II

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

COMMISSIONE

DECISIONE DELLA COMMISSIONE

del 15 maggio 1974

relativa a un procedimento a norma dell'articolo 85 del trattato CEE — (IV/400 — Accordo fra produttori di vetro per contenitori)

(I testi in lingua francese, tedesca, italiana e olandese sono i soli facenti fede)

(74/292/CEE)

LA COMMISSIONE DELLE COMUNITÀ EUROPEE,

visto il trattato che istituisce la Comunità economica europea, in particolare l'articolo 85,

visto il regolamento n. 17 del Consiglio, del 6 febbraio 1962 [1], in particolare gli articoli 1, 3 e 5,

viste le notifiche presentate il 30 ottobre 1962, a norma dell'articolo 5, paragrafo 1, del regolamento n. 17, dall'avv. E.A. Rüdell per conto dell'International Fair Trade Practice Rules Administration (IFTRA), Vaduz (Liechtenstein), riguardanti un «contratto tipo» relativo a delle «regole di concorrenza leale», o «regole IFTRA», applicato da taluni produttori europei di vetro per contenitori,

dopo avere proceduto ad accertamenti in applicazione dell'articolo 14 del regolamento n. 17 e sentiti gli interessati a norma dell'articolo 19, paragrafo 1, del detto regolamento e delle disposizioni del regolamento n. 99/63/CEE del 25 luglio 1963 [2],

visto il parere del comitato consultivo in materia di intese e posizioni dominanti, emesso a norma dell' articolo 10 del regolamento n. 17, il 27 marzo 1974,

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

I. FATTI

Considerando che i fatti essenziali, riguardanti

A. gli accordi conclusi per l'applicazione delle «regole IFTRA»,

B. gli accordi connessi intervenuti fra i membri IFTRA e

C. la struttura dell'industria interessata, sono i seguenti:

A. GLI ACCORDI RELATIVI ALLE «REGOLE IFTRA»

1. Il «contratto-tipo» delle regole IFTRA è stato notificato nella sua versione tedesca originale e nella versione francese in seguito adottata per i partecipanti francesi. Questo accordo contiene le disposizioni riportate in appresso. I passaggi tra parentesi quadre figurano soltanto nella versione tedesca (D) o nella versione francese (F).

«Gruppo A:

Le regole del gruppo A comprendono i metodi di concorrenza che, in base alle leggi esistenti, sono [F: considerate come] sleali e contrari alla libera concorrenza.

A.1. Vendita sotto costo e concorrenza dannosa

a) È sleale vendere merci sotto costo allo scopo di mettere in difficoltà i concorrenti o di annientarli.

b) È sleale che un'impresa offra o venda, avvalendosi della sua potenza finanziaria, merci al di sotto del costo allo scopo o con il risultato di conquistare un monopolio sul mercato.

c) È sleale praticare sistematicamente prezzi inferiori a quelli di un concorrente o d'intervenire sistematicamente nelle sue offerte allo scopo di metterlo in difficoltà o di distruggerle; [F: ciò non implica l'obbligo di uniformarsi ai prezzi di un concorrente].

A.2. Discriminazioni

a) È sleale offrire o accordare ad acquirenti dello stesso stadio economico per servizi di identica natura e qualità, prezzi, sconti o condizioni differenti, e di nuocere in tal modo non solo all'acquirente ma anche al concorrente.

Non rientrano in questa categoria le differenze di prezzo, sconti o condizioni che corrispondono a differenze nella posizione o funzione dell'acquirente all'interno dello stadio economico considerato, oppure che corrispondono a quantità differenti di acquisti.

L'impresa è pienamente libera di scegliere a suo piacimento i propri clienti [F: nelle condizioni conformi agli usi commerciali e nella misura delle sue disponibilità], purché tale scelta non abbia per scopo o per effetto di conquistare un monopolio.

b) È sleale accordare ad acquirenti vantaggi particolari, come premi, regalo di prodotti previsti come aggiunta ad altre merci, servizi accessori, provvigioni di qualsivoglia natura, crediti [F: senza addebito corrispondente di interessi], prendere in considerazione reclami non giustificati, o fatturare merci di seconda scelta, vantaggi che hanno per risultato una diminuzione del prezzo e che non sono accordati allo stesso modo a tutti gli acquirenti [F: che si possono considerare comparabili].

c) È sleale accordare sconti per acquisti di grandi quantitativi, sconti annuali o qualsiasi altro sconto calcolato in funzione della quantità acquistata, fino a quando tale quantità [F: stipulata alle condizioni di vendita del produttore secondo gli usi commerciali] non sia stata raggiunta; è ugualmente sleale accettare tacitamente detrazioni di questo genere.

d) È sleale accordare ad un terzo, in relazione con la conclusione di un'operazione, risarcimenti di qualsivoglia natura o altri vantaggi che non sono dovuti in base alla legge e che rappresentano, per il loro scopo e il loro effetto, indennizzi non giustificati.

A.3. Vendite subordinate

È sleale cercare di smerciare articoli superflui tramite la consegna di articoli di necessità vitale dei quali vi sia penuria.

A.4. Imitazioni

È sleale imitare i marchi di fabbrica, le denominazioni commerciali o altre caratteristiche di concorrenti allo scopo di indurre gli acquirenti in errore.

A.5. Ingannevole utilizzazione di articoli di richiamo

a) È sleale vendere merce al di sotto del prezzo di costo allo scopo di far credere che i prezzi siano in genere particolarmente convenienti.

b) È particolarmente sleale vendere merci al di sotto del prezzo di costo per promuovere la vendita di altri articoli e compensare in tal modo la perdita subita sugli articoli di richiamo, allo scopo e con l'effetto di ingannare l'acquirente.

A.6. Inganno di acquirenti e di concorrenti

a) È sleale offrire prezzi o promettere sconti, ribassi o altre condizioni particolari, la cui concessione non è prevista seriamente o è [D: manifestamente] impossibile fin dalla conclusione del contratto.

Si ha azione fraudolenta se un'impresa deroga segretamente alle proprie offerte [D: pubblicamente diffuse, e in particolare pubblicate nei [F: o ai] suoi listini prezzi, allo scopo di ottenere vantaggi approfittando e abusando della fiducia che gli acquirenti e i concorrenti ripongono nella validità del suo listino prezzi.

b) È sleale emettere [D: intenzionalmente] false fatture o falsi giustificativi [D: in maniera tale che gli elementi commerciali che vi figurano, come prezzi, diminuzioni o aumenti, detrazione di prestazioni accessorie, ecc, siano] resi menzogneri con l'indicazione di dati inesatti o con la mancata indicazione di dettagli importanti.

È lecito il sospetto di azione fraudolenta se le fatture non sono identiche alle conferme degli ordinativi, anche se si tratta di esigue differenze in più o in meno che hanno l'effetto di modificare il valore finale.

c) È sleale offrire o vendere merci con false indicazioni sull'origine, sul modo di fabbricazione [D: lo stato e la qualità / F: le materie prime] o sulle possibilità d'impiego.

A.7. Prova

In caso di contestazioni si può presumere l'esistenza di un atto di concorrenza sleale qualora si possa provare che un'impresa pratica dei prezzi, degli sconti o delle condizioni discriminatorie o che derogano ai listini prezzi pubblicati.

L'impresa può confutare tale presunzione adducendo giustificazioni convincenti, come ad esempio quella di aver praticato diminuzioni di prezzo in relazione ad una necessità particolare [D: puramente temporanea] del mercato (ad esempio vendite forzate in caso di fallimento o di liquidazione coatta).

La difesa può anche addurre la prova che il prezzo diminuito, lo sconto elevato o i vantaggi speciali sono stati accordati ad acquirenti individuali soltanto per combattere efficacemente nuovi provvedimenti di un concorrente in materia di prezzi.

Questa giustificazione è ammessa soltanto se l'impresa dimostra di non avere oltrepassato i limiti della legittima difesa, in particolare, che essa ha soltanto allineato il suo prezzo a quello di quel concorrente sul mercato regionale, senza andarne al di sotto.

Gruppo B

Il gruppo B comprende le regole e i principi considerati di uso corrente nel ramo e la cui osservanza [D: può dunque essere importante per /F: è importante per giudicare] la lealtà dei metodi commerciali.

B.1. Osservanza dei contratti

I contratti conclusi per iscritto od oralmente sono degli obblighi che devono essere rispettati secondo la lettera e lo spirito.

B.2. Listini dei prezzi

La pubblicazione e la diffusione di listini individuali di prezzi lordi e di sconti sono di uso corrente nel ramo, dato il gran numero di articoli.

B.3. Prezzi distruttivi

I prezzi devono essere calcolati in modo tale da coprire le spese calcolate secondo un metodo corrente e da consentire ai fornitori la possibilità di adempiere i loro obblighi nei riguardi dello Stato, del personale, dei creditori e dei fornitori.

Di conseguenza, tutte le spese particolari che in base ad un calcolo normale sono da considerarsi come elementi necessari del prezzo di costo, devono essere, di massima, computati nel calcolo delle spese generali.

B.4. Conservazione dei fascicoli relativi ai costi ed ai reclami

Ogni fabbricante deve costituire e conservare dei fascicoli riguardanti la determinazione dei suoi costi.

