre parte delle economie previste in pratica non si realizzarono dato che il sistema era limitato a due contee. Ciò nondimeno, BG afferma che, quando i risultati furono chiari, essa decise di

mantenere in funzione il sistema in risposta a prezzi ancora più bassi praticati da Lafarge ad un importante cliente di quell'area.

(74) Il 13 aprile 1987, BG applicò un sistema di prezzi « Super schedule A » in tutto il Regno Unito.

g) *Offerta di pannelli di gesso cartonato irlandesi a prezzi ridotti*

(75) Nel corso dei primi 3 mesi del suo esercizio 1985-1986, che comincia ad aprile e termina a marzo, BG subì una diminuizione delle vendite di pannelli stretti nella regione meridionale di circa [...] m^2, pari all'[...]. BG stabilì che ciò era dovuto alla concorrenza dei pannelli spagnoli.

(76) I pannelli stretti consistono in una lastra stretta di gesso cartonato usata principalmente per i soffitti, specialmente nel settore dell'edilizia abitativa, nel quale i pannelli vengono fissati sia a travetti di legno, tradizionalmente impiegati nel Regno Unito per l'ossatura di pavimenti e soffitti, sia a tramezzi su intelaiatura di legno. Nel corso dell'inchiesta BG ha affermato che solo nel sud-ovest dell'Inghilterra i pannelli stretti sono tradizionalmente utilizzati al posto dei pannelli di altri formati. I pannelli stretti vengono forniti da BG ad un prezzo inferiore a quello dei pannelli murari. Iberian non li fornisce, tuttavia nel sud-ovest venivano utilizzati, anziché i pannelli stretti di BG, i pannelli murari spagnoli, che in termini di prezzo risultavano competitivi rispetto ai pannelli stretti di BG.

(77) Il 29 agosto 1985 il direttore delle vendite di BG per la regione meridionale rese nota un'offerta speciale che l'impresa desiderava fare a rivenditori scelti del sud-ovest inglese. L'offerta si riferiva a carichi completi composti di pannelli stretti e di un massimo del 50 % di pannelli murari prodotti da GIL, la consociata irlandese di BPB, e importati da BG. Gli sconti offerti ammontavano al [...] su carichi completi di pannelli stretti e al [...] su carichi misti di pannelli stretti e pannelli murari. All'inizio l'offerta mirava a ricompensare i rivenditori fedeli, ovvero — secondo una nota di BG del 5 settembre 1985 — « i rivenditori che in precedenza si erano astenuti dall'acquistare pannelli di gesso cartonato importati dalla Francia o dalla Spagna ». L'offerta era valida solo per forniture nelle contee sudoccidentali di Devon, Cornwall, Somerset ed Avon. La nota sottolinea che « l'offerta costituisce una delle nostre reazioni alle vendite a basso prezzo di pannelli importati, ma va inoltre considerata come un'offerta speciale fatta da GIL per smaltire parte della propria produzione normale, che deve anch'essa far fronte alla concorrenza delle importazioni a basso prezzo ».

(78) Successivamente, furono offerte a [...] rivenditori [...] [...] e [...] condizioni speciali più vantaggiose, in base alle quali nei carichi misti la quota di pannelli murari rispetto a quella di pannelli stretti risultava più elevata e in alcuni casi gli sconti erano più favorevoli anche se secondo BG si tratta di un equivoco.

(79) Se si eccettua l'interesse di [...] e [...] per le suddette condizioni speciali, l'offerta venne accolta con freddezza dai rivenditori ai quali fu fatta. Anche i tre rivenditori summenzionati persero ogni interesse quando le condizioni speciali cessarono. In base all'offerta furono forniti circa [...] di pannelli di gesso cartonato.

(80) Nel corso della procedura BG ha ammesso che inizialmente l'offerta mirava a ricompensare i rivenditori fedeli, ma ha anche fatto valere che secondo le risultanze probatorie l'offerta venne dopo poco tempo estesa ad altri rivenditori che non effettuavano i propri acquisti in esclusiva presso BG.

In proposito, BG si è richiamata ad una discussione in merito all'offerta irlandese, avuta con [...] in data 12 settembre 1985, ma questa circostanza costituisce una prova dell'estensione dell'offerta ai rivenditori non fedeli, dal momento che [...] aveva già accettato prima del 6 settembre 1985 di acquistare pannelli di gesso cartonato esclusivamente da BG. Il primo elemento di prova dell'estensione dell'offerta a rivenditori di pannelli importati è costituito dalle consultazioni avute con una filiale di [...] il 2 ottobre 1985. Ciò nondimeno non può dedursene un'estensione generale dell'offerta a tutti i rivenditori della zona, in quanto è provato che il 31 ottobre 1985 BG si rifiutava ancora di formulare l'offerta a [...], che vendeva alcuni pannelli Lafarge.

h) *Priorità nelle forniture di gesso a clienti fedeli*

(81) Nel luglio 1985 BG creò un sistema di ripartizione delle forniture di gesso per il previsto periodo di ritardi nelle consegne dovuti alla chiusura provvisoria di alcuni suoi impianti. Il piano mirava « a controllare la situazione nonché ad aiutare i rivenditori fedeli che non hanno regolarmente comprato e immagazzinato pannelli importati ».

Un elenco di rivenditori che tenevano scorte di pannelli Lafarge o Iberian fu compilato e distribuito agli uffici vendite, con istruzioni di posporre l'esecuzione degli ordini trasmessi da rivenditori iscritti nell'elenco qualora fosse necessario soddisfare un ordinativo prioritario. Si sottolineò che il

sistema non mirava a far ottenere ai clienti forniture maggiori del normale, bensì ad accelerare gli ordinativi di gesso dei rivenditori fedeli quando i ritardi nelle forniture avessero causato loro difficoltà particolari. Nulla si sarebbe invece fatto per venire incontro ad eventuali difficoltà dei venditori che tenevano regolarmente scorte di pannelli importati.

(82) Nelle istruzioni agli uffici vendite si dichiarava inoltre che « creeremo spazi nel portafoglio ordini per accontentare ulteriori richieste prioritarie » e si chiedeva di usare questo sistema per rispettare le date di consegna richieste dai clienti fedeli. In particolare, [...] e [...] dovevano venire riforniti immediatamente qualora lo richiedessero.

(83) Una situazione di ritardo nelle forniture si produsse effettivamente in conseguenza dei tempi d'interruzione, di un'avaria e di controversie tra le parti sociali che ritardarono la riapertura di uno degli impianti principali. Dopo una settimana, il normale periodo di consegna di 3 giorni si era dilatato fino ad 8 giorni nell'impianto settentrionale di BG e a 4 o 5 giorni nei Midlands. Dopo tre settimane la situazione era tornata normale.

(84) In una lettera presentata nel corso della procedura BG ha affermato che durante il periodo di ritardo nelle forniture dell'estate 1985 essa informò alcuni clienti che non sarebbero stati forniti con priorità e che gli ordinativi prioritari sarebbero stati assegnati ai clienti regolari.

Nel corso della procedura BG ha dichiarato che, date le modalità di evasione degli ordini, l'assegnazione di una priorità ad un commerciante fedele poteva al massimo penalizzare un commerciante non fedele con un ritardo di un giorno nella consegna.

(85) Nel febbraio 1986 il Building Trades Journal pubblicò un articolo che riportava dati di pannelli di gesso cartonato spagnoli in Gran Bretagna. Questo fatto induceva a ritenere che molti rivenditori che trattavano pannelli spagnoli temessero rappresaglie qualora BG si fosse resa conto della quantità di prodotti importati da essi venduta.

Il direttore di BG per la regione meridionale, in risposta alla domanda se questi timori fossero giustificati, affermò che quando si verificava una situazione di penuria veniva applicato un sistema di assegnazione di priorità nelle consegne basato sulle vendite passate. Per gli ordinativi che non beneficiavano di priorità l'esecuzione si effettuava in base ai normali criteri commerciali, fermo restando che la società era propensa a considerare con maggior favore i propri clienti fedeli.

E. Irlanda e Irlanda del Nord

(86) In Irlanda e nell'Irlanda del Nord BPB è il solo produttore di pannelli di gesso cartonato e in base alle sue stesse stime detiene in queste due zone una quota di mercato rispettivamente del 93 % e 90 %. BPB sostiene che queste percentuali potrebbero essere esagerate poiché si basano su statistiche relative alle importazioni, che potrebbero essere incomplete. In Irlanda e nell'Irlanda del Nord GIL e BG godono dei vantaggi sopra descritti in quanto membri del gruppo BPB, nonché dei benefici derivanti dal fatto di produrre pannelli in loco piuttosto che importarli dal continente. In Irlanda e nell'Irlanda del Nord la posizione sul mercato dei pannelli di gesso cartonato rispetto a quella degli intonaci tradizionali è ancora più forte che in Gran Bretagna. Nell'Irlanda del Nord BG vende pannelli importati dall'Irlanda, dove essi vengono prodotti da Gypsum Industries plc, la consociata irlandese di BPB.

