

SCHEDA TEMATICA

DIRITTO DEI CARTELLI

Nonostante il termine diritto dei cartelli sia sconosciuto a molti, da quando nel 2004 sono state stabilite sanzioni più severe in caso di violazioni il rispetto delle norme in materia di diritto dei cartelli ha assunto sempre maggiore importanza. Il diritto dei cartelli mira alla protezione dell'istituzione della concorrenza efficace. L'obiettivo del seguente promemoria è riportare le principali norme e illustrare le conseguenze in caso di violazione delle stesse.

I. **Diritto dei cartelli**

➤ **Legge sui cartelli**

Il 6 ottobre 1995 la Confederazione ha emanato la legge federale sui cartelli e altre limitazioni della concorrenza (Legge sui cartelli, LCart). La legge mira a impedire, eliminare o eventualmente mitigare le limitazioni della concorrenza. Essa disciplina il comportamento concorrenziale degli attori sul mercato e ha introdotto un controllo sulle concentrazioni di imprese.

➤ **La Commissione della concorrenza (COMCO)**

La lotta alle limitazioni della concorrenza compete sostanzialmente alla Commissione della concorrenza (di seguito: COMCO), la quale può adottare misure ed emanare sanzioni nel quadro della procedura amministrativa ordinaria. I poteri della COMCO, tuttavia, vanno ben oltre: in base alla LCart, essa può pubblicare principi riguardanti l'applicazione delle leggi attraverso comunicazioni generali. A questa facoltà ha fatto per esempio ricorso nel caso della Comunicazione Automobili. Nonostante i tribunali civili non siano vincolati al rispetto di tali comunicazioni, queste ultime fungono da base per l'interpretazione delle norme in materia di diritto dei cartelli.

II. **Comportamenti proibiti**

La legge sui cartelli proibisce:

- gli accordi che intralciano la concorrenza e lo scambio di informazioni che potenzialmente potrebbero ostacolare la concorrenza (art. 5 LCart);
- l'abuso di una posizione dominante sul mercato (art. 7 LCart);
- la concentrazione di imprese che possa produrre una soppressione della concorrenza efficace (art. 9 e 10 LCart).

III. Accordi che intralciano la concorrenza (art. 5 LCart)

➤ Accordi in materia di concorrenza (art. 4 cpv. 1 LCart)

Gli accordi in materia di concorrenza sono le convenzioni nonché le pratiche concordate da imprese di livello economico identico o diverso, nella misura in cui si prefiggono o provocano una limitazione della concorrenza. Ricade nel campo di applicazione della legge qualsiasi forma consapevole e intenzionale di coordinamento del comportamento. Vi rientrano le *convenzioni scritte*, gli *accordi orali* e addirittura le *pratiche concordate*. Ciò comprende anche gli accordi consapevoli ma taciti. Può essere considerato come accordo persino lo scambio di informazioni sensibili in quanto lo stesso può dare luogo a una pratica concordata.

➤ Illiceità degli accordi in materia di concorrenza

Gli accordi in materia di concorrenza sono considerati illeciti solo se provocano la *soppressione della concorrenza efficace* o *intralciano notevolmente la concorrenza* e non sono giustificabili per motivi di efficienza economica. Tali accordi in materia di concorrenza possono presentarsi in forma tanto orizzontale quanto verticale.

➤ Accordi orizzontali

Gli accordi orizzontali in materia di concorrenza sono convenzioni o pratiche concordate tra imprese attive allo stesso livello di mercato (per es. accordi tra diversi rivenditori). Le norme in merito agli accordi verticali impongono ai rivenditori obblighi da rispettare nel rapporto con altri rivenditori.

Gli *accordi sui prezzi, sulle quantità e sulle zone* sono vietati perché in questi casi si presuppone la soppressione della concorrenza efficace. In caso di accordi di altro tipo, la COMCO deve prima dimostrare l'ostacolo alla concorrenza, cosa che è ad ogni modo senz'altro possibile. L'accordo con altri concorrenti di non rifornire determinati clienti rappresenta per esempio senza dubbio un accordo che intralcia la concorrenza.

Rispetto al settore dell'automobile, comportano la soppressione della concorrenza efficace (e pertanto sono vietati) in particolare gli accordi tra rivenditori in merito a prezzi / componenti di prezzo, sconti, margini, forfait di consegna, promozioni, offerte, prezzi per i veicoli in permuta e tariffe orarie.

➤ Accordi verticali

Gli accordi verticali in materia di concorrenza sono convenzioni o pratiche concordate tra imprese attive a diversi livelli di mercato (per es. accordi tra importatore e rivenditore). Anche le disposizioni dell'importatore nei confronti dei rivenditori possono rientrare tra gli accordi verticali. Per questo motivo, dalle clausole degli accordi verticali il rivenditore può trarre diritti e tutelarsi contro eventuali disposizioni dell'importatore che violino il diritto in materia di cartelli.

La soppressione di una concorrenza efficace è presunta in caso di accordi su prezzi minimi o fissi, nonché in caso di accordi relativi all'assegnazione di zone nell'ambito di contratti di distribuzione, per quanto vi si escludano vendite da parte di distributori esterni.

Con rispetto al settore dell'automobile, sono proibiti i prezzi raccomandati vincolanti, la fissazione di prezzi minimi, l'influenza indiretta sui prezzi di riacquisto (per es. sotto forma di penali contrattuali), la limitazione delle importazioni parallele o dirette oppure l'imposizione di divieti di esportazione.

IV. Abuso di una posizione dominante sul mercato (art. 7 LCart)

➤ Posizione dominante sul mercato (art. 4 cpv. 2 LCart)

Per imprese che dominano il mercato si intendono una o più imprese che per il tramite dell'offerta o della domanda sono in grado di comportarsi in modo ampiamente indipendente sul mercato rispetto agli altri partecipanti (concorrenti, fornitori o compratori).