Ogni fabbricante deve conservare i fascicoli relativi ai reclami.

B.5. Funzione dell'acquirente

Il fornitore deve verificare [F: conformemente agli usi commerciali], la funzione del suo acquirente prima di accordare sconti o altri vantaggi in uso nel commercio, allo scopo di evitare discriminazioni ingiustificate.

B.6. Qualità

[D: I produttori conoscono soltanto le merci di prima scelta]. Le merci di qualità difettosa non sono esportate.

B.7. Capacità dei recipienti

F: È considerato riprovevole lavorare nella metà inferiore delle tolleranze legali sui pesi e sulle misure].

Se esistono disposizioni in materia di normalizzazione, esse saranno osservate come d'uso.

Gruppo C: False informazioni sui prezzi

[F: Fatte salve le regolamentazioni legali applicabili] chiunque prometta ai suoi concorrenti informazioni sui propri prezzi al fine di eliminare la menzogna dalla concorrenza e in seguito [D: non comunichi affatto o non immediatamente i ribassi di prezzo oppure li comunichi in modo inesatto / F: applichi altri prezzi senza darne informazione o dando a questo riguardo informazioni false], agisce slealmente.

Gruppo D: Cessazione e risarcimento-danni

Chiunque compia atti di concorrenza che, in base alle presenti regole, sono sleali e contrari alla concorrenza può essere citato in giudizio da ciascuno dei firmatari delle regole perché cessi da tali atti e risarcisca i danni.

La firma delle regole comporta [D. in particolare l'obbligo di risarcire il danno causato agli altri firmatari con la violazione delle regole di cui al gruppo C. Si presume che l'ammontare del danno non sia mai inferiore al 30 % dell'importo fatturato che forma oggetto del procedimento per atti fraudolenti. Il pagamento avviene a favore di tutti gli altri firmatari ed è ripartito fra di essi. La vittima del danno ha in ogni momento la possibilità di far valere un danno maggiore.

Gruppo E: Procedura

Le disposizioni seguenti regolano la procedura pratica per l'obiettiva constatazione dei fatti, la perizia arbitrale e la decisione di un tribunale d'arbitrato.

I. Perizia arbitrale

1. Le richieste di constatazioni dei fatti e di perizia arbitrale da parte della International Fair Trade Pratice Rules Administration — IFTRA — Vaduz, devono essere inviate con una copia che viene comunicata all'altra parte in causa, la quale deve rispondere entro le due settimane, egualmente con una copia.
2. Le parti in causa devono fornire all'IFTRA tutti i dati ed i documenti necessari per un chiarimento obiettivo dei fatti.
3. L'IFTRA è autorizzata ad utilizzare solamente ai fini della procedura le particolarità commerciali e di lavorazione portate a sua conoscenza, ed inoltre è tenuta al segreto.

.....

6. Su richiesta, la perizia arbitrale può essere resa nota a tutti i firmatari delle regole, indicando le parti.

.....

II. Tribunale d'arbitrato

Se una parte non vuole accettare la perizia arbitrale ed impegnarsi ad applicarla, l'altra parte può chiedere la decisione d'un tribunale d'arbitrato internazionale . . .

III. Diritto applicabile

La perizia arbitrale e le decisioni del tribunale d'arbitrato devono basarsi sulle presenti regole di concorrenza leale ed inoltre sull'equità, ma in modo tale da rispettare i limiti posti dalla legislazione sulle limitazioni della concorrenza esistente nel paese della parte soccombente . . .»

2. I prodotti a cui si riferisce l'accordo IFTRA sono recipienti vari in vetro cavo bianco, semi-bianco o diversamente colorati, cioè:

a) bottiglie per bevande (vino, alcoolici, acqua, birra, limonate, succhi di frutta), per prodotti alimentari (olio, aceto, latte, iogurt), per prodotti chimici, per la casa, di manutenzione e per articoli di drogheria;

b) vasi e boccali per conserve industriali o per uso familiare;

c) flaconi per prodotti farmaceutici, cosmetici e altri.

3. Dagli accertamenti effettuati dalla Commissione, risulta che le imprese seguenti, o le imprese che le hanno precedute, produttrici di bottiglie (b), di vasi da conserve (v) o di flaconi (f), hanno aderito, alle date indicate, alle «regole IFTRA» per le bottiglie da bevande (colonna 1) e per i flaconi e vetro per conserve (colonna 2):

1	2	b	v	f	GERMANIA
1955	1965	x	x	x	AG der Gerresheimer Glashüttenwerke *(«Gerresheim»)*, Düsseldorf-Gerresheim e le sue filiali
1955	1965	x	x		— Glashütte Achern GmbH, Achern
1955		x			— Amberger Flaschenhütten GmbH, Amberg
1955	1965	x	x		— Glashütte Budenheim GmbH, Budenheim
1955	1965	x	x	x	— Oldenburgische Glashütte GmbH, Oldenburg
1955		x			— Glashütte Heilbronn, Heilbronn

1	2	b	v	f	
1955	1965	x	x	x	Veba-Glas AG (*«Ruhrglas»*), Essen-Karnap
1955	1965	x	x	x	H. Heye Glasfabrik «Schauenstein» (*«Heye»*), Obernkirchen/ Hannover
1955		x			Nienburger Glas, Himly, Holscher & Co. (*«Nienburg»*), Nienburg/ Weser
1955		x			Bayerische Flaschen-Glashüttenwerke Wiegand & Söhne GmbH, Steinbach am Wald/Ofr.
1955	1965	x	x	x	Carl. Aug. Heinz Glashüttenwerke, Kleintettau e Schleiden
1955	1965	x	x	x	Lüner Glashüttenwerke GmbH, Altlünen, Post Lünen/West.
	1965	x	x	x	Glashüttenwerke Ernst W. Müller GmbH, Kipfenberg/Bayern
	1965		x		Noelle & von Campe Glashütte GmbH, Boffzen/Weser über Höxter
	1965	x	x		Oberland-Glas, Bad Wurzach/Allgäu
1955	1965	x	x	x	Spessarter Hohlglaswerke GmbH, Lohr a. Main
1955	1965	x	x	x	Tettauer Glashüttenwerke AG, Tettau/Oberfranken
	1965		x		Weck Glaswerk GmbH, Bonn-Duisdorf
					BELGIO
	1955		x	x	Verlica-Momignies S.A. *(«Verlica»)*, Bruxelles
1955		x			Bouteilleries Belges Réunies S.A. *(«BBR»)*, Jumet
1955/72	1955/72	x	x	x	Verreries de Fauquez S.A. (1), Virginal-Fauquez
					OLANDA
1955	1955	x	x	x	N.V. Vereenigde Glasfabrieken *(«Schiedam»)*, Schiedam
					FRANCIA
1960		x	x	x	Boussois-Souchon-Neuvesel S.A. *(«BSN»)*, Paris
1960		x	x		St-Gobain Emballage S.A. *(«St-Gobain»)*, Neuilly-sur-Seine
1960/72		x			Verreries de Blanc-Misseron S.A. *(«Misseron»)*, Valenciennes
1960		x			Verrerie Ouvrière d'Albi S.A., Albi
1960		x			Verreries du Puy-de-Dôme S.A., Paris
					ITALIA
1961/71		x	x	x	Bordoni-Miva Vetrerie Riunite SpA *(«Bordoni»)*, Milano
1961/71		x			AVIR — Aziende Vetrarie Italiane Ricciardi SpA *(«Ricciardi»)*, Napoli
1961/71		x			Vetreria Italiana Vetr. I. SpA, Carcare (Savona) } *(«Vetri»)*
1961/71		x			Ve.Tri. — Vetreria Triveneta SpA, Vicenza } *(«Vetri»)*

(1) Società in liquidazione dal 1° febbraio 1972.

4. Nel marzo 1955, dopo incontri preliminari fra Gerresheim, Ruhrglas, Heye, Schiedam e le due centrali di vendita belghe che precedettero BBR a Verlica, le regole IFTRA furono adottate dai suindicati produttori tedeschi, belgi, olandesi, per quanto riguarda le bottiglie e rese egualmente applicabili ai mercati belga e olandese per i vasi ed i flaconi.

Nell'aprile 1960, cinque produttori francesi firmarono le regole IFTRA per le bottiglie, in una versione modificata per la sottomissione alle autorità francesi, (verbale della riunione IFTRA del 28 aprile 1960) da cui derivano le divergenze notate fra i due testi notificati a seconda che si tratti della redazione tedesca o francese.

5. Nel 1961, i produttori italiani, avendo fissato per il loro mercato interno le tariffe delle bottiglie verdi e semibianche, aderirono alle regole IFTRA unicamente per questi prodotti. Indipendentemente dal fatto che il settore dei prodotti considerati era più ristretto per l'Italia che per gli altri paesi, la partecipazione dei produttori italiani di bottiglie incontrò delle difficoltà e cessò alla fine dell'anno 1971.

Nel 1965, la maggioranza dei produttori tedeschi di flaconi firmarono le regole IFTRA per il loro mercato interno.

