

## **AL12 - EUROSPIN/MODIFICA CONDIZIONI CONTRATTUALI CON FORNITORI**

*Provvedimento n. 25551*

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 9 luglio 2015;

SENTITO il Relatore Dottor Salvatore Rebecchini;

VISTO l'articolo 62 del Decreto-Legge 24 gennaio 2012, n. 1, recante *Disposizioni urgenti per la concorrenza, lo sviluppo delle infrastrutture e la competitività*, convertito con modificazioni dalla Legge 24 marzo 2012 n. 27, e successive modificazioni (di seguito, D.L. 1/2012);

VISTO il Decreto 19 ottobre 2012, n. 199 del Ministero delle Politiche Agricole Alimentari e Forestali *Regolamento di attuazione dell'articolo 62 del decreto legge 24 gennaio 2012, n.1 recante disposizioni urgenti per la concorrenza, lo sviluppo delle infrastrutture e la competitività convertito con modificazioni dalla legge 24 marzo 2012 n. 27* (di seguito, *Decreto di attuazione*);

VISTO il "Regolamento sulle procedure istruttorie in materia di disciplina delle relazioni commerciali concernenti la cessione di prodotti agricoli e alimentari" adottato con delibera dell'Autorità del 6 febbraio 2013, n. 24220 (di seguito, *Regolamento sulle procedure istruttorie*);

VISTO il proprio provvedimento del 26 novembre 2014, con il quale è stato disposto l'accertamento ispettivo, ai sensi dell'articolo 62, comma 8, del D.L. 1/2012 e dell'articolo 10 del *Regolamento sulle procedure istruttorie*, presso la sede di Eurospin Italia S.p.A.;

**VISTA** la propria delibera del 3 febbraio 2015, con la quale è stata disposta la proroga del termine di conclusione del procedimento, ai sensi dell'articolo 7, comma 3, del *Regolamento sulle procedure istruttorie*;

VISTI gli atti del procedimento;

### **I. LA PARTE**

1. Eurospin Italia S.p.A. (di seguito anche "Eurospin") è la società a capo del Gruppo Eurospin (di seguito anche il "Gruppo"), attivo nel settore della grande distribuzione organizzata e, in particolare, nel canale *discount*, con funzioni di *holding* e gestione delle attività strategiche di acquisto, ricerca e sviluppo, formazione, *logistica*, *marketing* e controllo di gestione. Fanno parte del Gruppo cinque società italiane (Spesa intelligente, Eurospin Tirrenica, Eurospin Lazio, Eurospin Puglia e Eurospin Sicilia) e una società slovena (Eurospin Eko).

2. Il Gruppo Eurospin è, a livello nazionale, *leader* nel canale *discount* in termini di numero di punti vendita (attualmente oltre 1000) e di fatturato (pari a 3.878.762.740 euro nell'anno 2013), con una quota di mercato pari a circa il 32%<sup>1</sup>. Il Gruppo ha una quota pari al 4,8% dell'intero mercato nazionale della distribuzione moderna (comprensiva di supermercati, ipermercati, liberi servizi e *discount*)<sup>2</sup>.

3. Eurospin Italia nell'anno 2013 ha realizzato un fatturato pari a 16.204.758 euro.

### **II. LA PRATICA COMMERCIALE**

4. Il procedimento concerne la condotta commerciale posta in essere da Eurospin Italia consistente nella previsione di due oneri economici, per "servizi di segreteria" o "di centrale" e "premi di fine periodo", a carico dei fornitori di prodotti agricoli e alimentari del Gruppo Eurospin, stabiliti negli articoli 17 e 18 delle condizioni generali di contratto in vigore dal 2012.

5. In particolare, tale condotta commerciale, in presenza di un significativo squilibrio di forza tra le parti del contratto di fornitura di prodotti agricoli e alimentari, potrebbe essersi tradotta concretamente in una imposizione da parte di Eurospin Italia di condizioni negoziali ingiustificatamente gravose, in violazione dell'articolo 62, comma 1 e comma 2, lettera a), c), d) ed e), del D.L. 1/2012 e dell'articolo 4, comma 1 e comma 2, lettera a) del Decreto di attuazione n. 199/2012.

