

DECISIONE DELLA COMMISSIONE

del 15 luglio 1975

**relativa ad una procedura ai sensi dell'articolo 85 del trattato CEE (IV/27.000 —
Regolamenti IFTRA per i produttori di alluminio grezzo)**

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

(75/497/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 6 febbraio 1962⁽¹⁾, in particolare gli articoli 1, 3 e 4,

vista la notificazione presentata il 28 aprile 1972, ai sensi dell'articolo 4 paragrafo 1 del regolamento n. 17/62, in nome dell'« International Fair Trade Practice Rules Administration » (IFTRA), Vaduz (Liechtenstein), e delle imprese firmatarie dell'accordo del 27 aprile 1972 denominato « Norme IFTRA per i produttori di alluminio grezzo »,

sentite le imprese in causa a norma dell'articolo 19, paragrafo 1 del regolamento 17/62 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, richiesto a norma dell'articolo 10 del regolamento n. 17 il 23 aprile 1975;

I

I FATTI

A. Le norme IFTRA

Le « Norme IFTRA per i produttori di alluminio grezzo » (in appresso denominate « Norme IFTRA ») sono applicabili al commercio dell'alluminio grezzo. Esse sono state adottate da quasi tutti i produttori di alluminio grezzo della CEE e dalla maggior parte dei produttori dei paesi dell'Europa occidentale non appartenenti alla CEE.

Le norme IFTRA sono suddivise in tre parti: l'« Anti-Dumping Agreement »⁽³⁾ (documento 1), le « Fair Trade Practice Rules »⁽⁴⁾ (documento 2) e il « Contract of Commitment and Legal Protection »⁽⁵⁾ (documento 3). L'« Anti-Dumping Agreement » sancisce l'obbligo per le parti contraenti di astenersi da pratiche di dumping, con una formulazione che è identica a quella utilizzata nella clausola 2 del gruppo A delle « Fair Trade Practice Rules », ma le parti hanno fatto presente che il documento relativo all'« Anti-Dumping Agreement » non è stato firmato.

Le disposizioni essenziali del « Fair Trade Practice Rules » sono riportate qui di seguito, unitamente ad alcuni estratti e ad un riassunto delle disposizioni del « Contract of Commitment and Legal Protection »⁽⁶⁾.

(1) GU n. 13 del 21. 2. 1962, pag. 204/62.

(2) GU n. 127 del 20. 8. 1963, pag. 2268/63.

(3) o « Accordo contro il Dumping ».

(4) o « Norme di comportamento leale nelle attività commerciali ».

(5) o « Contratto di adesione e di tutela legale ».

(6) Cfr in allegato la traduzione ufficiosa delle norme citate da pagina 3 a pagina 10 del presente progetto.

'Document 2

IFTRA

Fair trade practice rules for producers of virgin aluminium for the European markets

Introduction

Protection and promotion of true competition make it imperative to refrain from and fight unfair trade practices and all other falsifications of competition.

The undersigned expresses therefore by group A of these rules his opinion of what constitutes unfair trade practices which he intends to refrain from according to the contract of commitment, and by help of advice how to conform to the rules foreseen in B I 1 of the contract of legal protection, and which he can fight by requesting IFTRA procedures of fact finding and judgement, as foreseen in B I 2 of the contract of legal protection for practical cases of violation of the rules.

Group B contains, in form of non-committing advice for individual and autonomous decisions, principles of pricing and distribution of mass-produced goods which promote true competition and help to avoid falsification of competition. Non-observance is not illicit as such, but may result in unfair trade practices in the cases indicated under B, and in particular through supplementary facts as described under A. This can then be examined by procedures according to the contract of legal protection.

The fair trade practice rules do not aim at agreement on prices. On the contrary they are based on free individual and autonomous decision on prices by every signatory.

Group A

The rules of group A embrace mainly unfair trade practices which are considered to violate already existing laws, and principles as established by supreme court decisions.

1. Destructive sales below cost

- a) Sales below cost are not unfair as such. Unintentional sales below cost can be influenced, therefore, only by non-committing advice under B.
- b) Intentional sales below cost are unfair trade practices, if made illicit by motive, method and intent in the individual case. If for instance it is exercised, with the designed intention to take undue advantage of differing financial strength or multilevel-tax-favoured activities or possibilities to compensate losses with profits in other fields; in order to jeopardize unduly or destroy a competitor's existence. This even more so if it is the intention to obtain or abuse a dominating position in the market and restrain competition.
- c) It is considered an unfair trade practice, therefore, when integrated producers (producing virgin aluminium as well as wrought aluminium) sell wrought aluminium below cost price,

and this is done with the designed intention to jeopardize unduly or destroy the existence of non-integrated producers of wrought aluminium.