(87) Nella primavera del 1984 [...] effettuava forniture di pannelli Lafarge nell'Irlanda del Nord. Per far fronte a questa concorrenza BG ridusse i suoi prezzi. Il suo direttore delle vendite per l'Irlanda del Nord affermò : « Dobbiamo prendere ulteriori iniziative se vogliamo bloccare le importazioni... Le riduzioni di prezzi sono il solo mezzo per sgominare la concorrenza ; esse comporteranno sacrifici a breve termine ma risolveranno la situazione a lungo termine. Studieremo il modo di recuperare le perdite subite quando avremo riacquistato il controllo del mercato ».

(88) Un « rapporto sulla situazione » redatto a fini aziendali interni in data 21 gennaio 1985 segnalava che [...] stava importando pannelli spagnoli nell'Irlanda del Nord ma, poiché i rivenditori rifiutavano di acquistarli, essi venivano venduti direttamente agli utilizzatori. In un'altra nota interna relativa alle importazioni di pannelli di gesso cartonato nell'Irlanda del Nord si affermava che « quando [...] minacciò di entrare nel mercato, i rivenditori chiesero a BG di aiutarli a proteggere le loro attività e ciò fu fatto con successo ». [...] si vide « bloccare l'accesso ai rivenditori ».

(89) Il 26 marzo 1985 la Commissione accettò un impegno relativo ai prezzi da parte del fornitore spagnolo Epysa riguardante i prezzi delle esportazioni verso l'Irlanda e l'Irlanda del Nord. L'assunzione dell'impegno mise fine ad un ricorso antidumping presentato da GIL nel luglio 1984 relativamente alle esportazioni di pannelli di gesso cartonato effettuate da Epysa verso le suddette due zone.

(90) Una nota del maggio 1985 destinata al comitato direttivo di BPB riferiva che le attività di [...] erano quasi cessate. La situazione veniva tenuta sotto sorveglianza perché, secondo alcune voci, Lafarge manifestava un maggiore interesse per l'Irlanda del Nord e alcuni rivenditori progettavano di importare personalmente pannelli.

(91) In un memorandum di BG datato 14 giugno 1985 si sottolineava che un consorzio di rivenditori dell'Irlanda del Nord aveva assunto la rappresentanza dei pannelli spagnoli. Esso assicurò di non aver intenzione di perturbare il mercato, bensì di mantenere una situazione di stabilità a vantaggio di tutti i partecipanti, ma BG replicò di ritenere che il mercato dell'Irlanda del Nord rientrava nella sua propria sfera di attività e intendeva conservare in esso una quota che fosse la più elevata possibile. BG riteneva che le importazioni direttamente effettuate da grossisti rifornitori dell'industria edilizia avessero effetti particolarmente sconvolgenti sul mercato.

(92) Lo stesso memorandum descrive le « iniziative finora adottate » : ai quattro rivenditori che importavano direttamente i pannelli venne soppresso lo sconto del [...] offerto sui pannelli di formato standard. Si propose inoltre di offrire agli altri rivenditori dell'Irlanda del Nord uno sconto del [...] sul gesso e uno sconto del [...] sui pannelli di gesso cartonato di BG degli stessi formati di quelli importati dalla Spagna. Lo sconto del [...] era considerato come « un'arma a disposizione di altri rivenditori prima dell'arrivo delle importazioni » e poteva venire modificato, grazie all'impostazione flessibile proposta, in funzione dei prezzi di vendita dei prodotti importati. Una delle condizioni per ottenere lo sconto era che BG « ottenga l'esclusiva delle forniture per i nostri prodotti e i rivenditori non trattino prodotti di gesso importati ». Dal memorandum si deduce sicuramente che la qualifica degli sconti come « promozionali » e l'inserimento della condizione per cui i rivenditori interessati dovevano immagazzinare ed in genere promuovere le vendite di prodotti BG mirava a fornire una giustificazione per gli sconti, qualora le autorità nazionali della concorrenza avessero sollevato obiezioni a proposito. Inoltre, ai rivenditori fedeli sarebbe stata accordata la precedenza nelle forniture nei periodi di maggiore attività, descritti nella circolare indirizzata ai rivenditori stessi come « periodi di massima attività, come quelli immediatamente precedenti le chiusure per vacanze o nel caso di un'eventuale temporanea (benché improbabile) interruzione delle forniture ». Il 17 giugno 1985 BG indirizzò a tutti i rivenditori dell'Irlanda del Nord una circolare che dava applicazione a tutte le misure sopra menzionate.

(93) Poco dopo, [...], un rivenditore membro del [...], chiese a BG di beneficiare dello sconto. Il gruppo era tra gli importatori, ma [...] affermò la propria indipendenza in materia di acquisti e confermò di non avere intenzione di vendere pannelli importati. Ciò nonostante BG rifiutò lo sconto, affermando che « se il [...] partecipa all'importazione e/o alla vendita di pannelli importati, non ricorrono le condizioni per accordare lo sconto ».

(94) Una nota interna di BG destinata alla preparazione di una riunione tenuta il 2 luglio 1985 con gli importatori propose che qualora questi ultimi fossero disposti a non effettuare ulteriori importazioni si sarebbero addottate le seguenti misure :

— cooperazione in materia di prezzi tra gli importatori e BG per la vendita delle scorte esistenti di pannelli importati in modo da non perturbare il mercato ;

— un « trattato di pace » tramite l'associazione dei rivenditori, in base al quale tutti i rivenditori avrebbero convenuto di mantenere i prezzi di BG rispetto ad ogni eventuale importazione e un accordo verbale con l'associazione in base al quale BG e tutti i membri avrebbero collaborato per ostacolare future importazioni ;

— gli importatori avrebbero nuovamente ricevuto sconti sul gesso e sui pannelli, non appena avessero esaurito le scorte di prodotti spagnoli ;

— dopo la cessazione di detti sconti, i rivenditori fedeli avrebbero ricevuto un modesto sconto per un breve periodo, a ricompensa del loro appoggio.

Dalla nota risulta che lo sconto del [...] sul gesso, concesso ai rivenditori che non trattavano pannelli importati, si rivelò la misura più efficace per costringere gli importatori ad intavolare trattative.

(95) La riunione del 2 luglio 1985 con i rappresentanti degli importatori si svolse presso la sede principale di BG. Quest'ultima sottolineò di non essere disposta a spartire il mercato con un importatore e si dichiarò delusa dalla condotta degli importatori affermando « di aver sempre appoggiato attivamente i rivenditori in passato e di aver quindi sempre ritenuto di poter contare sulla loro collaborazione per ostacolare le importazioni ». Nel corso della riunione BG sostenne che i ... rivenditori dell'Irlanda del Nord che acquistavano prodotti spagnoli incoraggiavano una condotta analoga da parte di altri in Gran Bretagna, ossia da parte del personale di vendita dei prodotti Iberian e da parte dei rivenditori inglesi, che BG aveva verso i suoi dipendenti la responsabilità di difendere il mercato del Regno Unito, che BG non era disposta a spartire il mercato con un importatore e che ci voleva del coraggio ad assumere le rappresentanze dei pannelli spagnoli e chiunque si decideva in tal senso doveva aspettarsi una reazione analoga da parte di BG.

(96) Un'ulteriore riunione ebbe luogo a Belfast il 15 luglio 1985. BG dichiarò che se gli importatori avessero annullato un secondo carico già organizzato e si fossero impegnati a non effettuare ulteriori importazioni, BG avrebbe posto termine agli sconti a favore dei rivenditori fedeli ed avrebbe istituito uno sconto basato sui quantitativi, articolato in modo da essere applicabile agli importatori ma conforme alle norme sulla concorrenza. Si convenne di tener segreto questo sistema di sconti e di informarne solo coloro che ne avevano diritto.

Lo sconto doveva essere utilizzato « per rafforzare la redditività e non per fare concorrenza in materia di prezzi ad altri rivenditori ». Inoltre, qualora si fosse trovato un accordo per porre fine alle importazioni, BG avrebbe « considerato favorevolmente la possibilità di versare agli importatori in un secondo tempo un qualche indennizzo alla loro redditività ».

(97) Una nota per l'ordine del giorno della riunione del luglio 1985 del comitato esecutivo BPB riferisce che un gruppo di rivenditori aveva importato un carico di pannelli via Belfast e che « abbiamo reagito con uno sconto per clienti fedeli. Questo ha avuto l'effetto di convincere il gruppo di rivenditori ad intavolare trattative con noi ed essi sembrano ora disposti a rinunciare alle importazioni ».