### **III. LE RISULTANZE DEL PROCEDIMENTO**

#### **1) L'iter del procedimento**

##### **1.1 Attività preistruttoria**

6. Con comunicazione del 4 giugno 2014 un'associazione, nell'interesse di talune imprese produttrici di beni agroalimentari, segnalava la condotta abusiva posta in essere da Eurospin in violazione dell'articolo 62, comma 2, del D.L. 1/2012 e dell'articolo 4, comma 2, del *Decreto di attuazione*. In particolare, l'associazione segnalava l'invio, da

---

<sup>1</sup> [Cfr. *Relazione sulla gestione del bilancio al 31/12/2013 (doc. 1.5).* ]

<sup>2</sup> [Fonte dati Nielsen settembre 2014.]

parte di Eurospin, di una e-mail avente ad oggetto: "Condizioni generali per la fornitura di prodotti agricoli e alimentari del gruppo Eurospin – contratto n. \_\_\_\_ del \_\_\_\_ - Proposta di modifica", contenente la previsione di due nuovi contributi a carico dei fornitori, con decorrenza dal [omissis]<sup>3</sup>. 1. "(articolo 17) per i servizi cd. di centrale [...] un importo pari al [inferiore all'1%] del fatturato sviluppato da tutte le società operative" e 2. "(articolo 18) [...] a ciascuna delle società operative a titolo di "premio di fine periodo" un importo pari al [inferiore all'1%] del fatturato sviluppato con il fornitore" (sottolineature aggiunte)<sup>4</sup>.

7. Il 15 luglio 2014, è stata inviata all'associazione denunciante una richiesta di informazioni, ai sensi dell'articolo 4 del Regolamento sulle procedure istruttorie, volta all'identificazione degli operatori economici destinatari della proposta di modifica, asseritamente danneggiati dalla condotta abusiva di Eurospin. Il 16 settembre 2014, l'associazione comunicava la cessazione di interesse in merito alla propria precedente segnalazione<sup>5</sup>.

## 1.2 Attività istruttoria

8. In relazione alla condotta oggetto di segnalazione, il 26 novembre 2014 è stato disposto l'avvio d'ufficio del procedimento istruttorio AL12, volto a valutare l'eventuale sussistenza di una condotta commerciale sleale posta in essere dalla società Eurospin ai sensi dell'articolo 62, comma 1 e comma 2, lettera a), c), d) ed e), del D.L. 1/2012 e dell'articolo 4, comma 1 e comma 2, lettera a) del Decreto di attuazione.

9. In particolare, in sede di avvio si ipotizzava che, in presenza di un significativo squilibrio di forza commerciale tra la holding Eurospin e taluni dei fornitori di prodotti agricoli e alimentari del Gruppo, l'invio della proposta di modifica delle condizioni generali di contratto, oggetto della segnalazione, potesse rappresentare una forma di imposizione indebita e arbitraria di contributi economici ingiustificatamente gravosi e da liquidarsi in forma retroattiva.

10. La comunicazione di avvio è stata consegnata a Eurospin il 3 dicembre 2014; contestualmente sono stati condotti accertamenti ispettivi presso la sede legale della società.

11. In base alla documentazione acquisita nel corso del procedimento, anche a seguito degli accertamenti ispettivi, è emerso che in realtà i due oneri economici per "servizi di segreteria" o "di centrale" e "premio di fine periodo" non erano stati introdotti *ex novo* con la proposta di modifica contestata in avvio, ma erano già previsti negli articoli 17 - Servizi di segreteria - e 18 - Premi di fine periodo - delle condizioni generali del contratto di cessione in vigore dal 2012 con tutti i fornitori di prodotti agricoli e alimentari del Gruppo. Con la comunicazione contestata in avvio la società ha proposto ai propri fornitori una revisione delle percentuali dei due contributi [omissis].

12. Pertanto, in data 3 febbraio 2015, è stata disposta l'integrazione oggettiva del procedimento in ordine alle previsioni degli articoli 17 e 18 delle condizioni generali del contratto di cessione in vigore dall'anno 2012 con tutti i fornitori del Gruppo. Contestualmente l'Autorità ha deliberato di prorogare il termine di conclusione del procedimento.

13. Eurospin ha fornito riscontro alle richieste di informazioni formulate in sede ispettiva e contestualmente alla integrazione oggettiva del procedimento e ha presentato memorie difensive il 22 dicembre 2014, il 2 e il 22 gennaio 2015, il 2 marzo 2015 e il 19 giugno 2015. La società è stata sentita in audizione il 5 febbraio 2015 e il 22 maggio 2015.

14. Le associazioni Centromarca - Centro di studi e coordinamento tra industrie di beni di consumo e CIA - Confederazione Italiana Agricoltori hanno presentato istanza di partecipazione rispettivamente il 20 e il 27 gennaio 2015. In data 9 febbraio 2015 è stato dato positivo riscontro alle istanze di partecipazione. Il 17 marzo è stata inoltrata alle due associazioni una richiesta di informazioni; Centromarca ha fornito riscontro in data 17 aprile 2015.