2. Dumping

Dumping as condemned under Article VI of the GATT is an unfair trade practice.

This is valid for direct sales and must not be circumvented by sales through third persons of every legal construction or deliveries of scrap or wrought aluminium or compensation and later advantages or other extras.

3. Misrepresentation of non-discrimination

The producer who declares it to be his price policy to treat equally comparable cases of business on the basis of his price list or prices rebates and conditions, and to deviate from them only when and in so far as it is necessary in his own defence against provable competitive offers, in order to simplify and rationalize the customers' buying and his own selling, and to give his customers equal chances in their competitive sales (declaration of normal, non-discriminating price policy),

and then treats them nevertheless differently without being forced to do so by provable competitive offers, and without revoking his declaration openly in time,

is discriminating against his customers and is also acting unfairly with regard to his competitors, because his practices are capable of being misleading.

The same applies if a producer creates the same impression by the methods and means of his announcement of price lists, prices, rebates and conditions, or when during talks about them with customers interested in equal treatment for reasons of their sales competition. For example, when during these talks he asks for confidence in his equal treatment of customers.

4. Misleading omission of promised enlightenment

A producer who commits himself explicitly through unilateral declaration or conclusively according to A 3 to enlightenment and verification of price information given by customers or agents pretending more favourable competitive quotations,

is acting unfairly if he omits or prevents the enlightenment and verification and is misleading in competition,

when pretending for instance that he is forced to deviate from his normal prices by competitive quotations which in reality he did not check and verify,

or preventing competitors' enlightenment by not giving the promised information about his own prices.

5. Misleading collusion

It is an unfair trade practice to agree with a customer to keep secret any deviations from the normal prices of the producer to prevent his enlightenment,

if this is contrary to a commitment of enlightenment of the producer or customer.

.....

Group B

Group B contains, in form of non-committing advice for individual and autonomous decisions, principles of pricing and distribution of mass-produced goods which promote true competition and help to avoid falsification of competition. Non-observance is not illicit as such but may result in unfair trade practices in the cases indicated under B and in particular through supplementary facts as described under A. This can then be examined by procedures according to the contract of legal protection.

1. Basis of pricing

- a) Reasonable pricing depends on a calculation adequate to determine the costs in order to guarantee fulfilment of obligations existing in respect of country, personnel, creditors and contracting partners.
- b) Cost comparisons between enterprises help to find faults in expenditure and cost calculation and promote true competition.
- c) In case of progressing supranational market integration it is advisable to make comparisons of national calculation schemes to work out a harmonized calculation scheme, without fixing the amounts, and offer it for individual and autonomous decision of application in order to avoid falsification of competition due to differing national systems in determining costs and allocating them to different types of goods.
- d) Market statistics help to analyse how the market has influenced prices in the past and enables use of such market analyses for future pricing.

2. Pricing

- a) Reasonable pricing should follow the principles of veracity and clarity of prices.
- b) Establishment of price lists helps to realize these principles and to promote true competition by market transparency. Price lists correspond to the cost conditions of industrial mass production, which can ill-afford daily changing prices; they simplify and rationalize the producer distribution and the customer buying.
- c) Price lists, by clear descriptions of goods and their technical nature, help avoid misleading prices of producers and misleading price infor-

mation about competitive offers by customers.

Clear descriptions are even more important for international commerce in cases of differing national types and standards.

- d) A producer who is using price lists should change them if he wants to deviate from the old prices in general for a limited or unlimited period of time. This results from the principles of veracity and clarity of prices, and avoids misleading practices of his own selling organization and misleading price information of customers to competitors.
- e) A producer who has not made a declaration of normal price policy or created such an impression (compare A 3) is, however, well advised to change in general his price list, prices, rebates and conditions, instead of deviating from them secretly and in favour of a few customers only, because it would be self-deception to believe that this would remain secret. The customer would only regard this as a sign of price instability and use it for his price information to competing producers in order to get more advantages. Furthermore it could result in misleading practices by his own selling organization.
- f) For the purpose of international commerce every individual producer should express his prices in the currency of the country of destination in order to avoid misleading conversion by his own sales organization or by customers in their price information to competitors.

He is furthermore free to follow the prices practised in the country of destination in his own interest to obtain the best returns and to avoid falsification of competition, which would otherwise be the consequence of the different currency exchange rates, as fixed by governments to foster or deter exportation.