Una posizione dominante sul mercato deve essere sempre valutata rispetto a un determinato mercato. Per quanto riguarda il ramo dell'automobile, non è ancora del tutto chiaro se si tratta di un mercato sistemico o di diversi mercati spot. In un mercato sistemico, dal punto di vista del partner commerciale la produzione e la vendita di un prodotto (per es. veicoli), inclusi i servizi situati a monte e a valle (per es. post-vendita e pezzi di ricambio) sono elementi complementari di un unico pacchetto di servizi. In un mercato spot, per contro, il mercato automobilistico (vendite), i mercati (specifici per marca) per i servizi d'officina (post-vendita) e per ulteriori prodotti complementari sono tutti considerati mercati indipendenti.

Così come la COMCO e la prassi dell'UE, una perizia dell'Università delle scienze applicate di Zurigo (ZHAW) risalente al 2019¹ parte dal presupposto che si tratti di mercati spot. Tuttavia, alcuni tribunali svizzeri divergono da tale parere e considerano il settore dell'automobile un mercato sistemico.

Quando esiste un mercato post-vendita specifico della marca, la casa costruttrice e l'importatore hanno regolarmente una posizione dominante sul mercato (art. 4 cpv. 2 LCart). Questo approccio presuppone la presenza nel ramo dell'automobile di mercati spot, cioè mercati differenti (vendita, post-vendita, pezzi di ricambio). Se si presuppone invece la presenza di un unico «mercato sistemico», non rimane più spazio per una valutazione separata del mercato post-vendita.

➤ Abuso

Una posizione dominante sul mercato motiva l'obbligo di accertarsi di non assumere comportamenti illeciti nei confronti delle imprese dipendenti.

In particolare, possono rappresentare casi di abuso di una posizione dominante sul mercato l'esclusione di attori di mercato, il rifiuto di effettuare consegne (per es. pezzi di ricambio), la pressione sui margini, i comportamenti esclusivi, il dumping dei prezzi e il raggruppamento di offerte.

V. Controllo delle concentrazioni di imprese (art. 9-10 LCart)

La Commissione della concorrenza può proibire la concentrazione di imprese qualora sia convinta che la concentrazione stessa crei o consolidi una posizione dominante sul mercato attraverso la quale possa essere soppressa la concorrenza efficace.

Dal punto di vista di una concessionaria, tale disposizione è meno rilevante poiché il verificarsi di una posizione dominante sul mercato è praticamente impossibile visto il numero eccessivo di altri rivenditori.

¹ https://www.agvs-upsa.ch/sites/default/files/global_files/xxx-adc-gutachten-marktabgrenzung.pdf

VI. Particolarità per il settore dell'automobile

➤ Comunicazione Automobili

In considerazione della particolare struttura del mercato nel settore dell'automobile, la COMCO ha emanato la cosiddetta Comunicazione Automobili al fine di stabilire una determinata regolamentazione specifica in merito agli accordi verticali.

➤ Norme interessate

La Comunicazione Automobili rafforza i diritti delle concessionarie e stabilisce in particolare:

- il divieto di stabilire premi dipendenti dal luogo di residenza dell'acquirente oppure dal luogo di immatricolazione
- il diritto del rivenditore al libero accesso e alla scelta dei pezzi di ricambio e della loro fonte di acquisto (sempre che siano qualitativamente equivalenti)
- il diritto all'esercizio della vendita multimarca
- il diritto del rivenditore autorizzato alla protezione minima dalla disdetta
- il diritto del rivenditore ad accedere a informazioni tecniche, utensili e formazione specialistica
- il diritto del rivenditore alla libera scelta dell'attività (divieto di obbligo ad attività abbinata: per es. vendita e assistenza).

Tuttavia, i tribunali civili non sono vincolati al rispetto della Comunicazione Automobili.

VII. Conseguenze giuridiche in caso di violazione

➤ Sanzioni finanziarie (art. 49a LCart)

In caso di violazioni delle norme in materia di diritto dei cartelli, la COMCO può condannare un'impresa inadempiente al pagamento di un importo fino al 10 per cento della cifra d'affari realizzata in Svizzera negli ultimi tre esercizi.

Le imprese danneggiate attraverso pratiche proibite ai sensi del diritto dei cartelli possono inoltre avviare un'azione di risarcimento dei danni contro le imprese inadempienti in questione.

VIII. Significato per il settore dell'automobile e i soci dell'UPSA

Per il settore dell'automobile tutto ciò ha due significati:

- I rivenditori possono *difendersi contro le violazioni delle norme in materia di diritto dei cartelli da parte dell'importatore.*
- I rivenditori devono *rispettare le disposizioni in materia di diritto dei cartelli nel rapporto con gli altri rivenditori.*

IX. Consulenza legale UPSA

Dopo aver letto questa scheda sul diritto dei cartelli avete ancora dubbi o domande specifiche? Contattate il [servizio legale dell'Unione](#). Il giurista dell'UPSA Tahir Pardhan (031 307 15 15, rechtsdienst@agvs-upsa.ch) sarà lieta di fornire una risposta alle vostre richieste telefoniche o scritte nel quadro di una prima consulenza gratuita. Nei casi più complessi potrà rendersi indispensabile ricorrere a un avvocato esterno. Proprio per questa eventualità, l'UPSA ha stipulato convenzioni con avvocate e avvocati nella Svizzera tedesca, nella Svizzera occidentale e in Ticino. Oltre

all'accesso a una rete capillare di giuriste e giuristi, i soci dell'UPSA potranno beneficiare di una tariffa oraria agevolata.