15. In data 11 marzo 2015 sono state inoltrate specifiche richieste di informazioni ai ventotto fornitori del Gruppo ai quali sono risultate effettivamente applicate le percentuali di contributo e di sconto oggetto della originaria segnalazione, contestate in sede di avvio di procedimento. Tra il 20 marzo 2015 e il 28 aprile 2015 sono pervenute le risposte da parte di ventuno fornitori.

16. In data 4 giugno 2015 è stata comunicata alle Parti la data di conclusione della fase istruttoria ai sensi dell'articolo 16, comma 1, del Regolamento.

## 2) Le evidenze acquisite

### 2.1 Il Gruppo Eurospin ed il ruolo della holding Eurospin Italia

17. In base alle informazioni rese e alla documentazione acquisita nel corso del procedimento, è emerso che la holding Eurospin Italia svolge il ruolo di centrale di acquisto in favore delle sei società operative del Gruppo (Spesa intelligente, Eurospin Tirrenica, Eurospin Lazio, Eurospin Puglia e Eurospin Sicilia, Eurospin Eko)<sup>6</sup>, individuando i fornitori di prodotti agricoli e alimentari destinati a far parte dell'assortimento a livello nazionale e occupandosi direttamente anche della negoziazione e stipula delle condizioni generali del contratto di cessione (identiche per tutti i fornitori)<sup>7</sup>.

<sup>3</sup> [Nella presente versione alcuni dati sono omissi, in quanto si sono ritenuti sussistenti elementi di riservatezza o di segretezza delle informazioni.]

<sup>4</sup> [Tale comunicazione è stata allegata alla richiesta di intervento (cfr. docc. 1.1 e 1.2).]

<sup>5</sup> [Cfr. docc. 1.3 e 1.4.]

<sup>6</sup> [Cfr. contratti di fornitura di servizi (cfr. docc. 1.9 all. 7-11).]

<sup>7</sup> [cfr. doc. 1.9 all. 12.]

18. Il modello adottato nei punti vendita del Gruppo Eurospin è caratterizzato da un assortimento rigorosamente limitato ai prodotti a marchio proprio (cd. *private label*), con totale esclusione dei prodotti di marca (cd. *branded*). La commercializzazione dei prodotti *private label* è connotata dalle seguenti peculiarità: *i.* in genere, in relazione a ciascuna categoria merceologica viene utilizzato un solo marchio proprio; *ii.* in relazione a ciascuna categoria merceologica vengono, poi, normalmente utilizzati diversi fornitori, tenuti a rispettare prefissati *standard* qualitativi; *iii.* sulle confezioni dei prodotti a marchio proprio non viene indicata la denominazione del produttore (che dunque non è conoscibile dal consumatore acquirente), ma, conformemente alla normativa vigente, solo la sede dello stabilimento di produzione.

## 2.2 Le condizioni generali di contratto con i fornitori del Gruppo – le previsioni degli articoli 17 - Servizi di segreteria - e 18 - Premi di fine periodo

19. In base alle informazioni rese e alla documentazione acquisita nel corso del procedimento, è emerso che attualmente fanno parte dell'assortimento a livello nazionale, rifornendo tutte le società operative del Gruppo, *[omissis]* imprese produttrici di beni agricoli e alimentari e che la *holding* Eurospin Italia ha sottoscritto con esse identiche condizioni generali di contratto.

20. I due oneri economici oggetto di contestazione sono previsti negli articoli 17 – *Servizi di segreteria* e 18 – *Premi di fine periodo* delle condizioni generali del contratto di fornitura in vigore dal 2012. *[omissis]*, Eurospin ha inviato ai propri fornitori la comunicazione avente ad oggetto "*Condizioni generali per la fornitura di prodotti agricoli e alimentari del gruppo Eurospin – contratto n. \_\_\_\_ del \_\_\_\_ - Proposta di modifica*", con la quale ha proposto ad essi una revisione delle percentuali dei due oneri.