All'inizio del 1971, i produttori francesi di bottiglie firmatari delle regole IFTRA si dichiararono pronti ad estenderle all'intero settore del vetro per imballaggio. Tale dichiarazione non sembra essere stata poi messa in pratica. Misseron è receduto dall'IFTRA nel maggio 1972, con effetto dal 31 dicembre 1972.

6. I mercati geografici previsti dalle regole IFTRA sono od erano dunque

a) per l'insieme delle bottiglie bianche e colorate, i mercati della Germania, del Belgio, del Lussemburgo e dei Paesi Bassi dal 1955, e della Francia dal 1960;

b) per le sole bottiglie semibianche e verdi, il mercato dell'Italia, dal 1962 al 1971;

c) per i vasi e flaconi di qualsiasi colore:

— i mercati del Benelux dal 1955,

— il mercato della Germania dal 1965.

7. Dalle indagini condotte dalla Commissione risulta che l'applicazione dell'accordo sulle regole IFTRA veniva esaminata, nell'ambito di un'organizzazione strutturata, nel corso delle riunioni

a) di un comitato ristretto detto dei «rappresentanti dei firmatari IFTRA», composto dei delegati delle imprese seguenti:

— dal 1955: Gerresheim, Ruhrglas, Schiedam, BBR,

— dal 1958: Verlica,

— dal 1960: St. Gobain, BSN, Misseron,

— dal 1962 al 1971: Bordoni (Gruppo St. Gobain),

— dal 1966 al 1971: Ricciardi e VETRI,

— dal 1966: Heye,

— dal 1969: Nienburg;

b) dell'assemblea generale annuale dei firmatari IFTRA.

8. Le spese d'amministrazione dell'accordo IFTRA e l'assistenza di un avvocato (avv. Rudell) sono finanziate con versamenti delle imprese partecipanti che una volta corrispondevano allo 0,02 % del fatturato realizzato per i prodotti considerati nel corso dell'anno precedente. Dal 1963 una quota globale fissa è divisa per paese e riscossa da ciascuna federazione nazionale dai suoi aderenti, che partecipano all'accordo sulla base del loro fatturato. Nel 1972, la quota annuale globale è stata di 100 000 franchi svizzeri, divisi nel modo seguente:

firmatari tedeschi:	42,00 %
firmatari belgi:	5,68 %
firmatari francesi:	37,00 %
firmatari italiani:	9,64 %
firmatari olandesi:	5,68 %

9. Dopo il 29 gennaio 1960, le riunioni dei «rappresentanti dei firmatari IFTRA» hanno avuto luogo ad un ritmo regolare di tre riunioni per anno, di cui una immediatamente precedente l'assemblea generale annuale. Le riunioni IFTRA degli ultimi tre anni hanno avuto luogo

— il 4 febbraio 1970	a Bruxelles,
— il 12 giugno 1970	ad Ajaccio (assemblea generale),
— il 28 ottobre 1970	a Roma,
— il 25 gennaio 1971	ad Amsterdam,
— il 25 giugno 1971	ad Amburgo (assemblea generale),
— il 21 ottobre 1971	a Bruxelles,
— il 2 febbraio 1972	a Parigi
— l'8 giugno 1972	a Bruxelles,
— il 18 novembre 1972	a Bruxelles.

La riunione del febbraio 1972 ha, fra altre cose, trattato delle inchieste fatte dai servizi della Commissione nei mesi precedenti. Nel corso delle due ultime riunioni dal 1972 è stato esaminato il problema dell' adozione eventuale di un testo modificato delle regole IFTRA.

10. Dai verbali delle riunioni IFTRA, risulta che i problemi trattati hanno riguardato essenzialmente l'applicazione dell'accordo per quanto concerne

a) la fissazione dei prezzi all'esportazione in funzione dei prezzi interni dei colleghi nel paese di destinazione (n. 11 e 12 infra), e

b) la conoscenza dei rispettivi prezzi dei detti membri per mezzo della reciproca comunicazione dei listini prezzi, delle condizioni e degli sconti praticati, nonché di qualsiasi variazione o deroga ai prezzi (nn. da 13 a 18).

a) **Fissazione dei prezzi all'esportazione**

11. Per quanto riguarda la fissazione dei prezzi all' esportazione sulla base dei prezzi interni dei colleghi nel paese di destinazione, gli interessati partono dalle seguenti considerazioni, riprese dai verbali delle riunioni dei rappresentanti IFTRA del 27 gennaio 1959, 18/19 gennaio 1961, 29 marzo 1966 e delle assemblee generali del 24 giugno 1966 e 30 maggio 1967:

La diminuzione dei prezzi interni, per far fronte ai minori prezzi praticati da imprese straniere, costa più al produttore nazionale che al produttore straniero; dato che il primo detiene nel mercato la quota più ampia, il suo margine di utile diminuisce per quantitativi maggiori. Il produttore che domina un mercato («price-leader naturale») fissa liberamente i propri prezzi su tale mercato e ne informa gli altri produttori. Questi ultimi stabiliscono sulla base di tale informazione i propri prezzi per le esportazioni verso il paese del produttore dominante sul mercato in quanto non potranno mai vendere ad un prezzo superiore a quello di tale produttore, e neppure sperare di conquistare il mercato praticando prezzi più bassi, che il produttore nazionale seguirà con il risultato di un ribasso generale dei prezzi di vendita. Dato il continuo incremento dei costi e delle retribuzioni, tutti i produttori sentono la necessità di aumentare ripetutamente i prezzi. Colui che aumenta per primo i propri prezzi è il price-leader se è seguito in ciò dagli altri.

12. L'applicazione pratica del principio così definito è illustrata dai casi concreti esaminati nel corso di riunioni IFTRA posteriori alla notifica delle regole (Le date fra parentesi si riferiscono ai verbali di queste riunioni; la precisazione AG indica che si tratta di una assemblea generale):

i) Gerresheim deplora che i produttori di flaconi francesi ed italiani non abbiano ancora sottoscritto le regole IFTRA perché un produttore francese e uno italiano praticano in Germania quotazioni che costituiscono una deroga ai prezzi tedeschi che è apparentemente basata su una insufficiente conoscenza del mercato (24 gennaio 1963, punto 8).

ii) Su domanda di Schiedam, riguardante la concessione ad una fabbrica belga, membro della centrale di vendita precedente a BBR, di vantaggi contrari al suo contratto di vendita è, precisato che uno sconto del 2 % stato concesso alla ditta Coca Cola solamente, per pagamenti negli otto giorni, per adeguarsi al prezzo praticato da un produttore olandese terzo (24 gennaio 1963, punto 7, in fine; 21 maggio 1963, punto 7).

iii) BBR comunica che a seguito di un aumento dei prezzi di vendita in Germania, dei produttori tedeschi di birra richiedono delle consegne ai prezzi interni belgi. L'avv. Rüdell precisa che non vi è obbligo di vendere ai prezzi del paese produttore in caso di esportazione e che la richiesta non può essere giustificata dall'interdizione delle discriminazioni tra acquirenti sancita all'articolo 85, paragrafo 1 d), perché le consegne per l'esportazione non sono, durante il periodo transitorio della formazione del mercato comune, equivalenti alle consegne per l'interno e che le condizioni differenti non provocano svantaggi nella concorrenza ai richiedenti l'offerta. (24 gennaio 1963, punti 3 e 4; 21 maggio 1963 punti 3 e 4).

iv) I delegati italiani domandano se le quotazioni dei produttori tedeschi di bottiglie in Italia, ai prezzi italiani, che sono del 50 % inferiori ai paesi tedeschi rappresentano un caso di dumping vietato. L'avv. Rüdell risponde negativamente (21 maggio 1963, punto 5).

v) Difficoltà di Gerresheim con l'ufficio federale delle intese a seguito del ricorso di un esportatore tedesco di vini il quale sosteneva che il proprio fornitore di bottiglie, un rivenditore di Anversa, aveva rincarati i prezzi in modo inaccettabile a seguito di un'intesa tra Gerresheim e BBR. Gerresheim ha precisato di non aver chiesto l' allineamento dei prezzi belgi sui propri prezzi ma di aver semplicemente segnalato a BBR, nel corso di una discussione su norme tecniche, che i prezzi delle bottiglie offerte in Germania da quel venditore non corrispondevano al listino dei prezzi belgi per l'esportazione in Germania (18 gennaio 1965, punto 2 b); AG 29 aprile 1965, punto 1a)).

vi) L'industria belga ha riguadagnato la propria posizione sul mercato degli sterilizzatori grazie

ad un nuovo modello che le ha consentito di aumentare il suo prezzo del 10 %. Questo fatto è stato comunicato ai produttori tedeschi che vendevano in Belgio a prezzi inferiori a quelli tedeschi per difendere il mercato belga dalle esportazioni dell'est. Il fatto che il contingente accordato alle importazioni dell'est è ora rispettato pare rendere inutile questa perdita di denaro (18 gennaio 1965, punto 2 c)).

vii) Ruhrglas riferisce che una cooperativa d'acquisto di bottiglie alla quale, causa una deficienza del servizio e delle scorte di magazzino, non aveva accordato lo sconto per rivenditori, ha ricevuto tale sconto da parte di un produttore italiano (AG 24 giugno 1966 punto IV 1). Si trattava in ogni caso di bottiglie gialle, non coperte dalle regole IFTRA sottoscritte dagli italiani (26 ottobre 1966, punto 3).