3. Quantity rebates

- a) Rebates and discounts are part of the pricing and should follow the principles of veracity and clarity of prices.
- b) Fixed rebate schedules match the cost conditions of mass production far better than daily changing rebates. They help to avoid misleading price information by customers about competitive quotations and promote true competition. They simplify and rationalize the producer selling and the customer buying. Market statistics and analyses as foreseen under B I d make it easier to make up the right schedule.
- c) If the producer practises a system of consumer prices, the rebates which are to be deducted from the consumer price should correspond to the advantages the different quantities entail for this production. Exaggerated consumer prices and rebates tend to replace true competition by misleading rebate competition, which decreases the transparency of the market and fosters misleading price information by customers.

- d) Apart from clear quantity rebates, extra charges for lesser quantities also help to promote true competition, if they in turn correspond to the additional production costs. Extra charges deter customers from placing small orders and contribute towards more rational production lots.
- e) Granting of quantity rebates, turnover bonuses or other advantages in advance before the corresponding turnover has been reached or secured or allowing such deductions without claiming the difference as soon as it becomes obvious that the quantity will not be reached leads to deception of customers and competitors relying on the conditions generally applied by the producer.

4. Functional rebates

- a) A producer should examine the true qualification of a customer before granting rebates, deductions or other advantages connected with a certain function.
- b) A mere designation of function such as wholesale dealer proves often to be no more than the

admission to the trade. The producer is entitled, therefore, to stipulate his conditions for granting functional rebates such as qualifications required and their usefulness to the producer.

5. Competitive rebates

Rebates which are granted openly for competitive reasons without any connections to quantities or functions are not unfair as such, but could easily lead to a chain of reactions boomeranging on the instigator. They could bring about misleading price information by customers if the true, competitive character of these rebates is concealed.

In international commerce these competitive rebates are customary in so far as they are necessary to equalize competitive advantages of the home market producer, caused for instance by the complications and difficulties of importation. Competitive rebates exceeding equalization lead to counteractions and to chain reactions which normally end up at the originator and foster misleading price information by customers.

.....'

'Document 3

IFTRA

Contract of commitment and legal protection for producers of virgin aluminium

A. *Commitment*

The undersigned producer agrees by his signature to the opinion expressed by the attached fair trade practice rules or anti-dumping agreement and undertakes the commitment to abstain from trade practices which are declared unfair by these rules.

This commitment shall be valid for direct sales of virgin aluminium of 99 % and higher purity of CCT heading No 76.01 A and its alloys in the shape of ingots, sows, billets and slabs, and must not be circumvented by sales through third persons of every legal construction, or deliveries of scrap or wrought aluminium or compensation and later advantages or other extras.

B. *Legal protection*

I. IFTRA tasks for legal protection

1. Advice

Advise the use of the fair trade practice rules or anti-dumping agreement in order to respect the limits imposed by national and supranational anti-cartel legislation. The advice takes place at quarterly or half-yearly meetings.

2. Procedures

Fact finding and establishment of contraventions against the fair trade practice rules or anti-dumping agreement and assessment of the obligation to stop contraventions and of contractual penalties.

The possibility to apply for decision by ordinary courts, or for protection by governmental measures, are not excluded'.

(La clausola B II tratta delle ammende contrattuali per infrazioni alle norme IFTRA, la clausola B III riguarda le procedure di accertamento delle infrazioni e la clausola B IV la possibilità di ricorrere ad una « Corte arbitrale »). La clausola B VI (1) dispone che « The Fair Trade Practice Rules or Anti-Dumping Agreement may be used under the condition that the Rules or Agreement form a unit together with the Contract of Commitment and Legal Protection. Any other use requires previous written approval from IFTRA »⁽¹⁾.

Le clausole B VI (2) e (3) concernono rispettivamente il pagamento degli onorari e la durata dell'accordo IFTRA.

La procedura e la costituzione della « Corte arbitrale » sono precisate in un allegato del contratto di adesione e di tutela legale, che a norma del paragrafo 10 non richiede una firma distinta in quanto costituisce parte integrante dell'accordo IFTRA.

B. Struttura del mercato

Allo stadio della produzione, il mercato dell'alluminio è caratterizzato da una forte concentrazione dell'offerta.

Dei paesi membri del Mercato comune, quattro (Belgio, Lussemburgo, Danimarca e Irlanda) non producono alluminio e, per quanto concerne gli altri quattro, la Francia ha un produttore, l'Italia due grandi ed uno piccolo, i Paesi Bassi ne hanno due e la Gran Bretagna ne ha tre. Solo la Repubblica federale tedesca ha cinque produttori. Degli altri paesi d'Europa occidentale (cioè i paesi della CEE, l'Austria, la Spagna, la Grecia, la Norvegia, l'Islanda, il Portogallo, la Svezia e la Svizzera) nessuno, ad eccezione della Norvegia che ne ha cinque, ha più di due produttori.