(98) In data 7 agosto 1985 BG applicò lo sconto sui quantitativi descritto in precedenza tramite una lettera ad [...] rivenditori nell'Irlanda del Nord che avevano un fatturato annuale di prodotti BG di almeno [...] sterline, e confermò lo sconto del [...] su tutti gli acquisti, purché i rivenditori interessati contribuissero a promuovere la vendita di prodotti BG e quest'ultima ottenesse l'esclusiva delle forniture per tutti i loro fabbisogni di prodotti in gesso. BG affermò : « Da parte nostra interpreteremo rigorosamente i criteri in sede di valutazione dei progressi nei prossimi mesi e, in particolare, la fedeltà negli approvvigionamenti e l'impegno di tenere scorte e di vendere una gamma completa dei nostri prodotti » e sottolineò che lo sconto non doveva essere utilizzato per fare concorrenza ad altri rivenditori in materia di prezzi. Lo sconto cessò alla fine del 1985, quando BG si convinse che i beneficiari se ne servivano per fare concorrenza ad altri rivenditori.

(99) Il 21 agosto 1985 venne riferito a BG che Iberian aveva venduto ad [...] il carico di pannelli spagnoli annullato dai [...] rivenditori. BG non si preoccupò eccessivamente, in quanto prevedeva che [...] non avrebbe venduto i prodotti spagnoli sul mercato, bensì li avrebbe utilizzati nella sua produzione di pannelli laminati.

(100) Nel corso di una riunione tenutasi il 12 settembre 1985 BG convenne con i rivenditori che avevano effettuato importazioni di versare loro retroattivamente tre quarti degli sconti riservati ai rivenditori fedeli fino alla data in cui i rivenditori avessero accettato di annullare ulteriori importazioni e successivamente gli stessi sconti concessi ai rivenditori fedeli, ma per un periodo più [...] « quale corrispettivo » dell'annullamento delle importazioni.

(101) Il 28 gennaio 1986 l'ufficio marketing di BG riesaminò la situazione delle importazioni effettuate da [...]. Quest'ultima società importava principalmente per uso proprio, ma piccoli quantitativi venivano venduti sul mercato. I rivenditori erano dell'opinione che questi piccoli quantitativi non provocassero problemi. [...] aveva l'esclusiva per l'Irlanda del Nord, ma non si era impegnata ad acquistare quantitativi minimi. Di conseguenza, qualora BG avesse impedito le importazioni da parte di [...], Iberian sarebbe stata libera di designare un altro importatore. BG preferì quindi cercare di raggiungere un accordo con [...] in base al quale quest'ultima si sarebbe limitata ad importare i quantitativi necessari per il proprio uso e, se necessario, BG avrebbe trovato il modo di aiutare [...] a finanziare il livello elevato di scorte dovuto alla diminuita frequenza delle importazioni. In questo modo BG sarebbe stata in grado di controllare le importazioni di pannelli e di impedire in particolare che essi raggiungessero il mercato. Nel contempo, BG impediva ad Iberian di rifornire [...], che già importava cemento in Irlanda ed era un importatore potenziale di pannelli di gesso cartonato.

(102) Una nota per l'ordine del giorno della riunione del comitato esecutivo di BPB dell'aprile 1986 sottolinea che l'impresa continuava a trattare con [...] onde impedire che i pannelli importati di questa impresa fossero immessi sul mercato.

(103) Il risultato fu che [...] dichiarò di non essere disposta a concludere con BG un accordo del tipo suindicato e continuò a vendere parte delle sue importazioni a piccoli rivenditori dell'Irlanda del Nord.

II. VALUTAZIONE GIURIDICA

A. Articolo 86

(104) Ai sensi dell'articolo 86 del trattato CEE, lo sfruttamento abusivo, da parte di una o più imprese, di una posizione dominante sul mercato comune o su una parte sostanziale di esso è vietata in quanto incompatibile con il mercato comune stesso, nella misura in cui possa essere pregiudizievole per gli scambi tra Stati membri.

B. Il mercato in questione

(105) Onde poter accertare se esista una posizione dominante ai sensi dell'articolo 86 del trattato CEE, è necessario definire quale sia il mercato in questione, ossia l'area di attività industriale o commerciale in relazione alla quale va valutato il potere economico di un'impresa nei confronti dei propri concorrenti e clienti.

a) *Il prodotto in questione*

(106) Il presente caso riguarda il comportamento commerciale di BPB in quanto fornitore di pannelli di gesso e i suoi effetti sulla concorrenza e

sugli scambi nel mercato di tali pannelli, in particolare nei confronti dei concorrenti che forniscono lo stesso prodotto. A priori, pertanto, il prodotto in oggetto deve considerarsi costituito dai pannelli di gesso.

(107) BPB ha sostenuto che nella definizione del mercato in questione va inclusa anche l'intonacatura con gesso a umido effettuata sul posto, perché questa attività rappresenta un'alternativa redditizia all'intonacatura a secco con pannelli manifatturati e quindi esercita in pratica una pressione concorrenziale sulle forniture di pannelli da parte di BPB, limitando il potere di mercato di quest'ultima.

(108) Nel caso di specie, in sede di accertamento di un'eventuale posizione dominante, è possibile tener conto adeguatamente di ogni altra pressione concorrenziale esercitata da prodotti diversi sul potere di mercato di cui dispone nella commercializzazione dei propri pannelli.

(109) Per pannelli di gesso si intendono tanto quelli normali, quanto quelli speciali con accresciute qualità ignifughe, siano o non siano essi forniti come componente di un prodotto complesso contenente altri materiali.

b) *I mercati geografici*

(110) Le aree geografiche in relazione alle quali va valutato, ai fini della presente procedura, il potere di mercato di BPB sono l'Inghilterra e l'isola di Irlanda: sono queste le zone in cui il potere di mercato di BPB è relativamente omogeneo e distinto dal potere di cui BPB dispone in altre parti della Comunità.

(111) Considerati i costi di trasporto dei pannelli ed il vantaggio di disporre di impianti di produzione nelle vicinanze degli sbocchi commerciali, sotto l'aspetto economico non è concepibile che i mercati d'Inghilterra o d'Irlanda vengano riforniti su vasta scala e per lunghi periodi dall'estero. Si aggiunga che gli importatori incontrano una serie di difficoltà: devono soddisfare le esigenze dei grossisti, i quali desiderano che le forniture di pannelli siano regolari, e devono inoltre poter fornire un'ampia gamma di prodotti, che anche un produttore locale può rapidamente mettere a disposizione dei grossisti. Per questi motivi, le pressioni concorrenziali da parte di potenziali importatori che limitino il potere di mercato di BPB in Inghilterra sono di portata limitata.

(112) Inoltre, i mercati irlandese e britannico sono distinti l'uno dall'altro per i fattori suesposti. Nella sua qualità di unico produttore su tali mercati, BPB normalmente non rifornisce uno di essi attingendo all'altro, e sarebbe antieconomico importare in uno dei due mercati i pannelli per poi riesportarli nell'altro.

(113) La Gran Bretagna e l'Irlanda del Nord sono ambedue parti sostanziali del mercato comune.

C. **Posizione dominante**

(114) Secondo la definizione della Corte di giustizia, una posizione dominante è una posizione di potenza economica grazie alla quale l'impresa che la detiene è in grado di ostacolare la persistenza di un'effettiva concorrenza sul mercato di cui trattasi ed ha la possibilità di tenere comportamenti alquanto indipendenti nei confronti dei suoi concorrenti, dei suoi clienti e, in ultima analisi, dei consumatori (sentenza nella causa 85/76, Hoffmann-La Roche contro Commissione [1], punto 38).

(115) L'accertamento della posizione dominante va compiuto in relazione al periodo cui si riferisce la presente decisione: dal giugno 1985 all'agosto 1986. Nel valutare tale predominanza o potere di mercato, è necessario considerare non soltanto la posizione sul mercato, ma anche le sue risorse tecnologiche e finanziarie nonché la posizione competitiva delle imprese rivali.

(116) Nel 1985 e 1986 la quota di BPB nel mercato inglese di pannelli di gesso cartonato è stata del 98-96 %, mentre nell'Irlanda del Nord ha oscillato tra il 100 % e il 92 %. Come ha fatto rilevare BG, BPB fruisce di grandi economie di scala in quanto ha una produzione di massa effettuata in complessi industriali integrati, che prima estraggono il gesso minerale e poi producono il gesso ed i pannelli. BPB possiede risorse tecniche e finanziarie di notevole entità. Nella sua qualità di unico produttore nei mercati geografici suddetti, BPB è la sola impresa che benefici delle economie derivanti dal fatto che gli impianti di fabbricazione dei pannelli sono prossimi ai relativi mercati.