viii) Nel corso di una controversia relativa alle esportazioni di vasi per conserve da parte dell'impresa tedesca Weck, nel 1961, era parso che Schiedam non potesse comprovare i prezzi praticati da Weck nei Paesi Bassi per la mancata comunicazione dei prezzi d'esportazione di Weck. Tale prova sarebbe facilitata se i produttori, oltre alle proprie tariffe interne, stabilissero e si comunicassero, i propri listini prezzi all'esportazione (26 ottobre 1966, punto 6; AG 30 maggio 1967, punto IV 3).

ix) Ruhrglas avrebbe voluto domandare ai delegati italiani (assenti) se era un firmatario quello che per la fornitura ad una birreria tedesca di parecchi milioni di Euro-bottiglie scure di 0,5 l, aveva praticato prezzi del 20-30 % inferiori a quelli tedeschi. Ma lo si saprà quando queste bottiglie, saranno poste in circolazione, dopo il riempimento. Se si tratta di un firmatario IFTRA, si porrà il problema di sapere se bisogna aprire una procedura per la constatazione obiettiva dei fatti (28 ottobre 1970, punto 4c)).

b) **Scambio di informazioni sui prezzi**

13. Dato che la fissazione dei prezzi all'esportazione dipende dalla conoscenza dei prezzi interni del collega nel paese di destinazione, il problema della comunicazione dei rispettivi listini, sconti, condizioni e deroghe, direttamente da produttore a produttore o per il tramite di uffici nazionali o di un ufficio centrale europeo, è stato ripetutamente discusso dai firmatari IFTRA.

14. Dopo l'adesione dei produttori italiani di bottiglie, alla fine del 1961, una o più imprese per paese furono incaricate di rilevare i listini dei prezzi, gli sconti e le condizioni dei produttori nazionali e di comunicarli alla corrispondente impresa straniera. Qualsiasi cambiamento nei listini prezzi, negli sconti e nelle condizioni doveva essere notificato. Inoltre, a richiesta, dovevano essere fornite informazioni sulle variazioni apportate nei casi singoli, dato che ciascun partecipante ha il diritto di informarsi quando un cliente pretende di avere quotazioni più favorevoli (verbali delle riunioni dei «rappresentanti» del 12 ottobre 1961, del 23 gennaio 1962, del 4 maggio 1962, lettera dell'avv. Rüdell ai partecipanti del 6 novembre 1962).

15. In un secondo tempo degli uffici di informazione nazionale sui prezzi furono costituiti nel 1962 a Parigi per i flaconi ed a Bonn (poi Düsseldorf) per le bottiglie, alla fine del 1963 a Bruxelles per il vetro per contenitori in generale, e messi a disposizione dei membri IFTRA per qualsiasi informazione sui rispettivi mercati. Gli uffici di Parigi e di Bruxelles furono soppressi alla fine del 1969.

16. Allo scambio di informazioni venne dato ampio rilievo nell'assemblea generale dei firmatari IFTRA svoltasi a Napoli il 30 maggio 1967 riassunto qui appresso sulla base del verbale d'assemblea punti IV 3 e IV 5:

«I produttori nazionali si scambiano i propri listini prezzi e la promessa di tenersi reciprocamente informati su ogni ribasso alla loro lista da essi praticata. Il produttore-esportatore può anche avere interesse a stabilire un listino dei prezzi-esportazione ed a comunicarlo al produttore nazionale. Inizialmente, egli dovrà comunicare anche i prezzi delle proprie esportazioni sporadiche.»

«L'esperienza dimostra che è preferibile effettuare questo scambio su scala nazionale, per il tramite di un ufficio a carattere neutrale che classifichi le informazioni relative ai casi di deroga senza comunicarle a tutti i partecipanti i quali hanno soltanto il diritto di chiedere informazioni quando desiderano controllare le osservazioni di un cliente. È in questo modo che i produttori tedeschi, belgi e francesi hanno messo i propri uffici di scambio di informazioni sui prezzi nazionali a disposizione degli altri aderenti IFTRA ed ai produttori italiani ed olandesi viene raccomandato di fare altrettanto. La promessa di scambiarsi informazioni sui prezzi non è contenuta nel testo delle regole IFTRA, che si limitano a trarre le conseguenze di tale promessa dal gruppo C. L'esperienza ha dimostrato che è utile sostituire la semplice promessa fatta al di fuori delle regole con un contratto dettagliato dell'ufficio di scambio di informazioni dei prezzi.»

17. Agli inizi del 1970, dopo la soppressione degli uffici francese e belga, fu deciso che lo scambio sarebbe continuato direttamente tra i produttori, «ma

non bisogna dar motivo al sospetto che un tale scambio diretto di informazioni dia luogo a una concertazione dei prezzi riguardo a clienti individuali» (riunione del 4 febbraio 1970, punto 5).

18. Da un certo numero di casi constatati di comunicazioni di informazioni fatte da Schiedam, BBR e Saint-Gobain ad altri firmatari IFTRA, in particolare agli altri «rappresentanti» dei firmatari, gli ultimi dei quali risalgono all'11 agosto, al 28 settembre e al 29 ottobre 1971 per Schiedam, al 22 ottobre ed al 31 dicembre 1971 per BBR ed al 22 gennaio 1971 per Saint-Gobain, risulta che le informazioni comunicate concernevano le nuove tariffe applicabili a partire da una determinata data, le modifiche apportate a tali tariffe, i nomi degli imbottigliatori cui erano concessi prezzi speciali.

B. GLI ACCORDI CONNESSI

I firmatari IFTRA hanno anche trattato di aspetti connessi, che non deriverebbero direttamente dalle regole stesse, e soprattutto

a) l'armonizzazione dei prezzi a livello del mercato comune mediante l'applicazione di uno schema di calcolo identico (nn. 19 e 20 infra) e

b) l'adozione generalizzata del sistema del prezzo franco (nn. 21 e 22).

a) Schema comune di calcolo dei prezzi

19. Dato che le differenze di prezzi di vendita tra i produttori e tra i mercati nazionali erano dovute alle differenze nei metodi di calcolo dei costi di produzione — alcuni basati sul peso del prodotto, altri sul grado di difficoltà della fabbricazione — fu deciso di stabilire uno schema di calcolo unico, «per evitare che il progressivo smantellamento delle dogane induca i clienti ed i rivenditori a servirsi delle differenze tra i sistemi nazionali di calcolo a proprio profitto ed a detrimento dei produttori» (verbali delle assemblee generali del 24 giugno 1966, 30 maggio 1967 e 6 giugno 1969).

20. Lo schema definito nel gennaio 1970 consiste in un elenco ed in una definizione delle diverse voci di costo da imputare, a seconda dei casi, al peso, ai tempi di lavorazione (o ad ambedue ripartendoli al 50 %) o per articolo. Lo schema consente a chi lo utilizza di giungere a curve dei costi di produzione parallele, se non identiche. Esso è «destinato alla determinazione del prezzo di vendita e non alla gestione interna degli stabilimenti. Le società ... determinano i propri costi di produzione secondo i metodi tradizionali, ma debbono in seguito confrontarli con i costi di produzione elaborati con lo schema IFTRA ... per evitare gravi errori» (verbale della riunione degli esperti in materia di costi di produzione del 12 gennaio 1971). Lo schema è uniformemente applicato nella produzione di bottiglie dai firmatari IFTRA. Alcuni (Ruhrglas, Schiedam, St-Gobain) lo applicano anche nella produzione di flaconi. Lo studio di un eventuale adattamento dello schema in vista della sua applicazione generalizzata ai flaconi è stato iniziato nel 1972.

b) Adozione del sistema dei prezzi franco

21. Dato che gli utilizzatori ed i rivenditori pongono a raffronto non solo i prezzi ma anche le condizioni di vendita, i firmatari IFTRA adottarono dal 1960 il sistema dei prezzi franco stazione o franco domicilio del cliente.

Dato che BBR aveva riferito all'assemblea generale IFTRA del giugno 1966 che alcuni grandi imbottigliatori di uno stesso prodotto, con sede in diversi paesi d'Europa, cominciavano a concentrare i loro acquisti nei paesi dove sono praticati i prezzi più bassi, l'importanza del prezzo franco già applicato, fu ricordata in quest'occasione (punto IV 3 del verbale) e nuovamente nell'assemblea generale del maggio 1967:

«Il prezzo franco combina il prezzo della merce con la media delle spese di trasporto. Questo sistema facilita le vendite sulle lunghe distanze, poiché evita il nocivo confronto del prezzo basso della fabbrica vicina con il prezzo più elevato della fabbrica più distante restringendo in maniera naturale e commerciale il raggio di distribuzione. Pertanto, dei raggi di distribuzione definiti mediante il calcolo del prezzo franco potrebbero sostituirsi alle frontiere nazionali in maniera più economica» (punto III 3 del verbale).

Una nota interna di Ruhrglas del 17 maggio 1968, concernente la richiesta della birreria Heineken di Rotterdam di applicare prezzi «franco fabbrica» al posto del prezzo franco destinazione, precisa che tale richiesta «solleva questioni di principio relativamente alle regole IFTRA. Una decisione unilaterale *non* deve essere quindi presa da parte nostra prima di averne discusso con tutti i fornitori occidentali (Gerresheim, BBR, Schiedam e avv. Rüdell)».