21. Nello specifico nel corso dell'istruttoria svolta è emerso che:

- *[omissis]*, esistevano diverse tipologie di voci di addebito a carico dei fornitori di prodotti agricoli e alimentari del Gruppo. In particolare, erano previsti: *[omissis]*;

- *[omissis]* Eurospin ha modificato le condizioni generali del contratto di cessione con i fornitori di prodotti agricoli e alimentari del Gruppo, semplificando tutti i citati oneri economici e riducendoli a due soli: 1) il primo per i servizi definiti "di segreteria" o "di Centrale" (articolo 17 – *Servizi di segreteria*), da corrispondere alla Capogruppo e calcolato in percentuale rispetto al fatturato sviluppato dal fornitore con tutte le società operative; 2) il secondo a titolo di premio di fine periodo (articolo 18 – *Premi di fine periodo*), da corrispondere a ciascuna delle società operative e calcolato in percentuale rispetto al fatturato realizzato dal fornitore con ciascuna di esse;

- la percentuale prevista per i "servizi di segreteria" o "di centrale" è allo stato uguale per tutti i fornitori (*[inferiore all'1%*]) e raccoglie in un'unica voce i precedenti oneri diversificati. Tale onere rappresenta il corrispettivo dei servizi complessivamente resi dal distributore ai fornitori, come previsto nell'articolo 17 delle condizioni generali di contratto;

- la percentuale del "*premio di fine periodo*" è, allo stato, *[omissis]*. Tale onere economico rappresenta uno sconto che viene riconosciuto contrattualmente dal fornitore alle società operative del Gruppo Eurospin acquirenti del/i proprio/i prodotto/i;

- *[omissis]*, le percentuali dei servizi di segreteria o di centrale e dei premi di fine periodo sono state, poi, rimodulate tramite l'invio della comunicazione avente ad oggetto "*Condizioni generali per la fornitura di prodotti agricoli e alimentari del gruppo Eurospin – contratto n. \_\_\_\_ del \_\_\_\_ - Proposta di modifica*".

## 2.3 Le risposte dei fornitori del Gruppo interpellati

22. Dalle risposte fornite, tra il 20 marzo e il 28 aprile 2015, da ventuno dei ventotto fornitori del Gruppo Eurospin (a cui sono risultate applicate le percentuali dello *[inferiore all'1%*] e dello *[inferiore all'1%*] di contributi contestate in avvio e ai quali sono state inviate specifiche richieste di informazioni), è emerso che:

- i fornitori del Gruppo hanno dimensioni diversificate, comprendendo sia società medio grandi (con un fatturato superiore ai 50.000.000 euro), sia piccole imprese (con fatturati inferiori ai 10.000.000 di euro);

- l'incidenza percentuale sul fatturato totale del fatturato realizzato con il Gruppo Eurospin varia, a seconda dei fornitori, da un minimo del *[omissis]* fino ad un massimo del *[omissis]* (in un solo caso);

- tutti i fornitori hanno rapporti commerciali con altre organizzazioni della grande distribuzione, anche se il Gruppo Eurospin rappresenta senz'altro un cliente "qualificato", trattandosi di un *player* importante nello scenario distributivo e *leader* di mercato con riferimento al canale *discount*;

- il contributo previsto dall'articolo 17 "*servizi di segreteria*" viene considerato, da pressoché tutti i fornitori, proporzionato rispetto al servizio reso dal distributore, consistente nell'accentramento in capo alla Capogruppo dell'attività di contrattazione e gestione del rapporto negoziale, nonché di supporto nello svolgimento di specifiche attività (ad esempio definizione delle promozioni), per conto delle diverse società operative;

- per alcuni dei fornitori il passaggio ad un contributo unico per i servizi di segreteria o di centrale ha comportato un onere minore, o comunque, non ha comportato significative differenze;

- lo sconto previsto dall'articolo 18 "*premio di fine periodo*" viene concordato in sede di stipula e/o rinnovo del contratto ed è sostanzialmente considerato nel calcolo del prezzo di cessione dei prodotti;

- la misura della percentuale dello sconto è in linea con quelle applicate da altri importanti operatori della GDO;

- solo uno dei fornitori interpellati ha rilevato che il passaggio ad un contributo unico per servizi di segreteria, che ha tuttavia comportato per esso un onere minore, non è stato oggetto di negoziazione, così come la previsione dei

premi di fine periodo, che sono decisi dal distributore. La società, di piccole dimensioni, ha realizzato negli ultimi tre anni con il Gruppo Eurospin una percentuale compresa tra il [omissis] del proprio fatturato totale. A supporto delle proprie affermazioni la società non ha fornito alcuna documentazione.

#### **2.4 Il contributo di Centromarca**

**23.** L'associazione Centromarca ha fornito il suo contributo in data 17 aprile 2014. L'associazione ha sottolineato che la struttura del rapporto commerciale fornitore-distributore nel canale *discount* è improntata alla massima semplificazione possibile: il punto di partenza della negoziazione delle condizioni di acquisto tra produttori e *discount* è tendenzialmente il prezzo netto-netto in fattura, in molti casi assimilabile ad un listino "già scontato". In questo canale, gli investimenti commerciali extra-fattura (*trade spending*), tipici della relazioni con la GDO, sono pressoché assenti perché già inclusi nella costruzione del prezzo netto-netto.