(117) Il potere di mercato di BG è stato messo in risalto dalle quote di mercato estremamente ridotte dei suoi concorrenti. La posizione di questa impresa è stata potenziata dal fatto che grossisti e utilizzatori dipendono da essa per molte forniture di pannelli, sia perché è molto vasta la gamma di questi prodotti che vengono forniti da BG mentre non vengono forniti dai suoi concorrenti, sia perché gli architetti specificamente esigono in via esclusiva i prodotti di BG, sia perché i clienti di quest'ultima hanno il vantaggio di poter concentrare tutti i propri acquisti di pannelli presso un unico fornitore.

(118) I dati disponibili sul consumo relativo di intonaci di gesso a umido e di pannelli di gesso in Inghilterra denotano che i pannelli rappresentano circa il 60 % del complesso dei due prodotti. Il 40 % costituito dagli intonaci a umido non può però avere lo stesso peso che potrebbe attribuirsi ad un 40 % eventualmente detenuto da altri fornitori di pannelli, perché in molte applicazioni l'intonacatura a pannelli e l'intonacatura a umido hanno una sostituibilità limitata.

[1] Raccolta 1979, pag. 461.

La struttura dell'offerta di intonaci a umido, caratterizzata dalla presenza di un ampio numero di piccoli fornitori, va distinta dal quasi monopolio di BPB nell'offerta di pannelli manifatturati. Inoltre, le prospettive di un sostanziale aumento dell'intonacatura per via umida sono limitate, in quanto occorrono tempi lunghi per formare intonacatori esperti. Da ultimo, la capacità di BPB di influenzare i costi relativi degli intonaci per via secca e di quelli per via umida è ulteriormente rafforzata dal fatto che questa impresa detiene una posizione molto forte nella fornitura del gesso usato nell'intonacatura a umido (almeno il 50 %).

(119) Per i motivi suesposti, la Commissione conclude che eventuali pressioni concorrenziali esercitate dall'industria degli intonaci a umido sul potere detenuto da BPB sul mercato dei pannelli non sono state di importanza significativa. Dalle informazioni disponibili risulta anzi che la stessa BG non ha ritenuto che le eventuali pressioni concorrenziali dell'industria degli intonaci a umido siano state tali da limitare la propria libertà commerciale o il proprio potere di mercato nel settore dei pannelli. Come la Corte ha dichiarato nella sentenza pronunciata nella causa 322/81 Nederlandsche Banden-Industrie-Michelin [1], per accertare se relativamente ad un determinato prodotto esiste una posizione dominante non costituisce una condizione pregiudiziale il fatto che da parte di altri prodotti parzialmente intercambiabili sussista una completa mancanza di concorrenza, purché la concorrenza che eventualmente esista non incida sulla capacità dell'impresa di influenzare in modo apprezzabile le condizioni nelle quali la concorrenza stessa può esercitarsi.

(120) L'impatto di una potenziale concorrenza sulla posizione di mercato di BPB è stato limitato in particolare dai costi che sono necessari per impiantare una nuova produzione di pannelli e costituire le relative reti di vendita e di assistenza tecnica. BPB, data la forza della sua posizione di mercato e la strategia da essa adottata, consistente nel mantenere sempre una capacità idonea a far fronte in ogni tempo alla domanda interna di pannelli, può ragionevolmente attendersi di conservare una posizione dominante per un periodo considerevole, di fronte all'eventualità che entrino sul mercato altri concorrenti, qualunque ne sia il numero, intendendo ovviamente tale numero in senso realistico. La posizione di BPB è poi rafforzata dal fatto che un nuovo produttore deve sostenere il grosso rischio finanziario di avviare lo sfruttamento di miniere di gesso in Inghilterra o Irlanda oppure deve rassegnarsi ad importare il gesso, operazione che gli si presenta svantaggiosa sotto il profilo dei costi.

(121) Se ne conclude che nel periodo di riferimento BPB ha fruito di una posizione dominante nella fornitura di pannelli in Gran Bretagna e nell'isola d'Irlanda.

[1] Raccolta 1983, pag. 3465.

D. Abuso di posizione dominante

(122) Come la Corte di giustizia ha osservato in vari casi, un comportamento che pregiudichi gli obiettivi dell'articolo 3, lettera f) del trattato CEE in quanto metta in pericolo la struttura della concorrenza può costituire un abuso di posizione dominante. La Corte ha condannato il comportamento inteso ad escludere la concorrenza impedendo l'attività di imprese esistenti o l'affermarsi di nuove imprese. In alcuni casi, che hanno costituito veri e propri capisaldi giurisprudenziali, sono state, in particolare definite come abusi le pratiche con cui un'impresa dominante impediva ad altre imprese di concorrere con essa nelle forniture ai propri clienti, legando a sé stessa questi ultimi mediante particolari accorgimenti (sentenze nella causa 40/73 — Suiker Unie contro Commissione [2], nella causa 85/76 Hoffmann-La Roche contro Commissione, nella causa 322/81 — Nederlansche Banden-Industrie-Michelin.

a) *Accordi di forniture esclusive*

(123) Per reagire alla concorrenza, BG ha adottato una strategia diretta a premiare la « fedeltà » dei clienti che decidevano di acquistare da essa tutti i pannelli di cui avevano bisogno. A tal fine, dal luglio 1985 BG ha iniziato ad offrire pagamenti promozionali periodici ad un gruppo selezionato di grossisti inglesi che si fossero impegnati ad acquistare pannelli esclusivamente da essa.

(124) L'offerta di pagamenti promozionali fatta a grossisti individualmente selezionati, anziché sulla base di un regime generale improntato a criteri obiettivi, serviva a rafforzare ulteriormente le strette relazioni commerciali tra BG e i beneficiari dei premi promozionali, potenziando i vincoli tra BG e questi clienti nonché il rapporto di esclusiva che il regime di premi in questione mirava ad instaurare.

(125) Il primo grossista che ricevette da BG pagamenti legati all'impegno di acquistare in esclusiva presso BG fu la ditta [...] una grande catena di rivenditori che fino a quel momento aveva mantenuto nei confronti di BG un comportamento fedele rispetto alla concorrenza di Lafarge e di Iberian, ma subiva le pressioni delle proprie filiali per un cambiamento di tale strategia della fedeltà. Gli accordi stipulati con BG garantirono che la suddetta catena commerciale avrebbe continuato a rifornirsi in esclusiva presso BG. Successivamente, quest'ultima iniziò a stipulare accordi di approvvigionamento in esclusiva con grossisti che erano o erano stati clienti di Lafarge o di Iberian.

(126) Nel caso particolare di Iberian, l'obiettivo dichiarato della strategia di BG era duplice : o Iberian si rassegnava alle minori vendite conseguenti all'emorragia di clienti, e in tal caso la politica di BG avrebbe agito da deterrente nei suoi confronti ; oppure Iberian decideva di mantenere, nonostante

[2] Raccolta 1975, pag. 1663.

l'azione di BG, il proprio livello di vendite, e allora l'azione suddetta avrebbe reso più difficile a questa società l'acquisizione di una pur modesta posizione sul mercato. Quando BG venne a conoscenza del fatto che Iberian cercava di acquisire nuovi clienti, anche a questi essa offrì pagamenti promozionali in cambio del diritto di esclusiva in materia di acquisti. La conseguenza fu che Iberian fu costretta ad impiegare continuamente risorse per conquistare nuovi clienti in sostituzione di quelli che si erano vincolati a BG. Togliendo a Iberian i migliori clienti, BG costrinse questa impresa a cercare un numero sempre più ampio di piccoli clienti, per recuperare le perdite subite nelle vendite a causa dell'emorragia di grandi clienti.

(127) Nel corso della procedura amministrativa, BG ha sostenuto di aver effettuato i pagamenti promozionali pensando in buona fede che i beneficiari li avrebbero utilizzati per aderire all'invito, implicito nella promozione, di acquistare i prodotti di BG, ed ha quindi negato che l'unica finalità del regime fosse di assicurarsi l'esclusiva dai grossisti e bloccare le importazioni di pannelli, come la Commissione ha sostenuto nella comunicazione degli addebiti. La Commissione accetta questa tesi e ne conclude che effettuando i pagamenti in questione BG perseguiva due obiettivi concorrenti. La Commissione rifiuta peraltro di ritenere che l'esclusiva fosse semplicemente una componente della strategia di BG volta a incentivare i grossisti a concentrare i propri acquisti sui pannelli prodotti da BG. Dai documenti aziendali interni di BG risulta con tutta evidenza che l'esclusiva o la « fedeltà » costituiva un obiettivo di per sé stessa, e che lo scopo era di impedire ai grossisti in questione di acquistare e rivendere pannelli di importazione.