Bisogna inoltre sottolineare che nel totale dei 29 produttori summenzionati, per il tramite di numerosi legami finanziari, almeno 19 di questi produttori dipendono gli uni dagli altri e che 10 sono imprese in cui 5 importanti produttori del Canada e degli Stati Uniti detengono degli interessi.

I quattro gruppi più importanti che operano nell'Europa occidentale (e cioè nei paesi membri della CEE, in Austria, Spagna, Grecia, Islanda, Norvegia, Portogallo, Svezia e Svizzera) e che sono Pechiney-Ugine — Kuhlmann, Alusuisse, Vereinigte Aluminium-Werke e Alcan — i primi tre sono firmatari d'IFTRA — rappresentano circa il 65 % della capacità di produzione in questi territori, cioè 3 424 000 tonnellate⁽²⁾. Nella

CEE circa l'85 % della capacità produttiva di alluminio grezzo (2 051 000 tonnellate) è detenuto da imprese che hanno aderito alle norme IFTRA o da

imprese in cui le prime hanno una partecipazione di maggioranza. In Francia e nella Repubblica federale di Germania praticamente tutta la capacità di produzione d'alluminio è detenuta in tal modo, mentre nei Paesi Bassi più del 50 % ed in Gran Bretagna il 38 % della produzione sono detenuti da imprese che hanno aderito alle norme IFTRA. Per quanto riguarda gli altri paesi dell'Europa occidentale, le imprese che hanno aderito al regolamento IFTRA o le imprese in cui le prime hanno una partecipazione maggioritaria detengono più del 70 % della capacità produttiva in Norvegia (711 000 tonnellate), praticamente l'intera capacità produttiva in Austria, Spagna, Grecia, Islanda e Svezia (572 000 tonnellate) e quasi il 90 % di quella della Svizzera (90 000 tonnellate).

All'interno dell'Europa occidentale l'alluminio grezzo è consumato nelle seguenti proporzioni: le industrie automobilistiche e costruttive utilizzano rispettivamente il 37 % ed il 22 % circa; le industrie d'imballaggio utilizzano tra il 25 % ed il 20 % e le industrie aeronautiche e navali il 13 % ciascuna.

II

ORIGINE DELLE NORME IFTRA E L'APPLICAZIONE DI ESSE

Considerando che le imprese che hanno effettuato la notificazione hanno dichiarato che negli anni 1970 e 1971 e all'inizio del 1972 la produzione d'alluminio grezzo è stata di molto superiore al consumo; che ciò ha causato gravi difficoltà in questo settore dell'economia e avrebbe indotto, o rischiato di indurre, alcune imprese, spinte dal bisogno di commercializzare la loro produzione, a compiere pratiche commerciali incompatibili con i principi e le norme di diritto positivo in materia di lealtà nella concorrenza e, in particolare, in materia di dumping; che di conseguenza alcune di queste avrebbero sentito la necessità di accordarsi, e di indurre le altre imprese ad accordarsi, su un certo numero di regole ovvero di confermare collettivamente le regole già esistenti e di elaborare insieme una serie di principi e raccomandazioni idonei a garantire che, nonostante le circostanze sfavorevoli per la professione, il comportamento delle imprese in questione sul mercato si mantenesse nel quadro di una concorrenza sana e leale; che questo sarebbe il motivo per il quale sono state elaborate e adottate nel 1972, dalla maggioranza dei produttori europei di alluminio grezzo, le norme IFTRA, oggetto della presente decisione; che, poco dopo la notificazione di queste norme alla Commissione, un sensibile aumento della domanda d'alluminio grezzo avrebbe provocato un'inversione della congiuntura, mettendo fine alle pressioni e tensioni in questa industria, per cui le norme IFTRA non avrebbero avuto in pratica alcuna inci-

⁽¹⁾ Traduzione: Le norme di comportamento leale nelle attività commerciali e l'accordo anti-dumping trovano applicazione purché formino un tutto unico con il contratto d'adesione e di tutela legale. Per ogni altro uso è necessario il preventivo nulla-osta scritto dell'IFTRA ».