**24.** Centromarca ha evidenziato che, in ogni caso, l'accettazione di eventuali richieste di contribuzioni aggiuntive dovrebbe essere una libera scelta del produttore e, eventualmente, indirizzata a servizi aggiuntivi o controprestazioni effettive, che portino un beneficio reale al prodotto e al consumatore.

**25.** Secondo Centromarca esiste, inoltre, un ulteriore aspetto particolarmente rilevante nella relazione tra industria e *discount* relativo al grado di sostituibilità di un fornitore; il fatto che le catene *discount* siano proprietarie, come Eurospin, dei marchi presenti a scaffale comporta che esse detengano tutte le informazioni relative alle caratteristiche di prodotto e *packaging*. Questo, unitamente al fatto che vi sono più imprese industriali che forniscono alla catena *discount* il medesimo prodotto, rende estremamente vulnerabile il singolo fornitore che si trova, quindi, in una posizione di accentuato squilibrio nella relazione commerciale proprio a causa dell'elevato grado di sostituibilità. Centromarca ha rilevato, infine, che, sulla base delle dinamiche di mercato 2010-2014, il *discount* è risultato l'unico canale di vendita in crescita e all'interno di questo canale la rilevanza di Eurospin è cresciuta in questo stesso periodo.

#### **3) Le argomentazioni difensive della Parte**

**26.** Nelle memorie difensive prodotte nel corso del procedimento, Eurospin Italia ha contestato la comunicazione di avvio del procedimento, sollevando una serie di riserve sia sotto il profilo procedurale, che sul merito del caso. In particolare, la società ha rilevato quanto segue:

- l'Autorità ha avviato d'ufficio il procedimento istruttorio ex articolo 62 D.L. 1/2012, pur in assenza di un "denunciante" rispetto al quale valutare *ex ante* la sussistenza del presupposto di applicazione della norma, ossia la presenza di un significativo squilibrio di forza negoziale tra le parti di un contratto di fornitura di beni agricoli e alimentari. L'Autorità avrebbe dovuto, invece, dichiarare irricevibile la segnalazione pervenuta, in quanto priva degli elementi essenziali, ai sensi dell'articolo 4, comma 4, del *Regolamento sulle procedure istruttorie*;
- la legge richiede all'Autorità di compiere una valutazione, in concreto, della sussistenza di un significato squilibrio di potere tra le "parti" di un contratto di fornitura e non, in astratto, come invece operato in sede di comunicazione di avvio;
- dal punto di vista dei fornitori, il mercato rilevante non sarebbe circoscrivibile al segmento *discount* (su cui Eurospin è *leader* di mercato), ma è rappresentato dal mercato più ampio della cd. Distribuzione moderna (Iper+Super+Libero Servizio+Discount). Nel contesto della distribuzione moderna Eurospin è il settimo Gruppo in Italia con una quota di mercato pari a circa il 5%<sup>8</sup>;
- Eurospin conclude con i fornitori i contratti di acquisto per i prodotti destinati a costituire l'assortimento di tutti i punti vendita ad insegna "Eurospin", che verranno poi acquistati dalle singole società del Gruppo. L'unico interlocutore, sia in fase di trattativa che in fase di stipula e di successiva esecuzione del contratto, è, dunque, Eurospin Italia;
- Eurospin ha deciso di raggruppare in un'unica voce denominata "*servizi di segreteria*" o "*cd. di centrale*", espressa in misura percentuale sul fatturato realizzato con il Gruppo, tutti i precedenti contributi diversificati per ragioni di efficienza e semplificazione;
- tale voce - quantificabile all'atto di sottoscrizione del contratto e comprensiva di tutti i servizi che la Capogruppo svolgeva e svolge in favore dei fornitori (quali la gestione centralizzata non soltanto della trattativa, ma anche di tutte le problematiche e questioni inerenti l'esecuzione dei contratti) avrebbe comportato una sensibile semplificazione amministrativa nella gestione dei corrispettivi da parte dei fornitori;
- il passaggio al contributo unico per servizi di segreteria o di centrale non ha comportato un aumento dell'onere economico per tutti i fornitori, in quanto per alcuni non vi è stata sostanziale modifica nella contribuzione, mentre per altri vi è stata anzi una diminuzione dell'importo dovuto;
- la misura di tali servizi sarebbe commisurata all'entità delle controprestazioni offerte da Eurospin Italia e, rapportata a quelle degli altri operatori della GDO, risulterebbe estremamente contenuta e proporzionata;
- quanto al "premio di fine periodo" si tratta di uno sconto di fine periodo concordato con il fornitore in sede di stipula del contratto o di rinnovo. Il fornitore sarebbe, quindi, in grado di prevedere l'impatto del premio sul proprio conto economico in anticipo rispetto al periodo di fornitura;
- [omissis]. Contestualmente alle percentuali di premio, sono stati oggetto di discussione anche i prezzi di listino in ragione della stretta connessione delle due voci. All'esito delle trattative, le nuove percentuali concordate sono state