Infine, nelle assemblee generali di IFTRA del giugno 1966, giugno 1969 e giugno 1970, fu citato il caso di una società multinazionale americana, utilizzatrice in Francia e in Germania, la quale, avendo constatato

che i prezzi erano inferiori in Germania, aveva deciso di acquistare in questo paese e di far consegnare la merce direttamente al proprio stabilimento francese. Il produttore tedesco si rifiutò sostenendo che egli praticava il prezzo franco domicilio.

22. Dopo che i direttori di vendita dei firmatari IFTRA avevano constatato che tutti i paesi praticavano prezzi franco stazione o franco domicilio comprendenti un «imballaggio standard», nozione che varia a seconda dei paesi, questo problema fu esaminato da un gruppo di esperti. L'imballaggio in palette con un piano sotto copertura in plastica termoretraibile, considerato ottimale, fu adottato come imballaggio standard compreso nel prezzo franco con indice 100 per il calcolo delle maggiorazioni e degli sconti corrispondenti (verbale dell'assemblea generale del 6 giugno 1969, punto 3).

C. STRUTTURA DELL'INDUSTRIA DEL VETRO PER CONTENITORI

23. L'industria del vetro per contenitori si suddivide in due grandi settori i cui prodotti presentano una notevole omogeneità:

a) bottiglie e damigiane,

b) flaconi di tutti i tipi e recipienti di vetro per conserve.

Questi due settori sono caratterizzati da un numero relativamente ristretto di imprese.

24. *In Germania*

— il gruppo Gerresheim, filiale al 75 % di Owens Illinois, controlla circa il 40 % del mercato del vetro per contenitori, settore nel quale ha realizzato nel 1969/1970 un fatturato di 434,6 milioni di DM;

— Veba-Glas (Ruhrglas) controlla circa il 24 % del mercato del vetro per contenitori; nel 1971 il suo fatturato totale è stato di circa 400 milioni di DM, di cui 50 milioni relativi al vetro per conserve;

— Heye ha una quota del mercato del 10-12 % per le bottiglie da bevande, settore nel quale realizza un fatturato di 100 milioni di DM circa.

Il resto è controllato da Nienburg e da varie piccole imprese, quasi tutte firmatarie delle regole IFTRA.

Le quattro imprese Gerresheim, Veba-Glas, Heye e Nienburg detengono insieme circa l'88 % del mercato tedesco delle bottiglie di vetro.

25. *Nel Belgio* rimangono attualmente soltanto due imprese, BBR per le bottiglie e Verlica per i barattoli ed i flaconi, le quali hanno realizzato nel 1970 rispettivamente un fatturato di circa 1,2 miliardi di FB e che sono collegate fra loro e con il gruppo francese St-Gobain mediante partecipazioni finanziarie ed amministratori comuni.

26. *Nei Paesi Bassi,* l'unica grande impresa esistente, Schiedam (dal gennaio 1973 controllata per il 60 % da BSN) ha realizzato, nel 1971, una cifra d' affari di 133 milioni di fiorini. Il suo monopolio di fatto è temperato dalle attività della Glasindustrie Dongen, N.V., che produce soprattutto barattoli per conserve e bottiglie per le industrie di bevande non alcoliche e dalle importazioni dalla Germania e dal Belgio, le quali costituiscono la più forte corrente di scambio di vetro per contenitori del mercato comune. Una delle maggiori preoccupazioni di Schiedam, espressa nel corso delle varie riunioni IFTRA, è stata quella di tentare di arginare questa invasione che minacciava la sua posizione.

27. *In Francia* due potenti gruppi dominano il mercato della produzione di bottiglie e di flaconi e, in parte, quello delle industrie utilizzatrici:

— BSN copre più del 50 % del mercato francese delle bottiglie di vetro, il 50 % del mercato dei vasi per conserve ed il 25 % del mercato dei flaconi; in questi settori BSN ha realizzato nel 1971, una cifra di affari rispettivamente di 420, 41 e 66 milioni di FF. Per quanto riguarda gli utilizzatori di vetro per contenitori, BSN copre il 45 % del mercato della birra, il 30 % del mercato delle acque minerali e delle bibite e il 70 % del mercato degli alimenti per bambini, il che le garantisce importanti sbocchi commerciali.

— Saint-Gobain Emballage controlla circa il 40 % del merçato francese per le bottiglie ed i vasi e Saint-Gobain Desjonquères il 75 % del mercato dei flaconi.

Accanto a questi due gruppi operano ancora due imprese medie — Verrerie Cristallerie d'Arques J. G. Durand et Cie, controllata da Saint-Gobain; Verreries mécaniques champenoises, nella quale BSN detiene una partecipazione minoritaria, e quattro piccole imprese, di cui tre firmatarie IFTRA, le quali coprono soltanto una piccola parte del mercato francese del vetro per contenitori.

Tra queste ultime, la Verrerie de Blanc-Misseron copre circa l'1,5 % del mercato francese delle bottiglie.

28. *In Italia,* i gruppi Saint-Gobain (Bordoni-Miva), Ricciardi (in cui Saint-Gobain detiene una partecipazione del 25 %) e Vetri, riuniti nel consorzio COVIR e firmatari IFTRA sino alla fine del 1971, detengono il 40 % circa della produzione totale di bottiglie.

29. *In Gran Bretagna* le tre maggiori vetrerie inglesi — United Glass Ltd, Beatson Glark & Co. e Rockware Glass Ltd — detengono il 70-80 % della produzione di vetro per imballaggio. Queste imprese non sono firmatarie IFTRA. Le importazioni di vetro cavo, negli Stati membri originari, in provenienza dal Regno Unito che oscillavano tra 5 793 tonnellate (1961) e 4 248 tonnellate (1965), sono scese nel 1966 a 1 649 tonnellate e si sono da allora mantenute intorno a tale cifra (1971: 1 655 tonnellate).

30. *In Danimarca,* Kastrup-Holmegård Glasværker copre circa l'80 % del mercato del vetro per contenitori. Questa impresa non ha sottoscritto le regole IFTRA.

31. Riassumendo, nella parte del mercato comune — Germania, Benelux e Francia — dove le regole IFTRA sono ancora applicabili, l'industria europea del vetro per contenitori è costituita da otto grandi imprese e da una ventina di piccole imprese che fabbricano dei prodotti molto omogenei. La domanda, in questo settore, si è sviluppata notevolmente in questi ultimi anni in seguito soprattutto al passaggio dal vetro a rendere al vetro a perdere ed allo sviluppo del mercato dell'imballaggio in vetro per dei prodotti come medicine, cosmetici e certi prodotti alimentari.

A seguito di questa evoluzione, certi produttori di vetro per contenitori si sono talvolta trovati in situazioni di sotto-capacità. La notevole intensificazione degli scambi infracomunitari del vetro per contenitori è dovuta così in parte al fatto che queste imprese si sono rivolte esse stesse a dei concorrenti stranieri per l'approvvigionamento di alcuni dei loro clienti o che questi ultimi hanno cercato nuove fonti di approvvigionamento.

II. APPLICABILITÀ DELL'ARTICOLO 85, PARAGRAFO 1, DEL TRATTATO CEE

A. ACCORDI FRA IMPRESE

32. Considerando che il caso in questione è caratterizzato da un insieme di accordi che risultano, originariamente, dall'adesione delle imprese in causa a delle regole comuni denominate «regole di concorrenza leale» o regole IFTRA (vedansi punti da 1 a 12) e, in seguito, da ratti conclusi fra i rappresentanti di queste imprese e riportati nei processi verbali delle riunioni IFTRA, che completano queste regole o concorrono alla loro applicazione tramite uno scambio di informazioni sui prezzi rispettivamente praticati (punti da 13 a 18), l'elaborazione e l'applicazione di uno schema comune di calcolo dei prezzi (punti 19 e 20) e l'adozione del sistema di prezzi franco (punti 21 e 22).

B. RESTRIZIONI DELLA CONCORRENZA

a) **Regole IFTRA**

33. Considerando che, date le differenze talvolta notevoli che esistono fra le legislazioni degli Stati membri relative sia alla repressione della concorrenza sleale che alla protezione dei consumatori, la scelta di certe regole in vista della loro adozione comune fatta da imprese di più Stati è necessariamente arbitraria; che un accordo tendente al rispetto di tali regole può in tal modo portare le imprese partecipanti ad applicare nel proprio paese, o nel paese verso il quale esportano, delle regole più severe di quelle in vigore in tali paesi; che con la presente decisione la Commissione non prende posizione sull'auspicabilità o meno dell'adozione, nell'ambito della legislazione nazionale o in altro modo, di alcune delle regole riprodotte al punto 1 supra.