(128) BG ha inoltre sostenuto che non risulta dimostrata l'esistenza di un nesso di causalità tra i pagamenti effettuati ai grossisti che in precedenza trattavano pannelli di importazione e le decisioni prese da questi grossisti di approvvigionarsi esclusivamente presso BG, ed ha fatto osservare che nel caso della ditta [...] i rapporti elaborati in base ad indagini sul posto hanno messo in evidenza che, mentre nella circolare con cui questa ditta ordinava alle proprie filiali di cessare la costituzione di scorte di pannelli Iberian non fossero specificati i motivi di tale decisione, risultava che uno sciopero portuale in Spagna aveva fatto ritardare le consegne. BG cita anche altre possibili spiegazioni alternative della decisione dei grossisti di cessare di acquistare pannelli d'importazione : l'inaffidabilità o l'irregolarità delle forniture degli importatori, la superiorità qualitativa dei servizi resi da BG, la preferenza per le forniture britanniche. Sennonché, anche se molteplici possono essere stati i fattori che hanno influenzato i grossisti nel decidere se acquistare o no pannelli d'importazione, risulta dimostrato che molti sono stati i grossisti i quali acquistavano in precedenza pannelli d'importazione e poi hanno ordinato alle proprie filiali di cessare tali acquisti, allorché hanno accettato i pagamenti promozionali di BG. Dai documenti aziendali interni di questa società risulta inoltre che uno degli scopi dell'iniziativa promozionale era di recuperare clienti dagli importatori. La Commissione ha pertanto giustificati motivi di concludere che, quanto meno nei casi sopra riportati, i pagamenti effettuati da BG erano la causa immediata delle decisioni dei grossisti di cessare l'acquisto di pannelli d'importazione.

(129) Resta comunque assodato che gli accordi di esclusiva vincolavano i grossisti a BG per il futuro. La futura fedeltà delle grandi catene commerciali era importante per BG non solo di per sé stessa, ma anche perché riduceva la propensione di altri grossisti a vendere pannelli importati, propensione dovuta agli « effetti di contagio » della concorrenza in materia di prezzi : quando un grossista agiva sulla concorrenza in materia di prezzi vendendo pannelli importati, questo fatto induceva gli altri grossisti che operavano in prossimità a vendere anch'essi pannelli importati. In molti casi la concorrenza in materia di prezzi esercitata da un grossista che vendeva pannelli Lafarge induceva un altro grossista a vendere pannelli Iberian, e viceversa. In tal modo, una grande catena commerciale poteva far concorrenza ai pannelli BG in un'area molto ampia.

Indipendentemente dal fatto che i beneficiari dei pagamenti promozionali avessero in precedenza commercializzato pannelli di importazione o intendessero continuare a farlo, il vincolo con cui essi si legavano a BG integrava per quest'ultima gli estremi di un abuso di posizione dominante.

(130) I pagamenti ai grossisti venivano ancora effettuati quando la Commissione avviò le indagini nell'agosto 1986. A partire da tale data, BG ha iniziato a porre fine a questo regime di pagamenti in esecuzione ai piani da essa predisposti.

b) *Sconti « Super schedule A »*

(131) Dall'agosto 1984 all'aprile 1987 BG ha attuato, per i grossisti che acquistavano grandi partite, un regime di sconti in un'area geografica limitata, costituita dalle contee di Hampshire e Dorset, dove BG si trovava a far fronte ad una concorrenza particolarmente forte di Lafarge in materia di prezzi. Questo regime, benché inizialmente avesse, almeno in parte, lo scopo di acquisire esperienze nel settore delle forniture di grandi partite, venne poi mantenuto come misura concorrenziale. Soltanto in parte la riduzione dei prezzi praticata da BG era compensata dalle economie effettivamente ottenute in materia di costi : per un'altra parte, la riduzione di prezzi corrispondeva alle economie aggiuntive che sarebbe stato possibile conseguire se il regime fosse stato attuato su scala nazionale. Questa parte dell'o-

perazione può quindi considerarsi obiettivamente giustificata nel corso della fase sperimentale iniziale.

(132) Comunque, per la parte che, nella fase iniziale o successivamente, non risultava obiettivamente giustificata la riduzione di prezzi era di entità minima. Inoltre, l'offerta era aperta a tutti i clienti, anche se interessava un'area geografica limitata. In questa area, BPB stava affrontando la concorrenza di Lafarge, che praticava prezzi di zona relativamente più bassi o offriva prezzi bassi a taluni grandi clienti.

(133) Non vi sono indizi per ritenere che i prezzi di « Super schedule A » fossero di per sé stessi un'operazione di concorrenza sleale, né che rientrassero in un piano di allineamento sistematico. Vi è stato un unico abbassamento dei prezzi, che vennero portati ad un livello praticamente equivalente o leggermente inferiore ai prezzi di Lafarge ; l'operazione durò fino all'aprile 1985, periodo nel quale Lafarge aumentò i propri prezzi.

(134) Sulla base dei fatti sopra citati e degli argomenti presentati da BG nel corso della procedura su questi punti, la Commissione conclude che i prezzi geograficamente selettivi « Super schedule A » praticati da BG nello Hampshire e nel Dorset non costituivano da parte di BG abuso di posizione dominante.

c) *L'offerta di pannelli irlandesi a prezzi ridotti*

(135) Lo scopo dell'offerta formulata nel settembre 1985 era originariamente di premiare i grossisti fedeli del sud-ovest dell'Inghilterra per il sostegno da essi fornito di fronte alla concorrenza. Era previsto peraltro che, se i quantitativi disponibili non fossero stati assorbiti, l'offerta a prezzi ridotti sarebbe stata estesa ad altri grossisti dell'area. I documenti aziendali di BG evidenziano che in almeno un caso un grossista fu avvertito che l'offerta a prezzi ridotti era destinata in via principale ai grossisti fedeli.

(136) Questa iniziativa non incontrò praticamente l'interesse dei grossisti fedeli ed è stato accertato che dopo circa tre settimane l'offerta di prezzi ridotti veniva fatta anche ad alcuni grossisti non fedeli, anche se apparentemente ancora su base selettiva.

(137) Condizioni speciali che presentavano una maggiore attrattiva furono offerte nel dicembre 1985 a [...] grossisti che erano o avevano acconsentito a diventare clienti fedeli [...] di essi accettarono l'offerta, che peraltro perse per essi ogni interesse quando le suddette condizioni speciali vennero soppresse nel gennaio e febbraio 1986.

(138) In linea di principio, un sistema in base al quale un fornitore che si trova in posizione dominante offre un premio ai propri clienti per la loro passata fedeltà può costituire abuso di posizione dominante, perché tende a rafforzare la fedeltà futura dei beneficiari del premio e ad influenzare il comportamento di altri commercianti, che non sono stati clienti fedeli, ma che potevano aver avuto conoscenza del sistema indirettamente o ad una data ulteriore. Comunque, a quanto risulta, BG aveva previsto che l'offerta di pannelli irlandesi poteva non interessare i grossisti e che il piccolo quantitativo offerto di [...] partite per settimana rischiava di non essere acquistato.

(139) Non risulta accertato che le condizioni più favorevoli accordate a tre grossisti fossero offerte a titolo di premio per la fedeltà dimostrata in passato da [...] o per la decisione adottata da [...] di acquistare in via esclusiva da BG. Né è evidente in che misura quelle condizioni più favorevoli possano aver influenzato la successiva decisione di [...] di accettare i pagamenti promozionali e di acquistare in esclusiva da BG. Di conseguenza, le condizioni più favorevoli non possono considerarsi tali da influenzare la fedeltà futura di coloro che ne beneficiavano.

(140) Per i motivi suesposti, nessun abuso di posizione dominante risulta accertato per quanto riguarda l'offerta di pannelli irlandesi a prezzi ridotti.

d) *Forniture prioritarie di pannelli*

(141) In sostanza, il sistema attuato nell'agosto 1985 consisteva nel fatto che i clienti che non commercializzavano pannelli importati dovevano ricevere un trattamento di favore per quanto riguardava le forniture di gesso quando si fossero verificate carenze temporanee di questo materiale.