---

<sup>8</sup> [Fonte GNLC edizione febbraio 2015. ]

formalizzate attraverso la proposta di modifica contrattuale [omissis], contestata in sede di avvio. [Omissis]. La misura di questo sconto (minima se si ha riguardo anche alle percentuali degli operatori concorrenti), il meccanismo di funzionamento (ancorato al fatturato) la sua previsione a livello contrattuale escluderebbero ogni profilo di illiceità, essendo elemento che il fornitore già considera in fase di contrattazione del prezzo del prodotto;

- le modifiche delle percentuali del premio [omissis] non avrebbero comportato per tutti i fornitori un aumento, in quanto [omissis] per taluni ha significato una diminuzione del premio;
- la piena correttezza della condotta commerciale tenuta da Eurospin emerge chiaramente dal contenuto delle risposte fornite dai fornitori interpellati all'Autorità.

#### IV. VALUTAZIONI E CONCLUSIONI

**27.** Come noto, l'articolo 62 del D.L. 1/2012 ha attribuito all'Autorità garante della concorrenza e del mercato una nuova competenza in materia di relazioni commerciali tra operatori della filiera agro-alimentare, qualificando come illeciti amministrativi una serie di condotte abusive poste in essere nel contesto di rapporti contrattuali di cessione di prodotti agricoli e alimentari, con la previsione di sanzioni amministrative pecuniarie<sup>9</sup>.

**28.** Le modalità applicative dell'articolo 62 sono state definite nel successivo *Decreto di attuazione* n. 199/2012, che ne ha delimitato, altresì, l'ambito di applicazione alle "relazioni economiche tra gli operatori della filiera alimentare connotate da un significativo squilibrio nelle rispettive posizioni di forza commerciale" (articolo 1 "Ambito di applicazione"). L'articolo 4 del *Decreto di attuazione* rubricato "Pratiche commerciali sleali" ha poi ribadito, al suo secondo comma, che "Le disposizioni di cui all'articolo 62, comma 2, del D.L. 1/2012 [...] vietano qualsiasi comportamento del contraente che, abusando della propria maggior forza commerciale, imponga condizioni contrattuali ingiustificatamente gravose [...]".

**29.** L'articolo 62 D.L. 1/2012 stabilisce, al suo primo comma, precisi requisiti di forma e di contenuto per i contratti che abbiano ad oggetto la cessione dei prodotti agricoli e alimentari, ad eccezione di quelli conclusi con il consumatore finale, vietando poi espressamente talune pratiche commerciali ritenute sleali, che vengono elencate, in via esemplificativa, nel secondo comma. In particolare, i contratti di cessione devono essere informati ai principi di trasparenza, correttezza, proporzionalità e reciproca corrispettività delle prestazioni con riferimento ai beni forniti. Tra le fattispecie specificamente vietate rientrano le seguenti condotte: "a) imporre direttamente o indirettamente condizioni di acquisto, di vendita o altre condizioni contrattuali ingiustificatamente gravose, nonché condizioni extraccontrattuali e retroattive; [...] c) subordinare la conclusione, l'esecuzione dei contratti e la continuità e regolarità delle medesime relazioni commerciali alla esecuzione di prestazioni da parte dei contraenti che, per loro natura e secondo gli usi commerciali, non abbiano alcuna connessione con l'oggetto degli uni e delle altre; d) conseguire indebite prestazioni unilaterali, non giustificate dalla natura o dal contenuto delle relazioni commerciali; e) adottare ogni ulteriore condotta commerciale sleale che risulti tale anche tenendo conto del complesso delle relazioni commerciali che caratterizzano le condizioni di approvvigionamento".