34. Considerando che non è sufficiente definire «regole di concorrenza leale» un accordo fra imprese per sottrarlo all'applicazione dell'articolo 85, paragrafo 1, del trattato CEE, che, nel caso in esame, l'accordo in causa comporta un certo numero di clausole che, benché presentate come aventi per scopo di impedire dei comportamenti sleali, danno ai partecipanti la possibilità di un'azione congiunta contro forme normali di concorrenza; che, quindi, queste clausole hanno per oggetto reale e principale di restringere la concorrenza fra i partecipanti a danno degli utilizzatori di vetro per contenitori;

35. Considerando che questo è, in particolare, il caso delle clausole A 1 c) e A 7; che la clausola A 1 c) definisce come sleale il fatto di fare sistematicamente delle offerte a dei prezzi inferiori a quelli di un concorrente con lo scopo di mettere in pericolo la sua esistenza e di annientarlo, e ciò anche se quei prezzi non sono inferiori al costo di produzione; che la clausola A 7, ultima frase, ammette, per combattere delle azioni sui prezzi da parte di un concorrente, solo l'adeguamento ai prezzi di questo concorrente e non l'offerta a prezzi inferiori;

che queste clausole tendono così a reprimere dei comportamenti concorrenziali come il praticare da parte dell'impresa economicamente meglio gestita e più redditizia, prezzi meno elevati di quelli dei suoi concorrenti o prezzi e sconti di penetrazione;

che all'interno del mercato comune, queste clausole assicurano che un produttore di vetro per contenitori membro dell'intesa, quando effettua delle consegne nel territorio di un altro firmatario, non perturbi il livello dei prezzi su questo mercato e non vi pratichi dei prezzi inferiori a quelli dell'associato considerato come il «price-leader» nazionale o locale (vedasi in

particolare il punto 11); che dette clausole hanno quindi per oggetto d'impedire la concorrenza di prezzi fra i partecipanti;

che questo scopo, se non risulta direttamente dal testo stesso delle clausole grazie alla prudente formulazione adottata, appare nettamente dai casi e dagli esempi trattati nel corso delle riunioni IFTRA e dalla applicazione effettiva dell'accordo (punto 12).

36. Considerando che le altre clausole in materia di prezzi, sconti e condizioni commerciali, cioè la clausola A 2 a) (che vieta prezzi, ribassi e condizioni discriminatorie), la clausola A 6 a) secondo comma, (che vieta di derogare segretamente alle offerte ed ai listini prezzi) e la clausola A 7, primo comma, (che presume già come sleale la deroga, segreta o meno, ai listini prezzi), hanno egualmente per oggetto, nel caso in esame, la repressione di comportamenti concorrenziali normali e, in particolare, la restrizione della concorrenza di prezzi, di sconti e di condizioni di vendita fra le imprese partecipanti;

che questo obbiettivo anticoncorrenziale appare ancora più chiaramente se queste clausole ed i patti intercorsi fra le parti per scambiare i loro listini prezzi, sconti e condizioni commerciali rispettive (punti da 14 a 17 ed i considerando da 40 a 45) vengono considerate congiuntamente.

37. Considerando che, tra le «regole e principi correnti nel settore» inclusi nel gruppo B dall'accordo, la clausa B 2 relativa alla pubblicazione di listini individuali di prezzi e di sconti ha per oggetto di permettere l'applicazione ed il controllo delle suindicate clausole del gruppo A in materia di prezzi, di ribassi e condizioni commerciali; che la clausola B 6, che vieta l'esportazione di prodotti difettosi, nel caso di specie delle bottiglie la cui tinta non è perfetta, ha per oggetto di completare le suindicate clausole del gruppo A poiché l'esportazione di tali prodotti, evidentemente a un prezzo ridotto, avrebbe sul mercato di destinazione lo stesso effetto concorrenziale del praticare prezzi inferiori a quelli dell'impresa in posizione di «price-leader» su questo mercato;

che benché le clausole del gruppo B non siano presentate come obbligatorie, esse non riuscirebbero ad avere altro scopo che quello di rafforzare l'effetto utile delle restrizioni di concorrenza; che ciò risulta dal contesto in cui queste clausole vengono inserite e dal fatto che i membri dell'intesa non possono avervi aderito che con l'intenzione di applicarle.

38. Considerando che, secondo gli interessati, la clausola C dichiarerebbe come sleale «solamente la violazione di una promessa di informazione eventualmente data, poiché una informazione di prezzi omessa o falsa o data troppo tardi ha per effetto di ingannare il concorrente che agisce sulla fiducia della promessa di informazione», e non avrebbe «per oggetto o per effetto che una tale promessa e delle informazioni di prezzi corrispondenti siano date, ma lo presuppone».

Considerando che questa argomentazione è particolarmente speciosa; che essa cerca di stabilire una distinzione fra l'impegno che si pretende estraneo all' accordo IFTRA, preso da un produttore di fornire delle informazioni sui suoi prezzi all'uno e all'altro dei suoi concorrenti, e l'obbligo, sottoscritto dallo stesso produttore nell'ambito dell'accordo IFTRA, di fornire tali informazioni in un modo rapido, preciso e completo; che a partire dal momento in cui delle imprese dell'importanza e della notorietà di quelle in questione prendono la decisione di fornire simili informazioni a dei concorrenti, è evidentemente con lo scopo di informarli correttamente e completamente; che per conseguenza la clausola C tende chiaramente, di fatto, ad instaurare fra tutti i partecipanti all' accordo IFTRA il sistema elaborato di scambio di informazioni sui prezzi esaminato in appresso ai considerando da 40 a 45.

39. Considerando che l'osservanza delle restrizioni di concorrenza sopraindicate è assicurata

i) dalla clausola D, primo comma, relativa alla possibilità per ciascun partecipante di chiedere il risarcimento del danno ad un altro membro, autore di azioni concorrenziali definite come sleali dall'accordo IFTRA,

ii) dalla clausola D, secondo comma, che obbliga ogni membro dell'accordo a risarcire il danno causato alle altre parti per il fatto «di non aver loro comunicato affatto o di non averlo comunicato immediatamente e in modo esatto» le sue diminuzioni di prezzo (nella versione tedesca della regola C) o di applicare prezzi diversi da quelli comunicati (nella versione francese);

che questa ultima clausola non tende a risarcire un preteso danno bensì a imporre una penale contrattuale elevata — 30 % almeno del fatturato derivatone — il cui ammontare è ripartito fra tutti gli altri associati e che va inflitta a chi violerà gli accordi esaminati in appresso riguardanti lo scambio di informazioni in materia di prezzi;

b) **Scambio di informazioni sui prezzi**

40. Considerando che il carattere restrittivo delle clausole suesaminate è rafforzato e completato da diversi accordi, intervenuti nel quadro delle riunioni IFTRA, riguardanti lo scambio diretto e indiretto, fra

concorrenti, dei loro listini prezzi, sconti e condizioni commerciali nonché delle modifiche e deroghe individuali apportatevi (punti da 14 a 18).

41. Considerando che su questo punto gli interessati hanno sostenuto quanto segue:

i) L'adesione alle regole IFTRA non comporta alcun obbligo per un produttore di dichiarare che non derogherà in modo discriminatario ai suoi prezzi e di dare informazioni sui suoi prezzi. Ma la pratica delle regole di concorrenza leale presupporrebbe che il firmatario delle regole sia disposto a fornire delle informazioni di prezzi, in quanto «dichiarazioni di prezzi normali» fatte per il mercato ivi compresi i concorrenti, poiché altrimenti l'articolo A 2 a) (che vieta prezzi, ribassi e condizioni discriminatorie) e l'articolo A 6 a) secondo comma, (che vieta di derogare segretamente alle offerte e di listini prezzi) non potrebbero essere applicati.

ii) I prezzi non sarebbero stati comunicati ai concorrenti prima di essere stati portati a conoscenza del «mercato» cioè dei rappresentanti, commercianti, rivenditori e clienti delle società interessate tramite delle circolari, dei listini prezzi, delle offerte o delle conclusioni di contratti. La comunicazione sarebbe stata posteriore, o tutt'al più contemporanea, all'informazione del «mercato» o avrebbe avuto per scopo di evitare che queste informazioni giungessero snaturate ai concorrenti, tramite i clienti.

42. Considerando che queste argomentazioni non sono fondate:

i) che, lo scambio fra concorrenti d'informazioni sui prezzi rispettivi è inerente all'accordo IFTRA perché è indispensabile per l'applicazione delle clausole A 1 c) e A 7, ultima frase, che vietano di praticare dei prezzi inferiori a quelli di un concorrente (vedasi considerando 35 supra); che la clausola C prevede d'altronde espressamente la comunicazione di informazioni sui prezzi ai concorrenti;

ii) che, nella fattispecie, poco importa che le informazioni di prezzi siano comunicate ai concorrenti prima o dopo esser state comunicate al «mercato»; che, in effetti, le modificazioni di prezzi nell' industria del vetro per contenitori sono comunicate agli utilizzatori sufficientemente presto, prima della loro entrata in vigore affinché questi possano tenerne conto per determinare il prezzo del loro prodotto dopo la lavorazione; che quindi, se un produttore, dopo aver comunicato alla sua clientela nazionale i prezzi, sconti e condizioni commerciali che praticherà a partire da una certa data, li comunica egualmente ai suoi concorrenti stranieri, membri dell'accordo IFTRA, questi sono in grado di allineare i loro prezzi per l'esportazione verso il paese considerato sui prezzi di tale produttore;

che inoltre, fino a quando un produttore non ha modificato i suoi listini prezzi, sconti e condizioni commerciali, questi restano validi per le operazioni future.