(142) BG non aveva certo l'intenzione di salvaguardare le normali forniture di gesso a tutti i clienti fedeli a spese degli altri, perché altrimenti ciò significava in pratica sopprimere le forniture a questi ultimi, i quali in tal caso avrebbero troncato ogni rapporto con BG. In realtà, la strategia di BG era che in linea di principio tutti i clienti dovevano subire le conseguenze dei periodi in cui le forniture accusavano ritardi per scarsità di produzione : se peraltro ciò comportava difficoltà per i clienti fedeli, questi ultimi godevano di priorità nelle forniture, eventualmente anche a spese dei clienti non fedeli. Per converso, BG non prendeva alcuna iniziativa per risolvere i problemi che i clienti non fedeli si trovavano a dover affrontare quando si verificava un periodo di ritardi nelle forniture. In una lettera presentata nel corso della procedura, BG ha confermato che nei periodi di temporanea penuria è sua politica riservare un trattamento prioritario ai propri clienti fedeli.

(143) BG ha fatto presente che il gesso non resiste a lungo e che quindi i rivenditori non ne detengono grandi scorte. Tali rivenditori avrebbero bensì la possibilità di ottenere il gesso da altri fornitori quando le consegne di BG subiscono ritardi, ma ciò presenterebbe inconvenienti di varia natura. Benché i gessi ottenibili dai vari fabbricanti siano in larga misura reciprocamente sostituibili nell'arco di un certo periodo, gli intonacatori che operano nel settore edilizio sono contrari a cambiare fornitore con troppa frequenza o per brevi periodi, perché ciascun gesso ha caratteristiche di collocamento e lavorazione con le quali gli operatori edili devono acquisire una certa familiarità: di conseguenza, a parte l'inconveniente di dover sopperire ai propri fabbisogni ricercando forniture alternative urgenti presso altre fonti, i grossisti correrebbero il rischio di vedersi rifiutare dai propri clienti il prodotto alternativo. Inoltre, può accadere che in tempi di carenza l'altro fornitore a cui potrebbe rivolgersi l'operatore edile sia già occupato a ripartire tra i propri clienti gli ordini che questi gli abbiano trasmesso nel quadro di acquisti normali.

(144) Nel corso della procedura, BG ha sostenuto che in periodi di penuria è una prassi commerciale alquanto normale favorire, come essa faceva, quei clienti con i quali si intrattengono rapporti commerciali molto stretti e reciprocamente vantaggiosi.

In realtà, l'unico criterio in base al quale il cliente era ammesso alla forniture prioritarie di gesso era che non risultasse iscritto in un elenco di rivenditori che commercializzavano pannelli importati. Non aveva alcuna rilevanza la circostanza che fosse stato un buon cliente di BG sotto un qualsivoglia altro aspetto. In particolare, non veniva tenuto alcun conto del fatto che il cliente in questione avesse svolto con efficienza o con successo un'attività di vendita o di promozione del gesso di BG, né aveva importanza che avesse concentrato le proprie attività sulla vendita di gesso di BG anziché sulla vendita di gesso dei concorrenti. In qualsiasi selezione operata da BG fra i propri clienti in ordine a ripartizione delle forniture prioritarie in tempi di penuria questi fattori avrebbero potuto aver rilevanza.

(145) Risulta accertato che in alcuni casi i clienti « non fedeli » venivano informati individualmente da BG che le forniture prioritarie di gesso sarebbero state riservate ai clienti fedeli. Questa strategia venne anche formulata da un rappresentante di BG in una conferenza stampa.

(146) La strategia di BG in materia di forniture prioritarie di gesso in tempi di penuria era diretta a scoraggiare i clienti dall'acquistare pannelli importati, in quanto equivaleva a comunicare a tali clienti che BG — cioè un fornitore sul quale essi facevano affidamento per determinati acquisti — li considerava clienti di seconda categoria. Queste conseguenze rischiavano di essere durature, perché i grossisti potevano attendersi un trattamento analogo ogniqualvolta si fosse presentato in futuro un periodo di ritardi nelle forniture.

In sostanza, quindi, questo regime riservava un vantaggio a favore di una certa categoria di clienti, piuttosto che penalizzare gravemente coloro che a tale categoria non appartenevano. Tuttavia, l'adozione e realizzazione di una strategia intesa a riservare priorità agli ordinativi trasmessi da clienti che non fossero grossisti di pannelli importati costituisce abuso, da parte di BG, della propria posizione dominante sul mercato dei pannelli, perché il criterio stabilito per ammettere i grossisti alle forniture prioritarie non era obiettivamente giustificato, bensì aveva l'unico scopo di premiare i rivenditori che commercializzavano esclusivamente i pannelli fabbricati da BG, applicando invece un trattamento meno favorevole ai rivenditori che acquistavano prodotti d'importazione. Di conseguenza, questa politica era suscettibile di incidere sul futuro comportamento dei clienti di BG, incoraggiandoli a rivendere unicamente pannelli fabbricati da BG.

(147) BG ha sostenuto che in molti casi, se non in tutti, non è necessario rinviare l'esecuzione dell'ordine di un rivenditore non fedele per dare la precedenza ad un ordinativo prioritario e che, comunque, il rinvio può essere stato al massimo di un giorno. L'osservazione è accettabile, ma ciònonostante BG non nega che gli ordini prioritari erano riservati ai rivenditori fedeli, mentre venivano rifiutati ai grossisti che acquistavano pannelli di importazione.

e) *Misure dirette ad escludere le importazioni nell'Irlanda del Nord*

(148) Nel giugno 1985 BG revocò ai suoi rivenditori dell'Irlanda del Nord uno sconto del [...] che aveva ad essi concesso sui pannelli, avendo appreso che intendevano importare pannelli spagnoli. BG voleva in tal modo penalizzare i rivenditori che avessero l'intenzione di importare e disincentivarli da ogni iniziativa in tal senso. In tempi immediatamente successivi, a tutti i rivenditori furono offerti sconti aggiuntivi del [...] sui formati di pannelli da importare e del [...] su tutti i pannelli da costruzione, a condizione che i rivenditori acquistassero tali prodotti esclusivamente presso BG e si astenessero dal trattare materiali di gesso d'importazione. Questi sconti avevano lo scopo di penalizzare ulteriormente gli importatori e di impedire che ne beneficiassero altri rivenditori che commercializzavano pannelli importati. In tal modo, non soltanto BG rendeva difficile l'accesso sul mercato e la concorrenza dei pannelli importati, ma esercitava inoltre una pressione sui rivenditori affinché cessassero del tutto l'attività di importazione. La pressione fu poi accentuata sia dalle chiare indicazioni

date da BG agli importatori — nelle quali la società dichiarava di non avere alcuna intenzione di rinunciare ad una parte qualsiasi del mercato — sia da altri inviti a cessare le importazioni, come l'offerta di stabilire uno sconto quantitativo riservato, di cui i rivenditori avrebbero beneficiato, e di accordare in un secondo tempo un premio di redditività qualora fossero state soppresse le importazioni. Questa azione di BG, diretta ad indurre i rivenditori in questione a cessare le importazioni e ad accettare di non effettuarne in futuro, ebbe esito positivo.

(149) Tutte le summenzionate misure adottate da BG costituivano un abuso di posizione dominante in quanto perseguirono e riuscirono a realizzare la cessazione delle importazioni di pannelli spagnoli da parte dei rivenditori in questione.

(150) Gli sconti, offerti ai rivenditori, sui formati di pannelli da importare e sul gesso, a condizione che i rivenditori stessi acquistassero tutti i prodotti di gesso, e specialmente i pannelli, esclusivamente da BG, erano per la loro stessa natura veri e propri abusi.

(151) Anche lo sconto su tutti i prodotti di gesso, accordato ai grandi grossisti dell'Irlanda del Nord dall'agosto al dicembre 1985, a condizione che BG avesse l'esclusiva delle forniture di pannelli, costituiva da parte di BPB un abuso di posizione dominante.

(152) La concessione, nel giugno e nell'agosto 1985, degli sconti sui pannelli da costruzione menzionati nei paragrafi 150 e 151, a condizione che i grossisti interessati non trattassero prodotti d'importazione, rafforzava i vincoli di esclusiva tra BG e i rivenditori, perché un grossista che commercializzava prodotti di importazione non solo perdeva lo sconto su questi prodotti, ma anche lo sconto sugli intonaci da costruzione. Dai documenti aziendali di BG risulta che questi sconti hanno in pratica avuto un'incidenza particolarmente considerevole sulla lealtà della clientela.

E. Effetti sugli scambi tra gli Stati

(153) BG ha abusato della propria posizione dominante in Gran Bretagna adottando misure intese a vincolare i propri clienti all'esclusiva dell'acquisto presso di essa di pannelli, ovvero inducendoli con mezzi ingiustificati a non commercializzare pannelli importati. Poiché BG era l'unico produttore nazionale e i suoi soli concorrenti erano gli importatori, le suddette misure erano suscettibili di incidere in modo sostanziale sulle importazioni da altri Stati membri, specialmente per quanto riguarda le importazioni dalla Francia e dalla Spagna (per quest'ultimo paese, dal 1° gennaio 1986, data del suo accesso alla Comunità). BG ha affermato che le misure ad essa contestate dalla Commissione non potevano pregiudicare l'interscambio: essa fa presente che la Spagna è entrata nella Comunità il 1° gennaio 1986 e sostiene che le misure in questione erano motivate esclusivamente dalle attività di Iberian.