**30.** In aggiunta alle previsioni sopra richiamate, l'articolo 4, comma 2, del *Decreto di attuazione* vieta qualsiasi comportamento del contraente che "abusando della propria maggiore forza contrattuale, imponga condizioni ingiustificatamente gravose, tra cui in particolare quelle che "a) prevedano a carico di una parte l'inclusione di servizi e/o prestazioni accessorie rispetto all'oggetto principale della fornitura [...] senza alcuna connessione oggettiva, diretta e logica con la cessione del prodotto oggetto del contratto".

**31.** L'elenco dei divieti di cui all'articolo 62, comma 2, e all'articolo 4, comma 2, del *Decreto di attuazione* è, infine, integrato dai principi di buone prassi e pratiche sleali individuati dalla Commissione europea e dai rappresentanti della filiera agro-alimentare nell'ambito del Forum di Alto livello per il miglior funzionamento della filiera agro-alimentare. L'articolo 4, comma 1, del *Decreto di attuazione* dispone, infatti, che rientra nella definizione di "condotta commerciale sleale" di cui all'articolo 62, comma 2, anche il mancato rispetto di tali prassi, che vengono allegare al testo del *Decreto*.

**32.** Infine, sia l'articolo 62, comma 8, del D.L. 1/2012 che l'articolo 4, commi 1 e 4, del *Regolamento sulle procedure istruttorie*<sup>10</sup> prevedono espressamente la possibilità per l'Autorità di intervenire d'ufficio, in assenza di istanza di intervento da parte di un soggetto interessato ovvero a fronte di segnalazioni pervenute da parte di associazioni di categoria o di altri soggetti terzi.

---

<sup>9</sup> [Per una disamina approfondita della ratio, dei presupposti di applicazione e delle fattispecie previste dall'art. 62 si rinvia alla II Parte "Le relazioni verticali GDO-fornitori e gli strumenti di intervento dell'Autorità antitrust", Capitolo IV "Articolo 62 della l. n. 27/2012 e articolo 9 della l. n. 192/98 come strumenti alternativi di tutela contro il buyer power", dell'Indagine conoscitiva condotta dall'Autorità sulla Grande distribuzione organizzata (delibera n. 24465 del 24/07/2013 "IC43 - SETTORE DELLA GRANDE DISTRIBUZIONE ORGANIZZATA", Boll. 31/2013).]

<sup>10</sup> [Cfr. art. 62 "8. All'accertamento delle violazioni, l'Autorità provvede d'ufficio o su segnalazione di qualunque soggetto interessato" e art. 4 - Istanza di intervento- "1. Fatta salva la possibilità per l'Autorità di intervenire d'ufficio [...] 4. [...] Resta ferma in ogni caso la possibilità per l'Autorità di procedere d'ufficio ad ulteriori approfondimenti ai fini di un eventuale avvio di istruttoria ai sensi dell'articolo 6, anche a fronte di segnalazioni pervenute da parte di associazioni di categoria o da altri soggetti terzi".]

Ciò in quanto, tra le altre, una problematica da non sottovalutare nell'applicazione concreta della disposizione in esame è rappresentata da quello che in ambito comunitario è stato definito il cd. "fattore paura"<sup>11</sup>. Tale fattore impedirebbe, di fatto, alla parte più debole di un contratto di fornitura di denunciare le pratiche commerciali sleali subite dalla controparte dotata di maggior forza commerciale, nel timore di un'interruzione dei rapporti negoziali in essere o comunque di subire ritorsioni sulla propria attività commerciale.

**33.** Ciò premesso, in avvio di procedimento si è ritenuto che la posizione di primato in termini di numero di punti di vendita e di fatturato, ma anche di frequenza di accesso e di fedeltà da parte del cliente, detenuta dal Gruppo Eurospin nel mercato della distribuzione organizzata con riferimento al canale *discount*, comportasse per la *holding* Eurospin Italia la possibilità concreta di esercitare una forte pressione commerciale nei confronti dei propri fornitori di prodotti agricoli e alimentari.

**34.** Tuttavia, le evidenze acquisite nel corso del procedimento hanno evidenziato che nel caso in esame non vi sono elementi sufficienti per considerare la condotta commerciale posta in essere da Eurospin - consistente nella previsione, a carico dei fornitori di prodotti agricoli ed alimentari del Gruppo, di due oneri economici per "servizi di segreteria" o "di centrale" e "premi di fine periodo", (artt. 17 e 18 delle condizioni generali di contratto in vigore dal 2012) - quale fattispecie di condotta commerciale sleale ai sensi dell'articolo 62, comma 1 e comma 2, lettera a), c), d) ed e), del D.L. 1/2012 e dell'articolo 4, comma 1 e comma 2, lettera a) del *Decreto di attuazione*, come prospettato in sede di comunicazione di avvio.