43. Considerando che è contrario alle disposizioni dell'articolo 85, paragrafo 1, del trattato CEE, che un produttore comunichi ai suoi concorrenti gli elementi essenziali della sua politica dei prezzi quali i listini prezzi, gli sconti, le condizioni commerciali, i tassi che applica, le date di modifica che egli apporta e le deroghe particolari che concede a certi determinati clienti;

che l'impresa che comunica simili dati della sua politica dei prezzi ai suoi concorrenti lo fa solamente perché ha un grado ragionevole di certezza, grazie all'accordo fatto con i detti concorrenti per l'applicazione delle regole IFTRA, che questi adotteranno una politica dei prezzi simile per le loro consegne nel mercato in cui questa impresa si trova in posizione di «price-leader»: che essa cerca in tal modo di eliminare la possibilità di reazioni impreviste o imprevedibili da parte del concorrente e, pertanto, una gran parte del rischio normale inerente a ogni modifica autonoma del comportamento sul mercato.

44. Considerando che l'impresa informata dai suoi concorrenti dei prezzi che essi praticano, ivi compresi i prezzi e sconti speciali che essi concedono a certi clienti, indicati nominativamente, per dei prodotti determinati, conosce esattamente il comportamento attuale e futuro di detti concorrenti sui loro rispettivi mercati e può quindi adattare la propria politica dei prezzi per l'esportazione verso questi mercati.

45. Considerando che, tenuto conto dei dati di cui già dispongono, le informazioni scambiate dalle imprese in causa sono di una importanza decisiva per la determinazione da parte di ciascuna di queste della propria politica dei prezzi per l'esportazione negli altri Stati membri interessati;

che, di conseguenza, l'accordo di scambio di informazioni sui prezzi ha per oggetto di restringere e di falsare la concorrenza fra le imprese partecipanti all'interno del mercato comune.

c) **Schema di calcolo**

46. Considerando che l'applicazione da parte di queste imprese di uno schema comune di calcolo dei costi di produzione per la determinazione dei prezzi

di vendita (punti 19 e 20) ha per scopo di completare gli accordi relativi alle regole IFTRA ed allo scambio di informazioni sui prezzi esercitando un'azione diretta sulla formazione dei prezzi delle imprese in causa e permettendo a queste ultime di paragonare più facilmente i loro prezzi rispettivi e di coordinare di conseguenza il loro comportamento sul mercato.

47. Considerando che nella sua comunicazione sulla cooperazione fra imprese [1], la Commissione ha indicato senza ombra di dubbio al punto II 1 d), che essa considera come non restrittivi della concorrenza gli accordi che hanno unicamente per oggetto la definizione in comune di schemi di calcolo che non comportano tassi determinati di calcolo;

che, tuttavia, questa comunicazione non si applica al caso di specie poiché l'accordo in causa non ha unicamente per oggetto la definizione in comune d'uno schema di calcolo, ma costituisce solamente una parte di un insieme contrattuale che ha per oggetto di restringere la concorrenza di prezzi, di sconti e di condizioni.

d) **Sistema di prezzi franco**

48. Considerando che il sistema del prezzo franco destino (punto 21), applicato dai membri IFTRA con l'esclusione di altri sistemi di prezzi, consiste nel servirsi, all'interno di una zona determinata, di prezzi di consegna uniformi che comprendono un costo medio forfettario per il trasporto e non le spese realmente sopportate per il trasporto dei prodotti dal luogo di provenienza fino alla loro destinazione; che questo sistema — ulteriormente perfezionato con il campionamento comune delle spese di imballaggio (punto 22) — ha per oggetto di neutralizzare i vantaggi concorrenziali che parecchi produttori di vetro per contenitori potrebbero avere per la maggiore o minore vicinanza degli utilizzatori; che esso favorisce il cliente lontano a danno del cliente vicino, dato che il prezzo è uguale per ambedue, il cliente vicino paga delle spese di consegna superiori a quelle che il venditore ha effettivamente sopportato mentre il cliente lontano beneficia di uno sconto sul costo reale del trasporto; che, per il fatto che il sistema è esclusivo nella sua applicazione, la vendita dei prodotti considerati è automaticamente subordinata all'accettazione da parte dell'utilizzatore della loro consegna franco destino cioè ad una prestazione supplementare che non è necessariamente legata alla vendita del prodotto, dato che gli utilizzatori di vetro per contenitori dispongono in genere di propri mezzi di trasporto; che l'utilizzazione collettiva da parte delle imprese in causa di un tale sistema di prezzi uniformi di consegna franco destino, con esclusione di ogni altro sistema di prezzi, falsa di conseguenza la concorrenza fra queste imprese e fra gli utilizzatori di vetro per contenitori.

49. Considerando, in conclusione, che il sistema coerente, organizzato e munito di sanzioni che risulta da accordi relativi a) alle regole IFTRA sopra incriminate, b) allo scambio di informazioni sui prezzi fra i partecipanti, c) ad uno schema comune di calcolo dei prezzi e d) al sistema di prezzi franco, non ha per oggetto reale e principale quello di assicurare la lealtà nella concorrenza, ma quello di restringere la concorrenza soprattutto in materia di prezzi, ribassi e condizioni commerciali fra le imprese interessate per i prodotti in causa.

50. Considerando che questi accordi restringono considerevolmente il gioco della concorrenza tenendo conto

i) della natura dei prodotti in causa, consistenti in bottiglie, vasi e flaconi che sono degli articoli largamente utilizzati per l'imballaggio, in particolare, dei prodotti alimentari, farmaceutici e cosmetici di grande consumo (punto 2),

ii) del carattere molto omogeneo dei detti prodotti,

iii) del numero ristretto e dell'importanza delle imprese che fabbricano questi prodotti e partecipano agli accordi in questione nonché della massa degli scambi considerati (punti da 24 a 28),

iv) del fatto che in questa branca dell'industria praticamente la concorrenza si esercita solo nel settore dei prezzi, ribassi e condizioni commerciali.

C. ALTERAZIONE DEL COMMERCIO INTRACOMUNITARIO

51. Considerando che gli accordi suesaminati riguardano gli scambi di vetri per contenitori all' interno del mercato comune; che essi esercitano una influenza diretta sulla formazione dei prezzi all'esportazione di detti prodotti da parte delle imprese partecipanti a questi accordi e, di conseguenza, sulle correnti di scambio fra Stati membri; che essi sono in grado di frazionare il mercato fra le imprese «price-leaders» del settore che partecipano a questi accordi e di nuocere così alla realizzazione ed al buon funzio-

[1] GU n. C 75 del 29. 7. 1968, pag. 3 (modifica nella GU n. C 84 del 28. 8. 1968, pag. 14).

namento di un mercato unico fra Stati; che, quindi, gli accordi in causa sono suscettibili di pregiudicare il commercio fra Stati membri;

Considerando che le condizioni di applicazione dell' articolo 85, paragrafo 1, sono di conseguenza soddisfatte;

III. INAPPLICABILITÀ DELL'ARTICOLO 85, PARAGRAFO 3

52. Considerando che solo l'accordo relativo alla regole IFTRA è stato notificato alla Commissione come «contratto tipo»; che in realtà si tratta di un accordo collettivo fra le imprese in questione; che, tuttavia, questa errata definizione non intacca la validità della notifica.

53. Considerando che, al tempo della notifica, gli interessati hanno esposto quanto segue circa le quattro condizioni poste dall'articolo 85, paragrafo 3:

a) «Una distribuzione dei prodotti esente da slealtà promuove la concorrenza basata sulla prestazione („Leistungswettbewerb") e risponde ai bisogni di una produzione industriale di massa»

b) «Gli utilizzatori degli Stati CEE in quanto paesi industrializzati sono danneggiati dalla concorrenza sleale ed avvantaggiati dalla concorrenza basata sulla prestazione»

c) «Dato che i co-contrattanti desiderano promuovere la concorrenza a migliori prestazioni e combattere la concorrenza sleale, essi hanno bisogno delle regole di concorrenza»

d) «La concorrenza non è ristretta dai partecipanti»;

che, in seguito, in occasione dell'audizione, gli interessati hanno fondato ogni loro argomentazione sull' inapplicabilità dell'articolo 85, paragrafo 1, all' accordo notificato e non hanno apportato alcuna giustificazione supplementare, anche a titolo accessorio, riguardo all'articolo 85, paragrafo 3.

54. Considerando che, nella fattispecie, l'accordo relativo alle clausole IFTRA più sopra esaminate (considerando da 35 a 39) non sarebbe in grado di riservare agli utilizzatori una congrua parte dell'utile che ne risulta;

che, al contrario, il fatto per le imprese più redditizie, quando effettuano consegne in un territorio con prezzi più elevati, di doversi allineare alle offerte del «price-leader» nazionale o regionale, comporta uno svantaggio per gli utilizzatori di vetro per contenitori nel paese o nella regione considerati;

che le clausole IFTRA in materia di prezzi, di sconti e di condizioni commerciali eliminano la sola concorrenza possibile che avrebbe potuto assistere nel settore considerato; che una intesa di tal genere non sarebbe in grado di far partecipare gli utilizzatori ad un utile di cui in realtà solo le imprese produttrici partecipanti beneficiano.