(154) Sta di fatto, comunque, che gli accordi di esclusiva con i grossisti hanno avuto l'effetto di escludere tanto Lafarge quanto Iberian dagli scambi con i grossisti stessi. Inoltre, era chiaramente prevedibile che le misure in questione avrebbero avuto sui due suddetti importatori un'incidenza anche in altri sensi: BG era ben consapevole degli « effetti di contagio », per cui l'attività concorrenziale svolta da grossisti con la vendita dei pannelli di un determinato importatore induceva altri grossisti a reagire vendendo i prodotti di un altro importatore, con il risultato che l'eliminazione degli sbocchi per l'uno dei due importatori incideva in modo immediato sulla posizione dell'altro. Da ultimo, i premi di esclusiva venivano corrisposti ad alcuni grossisti che già erano o erano stati clienti di Lafarge. Dopo l'accesso della Spagna alla Comunità, in data 1° gennaio 1986, BG ha continuato ad applicare e ampliare il regime di premi che vincolava i grossisti.

(155) Per quanto riguarda il rifiuto di effettuare forniture prioritarie di gesso, esso valeva sia per grossisti che trattavano pannelli Lafarge, sia per quelli che commerciavano con Iberian.

(156) BG ha avanzato due argomentazioni di ordine generale per dimostrare che la posizione concorrenziale degli importatori era debole e che Lafarge stava di propria iniziativa limitando l'attività svolta in Inghilterra. Nessuna delle due argomentazioni è tale da incidere sulla conclusione secondo la quale esisteva un interscambio tra gli Stati e le misure adottate erano suscettibili di arrecarvi pregiudizio. Anche quando l'interscambio sia già limitato da altri fattori, un'azione intesa ad introdurre ulteriori restrizioni può comunque rientrare nella sfera d'applicazione delle norme del trattato in materia di concorrenza. Ciò si verifica in particolare quando la soppressione degli scambi in questione porti al potenziamento di un quasi-monopolio in uno Stato membro. Nel caso di specie, era importante salvaguardare l'interscambio tra gli Stati non soltanto in sé stesso, ossia in quanto fonte di effettiva concorrenza a BG nel mercato dei pannelli, ma anche come possibile preludio all'insediamento di nuovi stabilimenti di produzione in Gran Bretagna.

(157) Oltre agli effetti diretti che le azioni intraprese da BG potevano avere sulle importazioni di pannelli dalla Francia, tali azioni erano anche atte ad eliminare o quanto meno indebolire seriamente Iberian quale concorrente di BG sul mercato britannico, ed a potenziare la posizione dominante di BG su tale mercato, in particolare la sua posizione di forza nei confronti di Lafarge e di altri potenziali importatori dagli Stati membri.

(158) Analogamente, l'eliminazione della concorrenza proveniente dal consorzio di grossisti che importavano pannelli spagnoli nell'Irlanda del Nord poteva portare al ripristino del monopolio di BG e del suo potere di mercato nei confronti di potenziali importatori dagli Stati membri. Quest'ultima possibilità era tutt'altro che teorica, perché nel recente passato si erano avute effettivamente importazioni di pannelli di Lafarge nell'Irlanda del Nord. Gli accordi d'acquisto in esclusiva stipulati con i grossisti specificamente impedivano a questi ultimi di commercializzare pannelli di importazione. Il divieto valeva quindi non soltanto per i pannelli importati dalla Spagna nell'Irlanda del Nord ma anche per i pannelli Epysa che circolavano liberamente in Irlanda, nonché per qualsiasi importazione di pannelli proveniente da altri Stati membri.

Da ultimo, le misure adottate per impedire le importazioni di pannelli spagnoli nell'Irlanda del Nord erano suscettibili di avere un'incidenza diretta sull'interscambio tra gli Stati in quanto l'unico fornitore di pannelli nell'Irlanda del Nord era BG, e tutti i pannelli forniti da BG in tale paese venivano prodotti in Irlanda e importati in provenienza dall'Irlanda. L'azione, contraria alla concorrenza, intrapresa da BG per eliminare le importazioni nell'Irlanda del Nord provenienti dalla Spagna era suscettibile di provocare distorsioni nei flussi commerciali all'interno della Comunità, dando origine ad un flusso di scambi che non si sarebbe prodotta se non fossero stati commessi gli abusi.

(159) BG sostiene che la soppressione delle importazioni da parte dei quattro grossisti contro cui essa diresse la propria azione non poteva avere incidenze sull'interscambio perché un'altra impresa, [...], ha successivamente iniziato ad importare pannelli spagnoli nell'Irlanda del Nord. Questa circostanza è comunque irrilevante. Le azioni intraprese da BG per eliminare le importazioni giudicate per gli scopi che perseguivano, ossia in quanto erano suscettibili di pregiudicare gli scambi tra Stati membri. Il fatto che successivamente BG abbia tollerato determinate importazioni di pannelli spagnoli, per motivi di tattica commerciale e perché l'importatore era un utilizzatore che vendeva solo piccoli quantitativi sul mercato aperto, non pregiudica la valutazione delle precedenti azioni intraprese da BG per eliminare le importazioni alle quali si opponeva.

III. AMMENDE

(160) A norma dell'articolo 15, paragrafo 2 del regolamento n. 17 la Commissione può, mediante decisione, infliggere alle imprese ammende che variano da un minimo di 1 000 ECU ad un massimo di 1 milione di ECU con facoltà di aumentare quest'ultimo importo fino al 10 % del volume di affari realizzato durante l'esercizio sociale precedente da ciascuna delle imprese che hanno partecipato all'infrazione, quando intenzionalmente o per negligenza commettano un'infrazione alle disposizioni dell'articolo 85, paragrafo 1 o dell'articolo 86 del trattato CEE.

(161) La Commissione ritiene che debbano essere irrogate ammende. A tal fine verranno prese in considerazione sia la gravità sia la durata degli abusi, e si terrà conto altresì del volume di affari aggregato di BPB e del suo volume di affari nel settore dei pannelli in Inghilterra e Irlanda del Nord.

(162) La Commissione ritiene che il regime in base al quale in Gran Bretagna alcuni grossisti selezionati erano vincolati a BG da un'esclusiva d'acquisto per i pannelli costituiva da parte di BG un grave abuso di posizione dominante, tanto più grave se si considerano due particolari aspetti di tale regime: in primo luogo, la maggior parte dei premi corrisposti nel quadro del regime erano destinati a grandi grossisti che erano divenuti clienti di Iberian. Lo scopo era di esercitare su quest'ultima società un'azione di deterrenza e indebolirla quale concorrente, sottraendole clienti e costringendola ad aumentare i propri costi di commercializzazione e distribuzione. In secondo luogo, BG corrispondeva i premi in denaro ai grossisti in questione in cambio di un impegno, da parte di costoro, di effettuare i propri acquisti in esclusiva presso BG. Il fatto che i premi dovessero essere usati in un modo particolare, ossia come contributi alle spese promozionali dei grossisti, non attenua, se non in misura marginale, la censurabilità dei premi stessi.

Né sul giudizio ora espresso può incidere il fatto che i premi possono essere stati corrisposti per soddisfare il desiderio di alcuni grossi rivenditori di veder riconosciuto il proprio potere d'acquisto: non era infatti in alcun modo necessario vincolare un tale riconoscimento all'obbligo di acquisto in esclusiva.

(163) BG ha inoltre affermato, senza peraltro fornirne le prove, che alcuni grossisti possono aver preso l'iniziativa di offrire a BG di impegnarsi ad effettuare presso di essa i propri acquisti in esclusiva in cambio di un qualche tipo si sconto. Ma risulta comunque accertato che fin dall'inizio i premi in denaro erano concepiti come una ricompensa offerta ai grossisti che si impegnavano ad acquistare in esclusiva i propri prodotti presso BG.

(164) BG ha inizato ad applicare il sistema dei premi nel luglio 1985, sopprimendolo dopo le indagini della Commissione nell'agosto 1986.

(165) La Commissione ritiene che anche gli abusi commessi in Irlanda del Nord da BPB della propria posizione dominante detenuta nell'intera Irlanda comportino un'ammenda.