**35.** Infatti, dall'esame dei documenti acquisiti agli atti del fascicolo istruttorio, anche ad esito degli accertamenti ispettivi svolti presso la sede della società, e, in particolare, dal tenore delle risposte fornite dalle imprese interpellate nel corso del procedimento, non è possibile inferire che Eurospin Italia abbia, in qualche modo, abusato della propria maggior forza commerciale per imporre, unilateralmente, ai fornitori di prodotti agricoli ed alimentari del Gruppo, o a taluni tra essi, condizioni contrattuali che possano considerarsi ingiustificatamente gravose.

**36.** In particolare, i fornitori del Gruppo, destinatari di una specifica richiesta di informazioni sul punto, hanno rilevato che i due contributi per "servizi di segreteria o di centrale" e per "premi di fine periodo" sono stati in realtà concordati con il distributore in sede di conclusione/rinnovo delle condizioni generali del contratto di cessione, e non da esso pretesi in virtù di pressioni o condizionamenti indebiti.

Più precisamente, la modifica contrattuale inizialmente contestata in sede di avvio di procedimento è avvenuta successivamente ad una fase di trattative tra Eurospin e i fornitori interessati e in costanza di rapporto negoziale. La modifica contrattuale non era quindi istitutiva di nuove voci di addebito – perché già previste nel contratto – né unilaterale – perché previamente concordata – né retroattiva, atteso che in costanza di rapporto le nuove percentuali venivano negoziate con una tempistica coerente con l'inizio del nuovo anno contrattuale ([*omissis*]).

**37.** Inoltre, i fornitori non ritengono che le percentuali dei due oneri per "servizi di segreteria" o "di centrale" e "premio di fine periodo", calcolate sul fatturato realizzato con le società operative, portino ad un esborso economico "ingiustificatamente gravoso": *i.* i servizi di segreteria appaiono, infatti, sostanzialmente proporzionati ai servizi resi dalla *holding* del Gruppo, costituiti dall'accentramento in capo ad una sola società di tutte le attività connesse alla negoziazione ed esecuzione dei contratti (tra cui sono ricompresi anche quei servizi che [*omissis*] erano, invece, singolarmente addebitati ai fornitori); *ii.* i premi di fine periodo sono oggetto di negoziazione tra le parti e vengono considerati ai fini della determinazione del prezzo di cessione dei prodotti; *iii.* le percentuali applicate ai fornitori interpellati e contestate in sede di avvio di procedimento appaiono contenute (in quanto inferiori all'1%) rispetto a quelle generalmente applicate dalla GDO.

RITENUTO, pertanto, sulla base e nei limiti delle considerazioni suesposte, che la condotta commerciale in esame non presenti, allo stato, elementi sufficienti ad integrare una violazione dell'articolo 62 del D.L. 1/2012 e dell'articolo 4 del Regolamento di attuazione;

#### DELIBERA

che la condotta commerciale descritta al punto II del presente provvedimento, posta in essere dalla società Eurospin Italia S.p.A., non presenta, allo stato, elementi sufficienti ad integrare una violazione dell'articolo 62 del D.L. 1/2012 e dell'articolo 4 del *Decreto di attuazione*.

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

Avverso il presente provvedimento può essere presentato ricorso al TAR del Lazio, ai sensi dell'articolo 135, comma 1, lettera *b*), del Codice del processo amministrativo (Decreto Legislativo 2 luglio 2010, n. 104), entro sessanta giorni dalla data di comunicazione del provvedimento stesso, fatti salvi i maggiori termini di cui all'articolo 41, comma 5, del Codice del processo amministrativo, ovvero può essere proposto ricorso straordinario al Presidente della Repubblica ai

---

<sup>11</sup> [Cfr. *Libro Verde sulle pratiche commerciali sleali nella catena di fornitura alimentare e non alimentare tra imprese in Europa COM(2013) 37 del 31 gennaio 2013 e Comunicazione della Commissione al Parlamento Europeo, al Consiglio, al Comitato Economico e Sociale Europeo e al Comitato delle Regioni, Strasburgo, 15.7.2014 COM(2014) 472 final.*]

sensi dell'articolo 8 del Decreto del Presidente della Repubblica 24 novembre 1971, n. 1199 entro il termine di centoventi giorni dalla data di comunicazione del provvedimento stesso.

IL SEGRETARIO GENERALE

*Roberto Chieppa*

IL PRESIDENTE

*Giovanni Pitruzzella*