55. Considerando inoltre che dette clausole danno alle imprese partecipanti la possibilità di eliminare la concorrenza per una parte sostanziale dei prodotti in causa; che, in effetti, data la struttura del mercato del vetro per contenitori nel mercato comune (punti da 24 a 31), la posizione che vi occupano le imprese partecipanti conferisce un peso considerevole a ogni misura anticoncorrenziale da esse praticata; che il fatto di restringere o falsare la concorrenza fra loro di prezzi, di ribassi e di condizioni commerciali conduce ad eliminare la concorrenza nel mercato comune per una parte sostanziale dei prodotti considerati.

Considerando che, per questi motivi, l'articolo 85, paragrafo 3, non può essere applicato all'accordo notificato riguardante le «regole IFTRA»;

56. Considerando che l'accordo relativo allo scambio di informazioni sui prezzi e le relative deroghe ed intervenuto nel corso dell'anno precedente la notifica (punto 14) non è stato inserito in detta notifica; che nessuno degli accordi ulteriori relativi a questo scambio di informazioni, all'elaborazione in comune di un sistema di calcolo dei prezzi ed all'adozione del sistema del prezzo franco ha fatto oggetto di una notifica o di una comunicazione al fine di completare la notifica dell'ottobre 1962; che, di conseguenza, poiché questi vari accordi, vietati dall'articolo 85, paragrafo 1, e che sono nulli di diritto, non sono stati notificati, essi non possono essere oggetto d'una decisione d'applicazione delle disposizioni dell'articolo 85, paragrafo 3.

57. Considerando che, anche se essi fossero stati notificati, tali accordi non avrebbero potuto beneficiare delle delle norme predette; che, in effetti, lo scambio d'informazioni sui prezzi ha luogo ad esclusivo vantaggio dei partecipanti all'accordo IFTRA; che gli utilizzatori, in particolare, conoscono unicamente i prezzi praticati nei loro riguardi dai produttori di cui sono clienti; che né i fabbricanti non membri, né i rivenditori, né gli utilizzatori finali hanno accesso ai documenti scambiati fra i partecipanti; che gli altri due accordi non notificati hanno per scopo dichiarato, nel caso dello schema di calcolo, d'impedire «ai clienti e ai rivenditori di servirsi delle differenze fra i sistemi nazionali di calcolo a loro vantag-

gio ed a danno dei produttori» (punto 19) e nel caso dei prezzi franco, d'impedire il «paragone pregiudizievole dei prezzi bassi della fabbrica vicina con i prezzi più elevati dalla fabbrica lontana» (punto 21); che gli utilizzatori non sarebbero quindi in grado di usufruire di un qualunque vantaggio suscettibile di derivare da questi accordi restrittivi;

che, inoltre, per i motivi già esposti al considerando 55, questi accordi non soddisferebbero nemmeno le condizioni richieste dall'articolo 85, paragrafo 3, lettera b).

IV. APPLICAZIONE DELL'ARTICOLO 3, PARAGRAFO 1, DEL REGOLAMENTO N. 17

58. Considerando che gli interessati hanno affermato nel corso dell'audizione che, benché non vi sia stata una denuncia collettiva, l'accordo sulle regole IFTRA non sarebbe più praticato da vari anni; che identico sarebbe il caso per lo scambio di informazioni in materia di prezzi poiché, pur essendo stato oggetto di molte riflessioni nel corso delle riunioni IFTRA, tale scambio non si sarebbe mai perfezionato in contratti internazionali;

che invece, alla fine dell'anno 1971, al momento delle indagini svolte dalla Commissione, delle riunioni IFTRA avevano sempre luogo regolarmente (punto 9) e lo scambio di informazioni funzionava ancora (punto 18);

che l'adesione all'accordo IFTRA è stata disdetta da tutti i membri italiani alla fine dell'anno 1971 e dalla Verrerie de Blanc-Misseron S.A. alla fine dell'anno 1972 (punto 5); che, da allora, taluni altri membri — soprattutto le imprese tedesche Gerresheim, Veba-Glas, Heye e Nienburg — avrebbero egualmente posto fine alla loro partecipazione con effetto dal 31 dicembre 1973;

che di conseguenza, va ingiunto alle imprese che partecipano ancora a questi accordi d'adottare immediatamente ogni necessaria misura per porre fine alle infrazioni constatate,

HA ADOTTATO LA PRESENTE DECISIONE:

Articolo 1

Costituiscono delle infrazioni alle disposizioni dell' articolo 85, paragrafo 1, del trattato che istituisce la Comunità economica europea

a) le seguenti clausole dell'accordo definito come «regole di concorrenza leale» intervenuto fra i produttori di vetro per contenitori indicati al successivo articolo 4:

A.1.c) relativa al fatto di fare sistematicamente delle offerte a prezzi inferiori a quelli di un concorrente,

A.2.a) relativa ai prezzi, ribassi e condizioni discriminatorie concessi a degli acquirenti,

A.6.a) secondo comma, relativa alla deroga segreta alle offerte ed a listini prezzi,

A.7. che presume come sleale la deroga, segreta o meno, ai listini prezzi pubblicati e che ammette come unico mezzo per combattere delle nuove misure di prezzo di un concorrente, il mero adeguamento al prezzo di questo concorrente, senza poter scendere al di sotto di esso,

B.2. relativa alla pubblicazione di listini individuali di prezzi e di ribassi,

B.6. concernente il divieto di esportare dei prodotti difettosi,

e

C concernente le false informazioni sui prezzi;

b) gli accordi intercorsi fra le imprese di cui trattasi riguardanti lo scambio di informazioni sui rispettivi prezzi, ribassi e condizioni commerciali;

c) l'accordo sull'applicazione di uno schema di calcolo;

d) l'accordo relativo all'applicazione collettiva ed esclusiva di un sistema di prezzi franco destino.

Articolo 2

La richiesta di applicazione dell'articolo 85, paragrafo 3, del trattato CEE all'accordo di cui all'articolo 1, lettera a), di cui sopra, è respinta.

Articolo 3

Le imprese partecipanti agli accordi di cui all'articolo 1 sono tenute a porre immediatamente fine alle infrazioni constatate.

Articolo 4

La presente decisione è destinata alle seguenti imprese:

1. Gerresheimer Glas Aktiengesellschaft
   D 4000 Düsseldorf-Gerresheim
   Heyestraße 99
2. Veba-Glas AG
   D 4300 Essen 12
   Ruhrglasstraße 50

3. H. Heye Glasfabrik «Schauenstein»
D 4962 Obernkirchen/Hannover

4. Himly, Holscher & Co. KC
Glasfabrik Wilhelmshütte
D 3070 Nienburg/Weser
Gr. Drakenburger Straße 132

5. Bayerische Flaschen-Glashüttenwerke
Wiegand Söhne GmbH
D 8641 Steinbach am Wald/Ofr.

6. Carl. Aug. Heinz Glashüttenwerke
D 8641 Kleintettau/Ofr.

7. Lüner Glashüttenwerke GmbH
D 4628 Altlünen/Post Lünen/Westf.
Döttelbeckstraße 89

8. Glashüttenwerke Ernst W. Müller GmbH
D 8831 Kipfenberg/Bayern

9. Noelle & von Campe Glashütte GmbH
D 3474 Boffzen/Weser über Höxter
Sollingstraße 14

10. Oberland-Glas GmbH
Glasfabrik Dr. Harry Wiegand
D 7954 Bad Wurzach/Allgäu

11. Spessarter Hohlglaswerke GmbH
D 8770 Lohr am Main
Rodenbacher Straße 38

12. Tettauer Glashüttenwerke AG
D 8641 Tettau/Oberfranken

13. Weck Glaswerk GmbH
D 5300 Bonn-Duisdorf

14. Verlica-Momignies S.A.
avenue de l'Astronomie 23
B 1030 Bruxelles

15. Bouteilleries Belges Réunies S.A.
rue Wauters 59
B 6040 Jumet

16. N.V. Vereenigde Glasfabrieken (United Glasswork)
Buitenhavenweg 114-116
NL Schiedam

17. Boussois-Souchon-Neuvesel (BSN) S.A.
22, boulevard Malesherbes
F 75008 Paris

18. Saint-Gobain Emballage S.A.
63, rue de Villiers
F 92209 Neuilly-sur-Seine

19. Verreries de Blanc-Misseron S.A.
26, rue de Mons
F 59 300 Valenciennes

20. Verrerie ouvrière d'Albi S.A.
146, avenue Dembourg
F 81003 Albi

21. Verreries du Puy-de-Dôme S.A.
25, rue du Général Foy
F 75008 Paris

22. Bordini-Miva Vetrerie Riunite SpA
Palazzo Saint-Gobain
Via E. Romagnoli 6
I 20 146 Milano

23. Aziende Vetrarie Italiane Ricciardi AVIR SpA
Largo Vasto a Chiaia 82
I 80 121 Napoli

24. Vetreria Italiana VETR.I.SpA
Via Garibaldi 101
I 17 043 Carcare (Savona)

Fatto a Bruxelles, il 15 maggio 1974.

Per la Commissione

Il Presidente

François-Xavier ORTOLI