(166) BG ha affermato che nell'intraprendere le azioni summenzionate il suo scopo era di eliminare una fonte di concorrenza che a suo avviso era sleale, perché i grossisti-importatori avrebbero acquisito un vantaggio ingiustificato sugli altri operatori e perché la loro attività costituiva una seria minaccia per le vendite di BG, data la forte posizione di mercato dei grossisti in questione. In particolare, BG afferma di aver temuto che gli importatori vendessero i pannelli d'importazione a prezzi di richiamo, danneggiando in tal modo gli stabili rapporti che nel mercato dei pannelli esistevano sia tra i fornitori dell'industria edilizia, sia tra questi fornitori e BG. In realtà, le informazioni di cui disponeva BG inducevano a ritenere che le importazioni sarebbero risultate redditizie soltanto se gli importatori avessero venduto a prezzi vicini a quelli di BG : di conseguenza, non si può sostenere che grazie alle importazioni i grossisti avessero la possibilità di vendere i pannelli a prezzi di richiamo. Nessuna delle osservazioni ora riportate può essere ritenuta tale da giustificare le azioni intraprese per eliminare la concorrente in questione.

(167) BG dichiara inoltre di aver rifiutato di stipulare con gli importatori un accordo per la fissazione dei prezzi e la ripartizione del mercato. Questo comportamento di BG non suscita alcuna critica.

(168) Da ultimo, BG ha accennato al fatto che Epysa può aver violato l'impegno in materia di prezzi assunto da questa impresa con la Commissione il 26 marzo 1985. Una delle clausole dell'accordo con i grossisti che rinunciarono alle importazioni era che BG dovesse ricevere da essi copia delle fatture degli acquisti da essi effettuati presso Epysa e dovesse essere informato, nel quadro della successiva cooperazione dei grossisti con BG, in merito ai prezzi praticati da Epysa all'esportazione. BG non ha comunque presentato alcun reclamo, ai sensi delle norme antidumping della Comunità, in origine ad un'eventuale violazione del suddetto impegno in Irlanda.

(169) La Commissione ritiene che, nella fase attuale della procedura, non debbano essere irrogate ammende per quanto riguarda la decisione di BG di riservare le forniture prioritarie di gesso ai clienti fedeli nell'agosto 1985, perché in pratica questa decisione ha avuto limitate conseguenze dirette e perché mancano prove decisive sulla portata degli eventuali effetti indiretti di lungo periodo.

(170) La Commissione ritiene che gli abusi per i quali deve essere irrogata un'ammenda erano intenzionali. In Gran Bretagna BG deliberatamente intese vincolare a sé la clientela con le misure adottate. Nell'Irlanda del Nord, l'azione di BG era specificamente diretta a far cessare le importazioni dei [...] grossisti ed a vincolare a sé i rivenditori bloccando la concorrenza che questi ultimi potevano farle in base alle importazioni.

(171) Nel corso della procedura BG ha presentato un « reclamo riconvenzionale », affermando che la capacità di produzione di Epysa era più grande del volume di vendite che questa società poteva smaltire in Spagna e che per questo motivo Epysa esportava grandi quantitativi dei propri prodotti, in particolare verso il Regno Unito. BG sosteneva che i prezzi di Epysa all'esportazione erano molto inferiori ai prezzi nazionali. Va peraltro osservato che i fatti allegati da BG non rivelano alcuna violazione degli articoli 85 o 86, per quanto riguarda le esportazioni di Epysa verso l'Inghilterra o l'isola di Irlanda dopo l'accesso della Spagna alla Comunità. Né è stato presentato alcun reclamo ai sensi delle norme antidumping per quanto riguarda le esportazioni di pannelli spagnoli verso la Gran Bretagna.

(172) Il fatto che un'impresa concorrente di un fornitore in posizione dominante possa acquistare e rivendere pannelli a basso prezzo non può giustificare l'adozione, da parte del suddetto fornitore, di misure abusive per combattere tale concorrenza.

(173) Tuttavia, nel determinare l'ammenda la Commissione tiene conto del fatto che, quando vennero attuati in Inghilterra degli accordi di esclusiva in materia di acquisti, la Spagna non era ancora membro della CEE e che, dopo l'entrata della Spagna, gli accordi in questione continuarono soltanto per sette mesi. La stipulazione di questi accordi va vista anche come reazione alle importazioni dalla Spagna. Occorre inoltre tener conto del fatto che le particolari misure adottate nell'Irlanda del Nord erano dirette contro le importazioni spagnole in un periodo in cui la Spagna non era ancora uno Stato membro della CEE. L'eliminazione delle importazioni dirette dalla Spagna, nel periodo in cui questo paese non era membro della CEE, non poteva provocare e non provocò di per sé, nel caso in esame, degli effetti diretti sull'interscambio comunitario fino al 1° gennaio 1986, non essendosi registrata alcuna riesportazione di pannelli spagnoli dal Regno Unito negli altri Stati membri.

(174) Per quanto riguarda le importazioni dalla Spagna nel periodo in cui questo paese non era ancora uno Stato membro, la Commissione tiene conto del fatto che i prezzi all'esportazione dei pannelli di Epysa erano nettamente inferiori ai prezzi praticati da questa società in Spagna,

HA ADOTTATO LA PRESENTE DECISIONE :

Articolo 1

Tra il luglio del 1985 e l'agosto del 1986 la British Gypsum Ltd ha violato l'articolo 86 del trattato CEE abusando della sua posizione dominante nel settore delle

forniture di pannelli in Gran Bretagna, tramite un sistema di premi in denaro versati a rivenditori di materiali edilizi che accettavano di acquistare pannelli esclusivamente da British Gypsum Ltd.

Articolo 2

Nel luglio e nell'agosto 1985, British Gypsum Ltd ha violato l'articolo 86 del trattato CEE mettendo in atto una politica in virtù della quale i clienti che non commerciavano in pannelli importati venivano favoriti in quanto ai loro ordini aventi ad oggetto pannelli per l'edilizia veniva riconosciuta priorità in periodi caratterizzati da un prolungamento dei termini di consegna, che costituisce un abuso della sua posizione dominante nel settore delle forniture di pannelli.

Articolo 3

BPB Industries plc, attraverso la sua affiliata British Gypsum Ltd, ha violato l'articolo 86 del trattato CEE abusando della sua posizione dominante nelle forniture di pannelli nell'Irlanda e nell'Irlanda del Nord :

— nel giugno e nel luglio 1985, esercitando con esito positivo pressioni su un consorzio di importatori e ottenendo in tal modo che questo si impegnasse a rinunciare all'importazione di pannelli nell'Irlanda del Nord ;

— mediante una serie di sconti sui prodotti di BG forniti ai rivenditori di materiali dell'edilizia nell'Irlanda del Nord tra il giugno e il dicembre 1985, a condizione che questi rivenditori non trattassero pannelli importati.

Articolo 4

Vengono irrogate le seguenti ammende :

— a British Gypsum Ltd, un'ammenda di 3 milioni di ECU per le violazioni dell'articolo 86 del trattato CEE menzionate nell'articolo 1 ;

— a BPB Industries plc, un'ammenda di 150 000 ECU per le violazioni dell'articolo 86 del trattato CEE menzionate nell'articolo 3.

Articolo 5

L'importo delle ammende deve essere versato sui seguenti conti :

a) conto n. 59000204, Commissione delle Comunità europee (per il pagamento in ecu), Lloyds Bank plc, The Manager, Payments Section, Overseas Centre, PO Box 63, 38a Paradise Street, UK-Birmingham BI 2AB ; oppure

b) conto n. 108.63.41, Commissione delle Comunità europee, (per il pagamento in lire sterline), Lloyds Bank plc, Overseas Departement, PO Box 19, 6 Eastcheap, UK-London EC39 3AB,

entro il termine di tre mesi dalla data di notifica della presente decisione. Dopo la scadenza di tale termine, dovranno essere pagati automaticamente gli interessi di mora, in base al tasso applicato dal Fondo europeo di cooperazione monetaria alle proprie operazioni in ecu nel primo giorno lavorativo del mese in cui viene adottata la presente decisione, con un'aggiunta del 3,5 punti percentuali, ossia 7,50.

Qualora i versamenti vengano effettuati in lire sterline, il tasso di cambio applicabile sarà quello vigente nel giorno che precede il pagamento.

Articolo 6

Le seguenti imprese sono destinatarie della presente decisione :

— BPB Industries plc
Langley Park House
Uxbridge Road
Slough SL3 6DU
United Kingdom

— British Gypsum Ltd
Ruddington Hall
Loughborough Road
Ruddington
Nottingham NG11 6LX
United Kingdom.

La presente decisione costituisce titolo esecutivo ai sensi dell'articolo 192 del trattato CEE.

Fatto a Bruxelles, il 5 dicembre 1988.

Per la Commissione
Peter SUTHERLAND
Membro della Commissione