⁽²⁾ I dati riportati si riferiscono al 1973/1974.

denza e non avrebbero mai ricevuto applicazione; che comunque, queste norme offrivano una reciproca garanzia di fronte ad azioni concorrenziali sleali od inique nel caso in cui la congiuntura subisse una nuova inversione di tendenza in senso sfavorevole; che pertanto le norme IFTRA, malgrado la loro inutilità pratica, sarebbero state conservate come « rete di sicurezza »;

considerando, comunque, che la Commissione non è stata informata di alcun fatto che potesse costituire un atto di concorrenza sleale da parte delle imprese firmatarie o di altre imprese concorrenti durante il periodo che ha preceduto l'adozione e la notificazione delle norme IFTRA; che, in particolare, per quanto riguarda le pretese pratiche di dumping provenienti da paesi terzi nel 1970 e nel 1971, sulle quali le parti hanno particolarmente insistito, non soltanto le informazioni trasmesse ai servizi competenti della Commissione non hanno permesso di accertare alcuna azione dumping, ma non costituivano nemmeno una base adeguata per l'avvio di una procedura intesa all'eventuale applicazione del regolamento del Consiglio n. 459/68⁽¹⁾ relativo alle pratiche di dumping provenienti da paesi terzi;

considerando che in ogni caso la Commissione non può basare la propria azione sulla considerazione che non vi è motivo d'occuparsi delle norme in questione, dal momento che esse non sono mai state applicate; che queste norme influiscono già con la loro stessa esistenza sul comportamento dei firmatari in quanto li inducono ad astenersi da certe pratiche contrarie alla lettera ed allo spirito delle norme stesse;

considerando tuttavia, soprattutto che l'articolo 85, paragrafo 1, vieta gli accordi che hanno per oggetto di restringere il gioco della concorrenza, anche se non sia stato provato che tali accordi hanno ricevuto applicazione; che è pertanto opportuno esaminare l'oggetto delle « Norme IFTRA »; che, se tale oggetto risulta essere una restrizione del gioco della concorrenza ai sensi dell'articolo 85, sarà necessario dichiarare vietate le norme in oggetto, in quanto, a prescindere dall'effetto restrittivo derivante dalla loro mera esistenza, le norme possono ricevere, come le parti stesse hanno ammesso nel corso dell'audizione, un'immediata e generale applicazione;

III

ESAME E VALUTAZIONE DELLE CLAUSOLE DELLE NORME IFTRA CHE SONO STATE OGGETTO DI ADDEBITI

A. Restrizioni della concorrenza

considerando che le norme IFTRA costituiscono un accordo tra le imprese firmatarie ai sensi dell'articolo 85, paragrafo 1, poiché accettando tali norme ogni impresa si assume vari obblighi nei confronti degli altri firmatari e crea per essi l'aspettativa di un certo comportamento commerciale da parte sua; che la

semplice qualificazione di un accordo come comportante norme contro la concorrenza sleale non basta a rimuovere tale accordo dall'ambito d'applicazione dell'articolo 85 del trattato CEE; che, nella fattispecie, l'accordo contiene molteplici clausole che di fatto scoraggiano direttamente la concorrenza o danno alle parti l'opportunità ed i mezzi per un'azione congiunta intesa ad evitare i normali metodi concorrenziali; che, per determinare il vero oggetto di tale accordo occorre tener conto sia del modo in cui devono esserne interpretate le clausole, sia del fatto che l'accordo deve essere considerato come avente per scopo la restrizione della concorrenza, se questa restrizione è la conseguenza naturale e probabile della sua applicazione;

Documento 2, gruppo A, clausola 1

considerando che la clausola A1, congiuntamente alle clausole 1 e 2 del gruppo B del « Contratto d'adesione e di tutela legale », stabilisce un sistema per l'applicazione di norme che le parti pretendono essere « norme esistenti ». Poiché la legislazione degli Stati membri nella materia coperta dalla clausola A1 non è uniforme, ne consegue che l'adozione da parte di imprese di molti Stati membri d'un codice privato uniforme può indurre tali imprese ad applicare nel loro paese e nei paesi in cui esse esportano, norme più rigorose di quelle che devono legalmente osservare; che, nel valutare l'oggetto e gli effetti della clausola A1 è opportuno sottolineare che il rispetto delle sue disposizioni deve essere garantito non da una pubblica autorità, ma da un organismo privato creato dalle parti, l'IFTRA, la cui attività non è soggetta al controllo permanente di una pubblica autorità, il che fa supporre che esso tenda a proteggere gli interessi collettivi dei suoi membri, anche a costo di pregiudicare gli interessi di terzi, interpreta e applica le norme IFTRA in modo tale da assicurare il massimo grado di restrizione nell'attività concorrenziale dei suoi membri;

considerando che la clausola relativa alle « vendite distruttive sotto costo » è pretesa avere per oggetto la « protezione e la promozione di una vera concorrenza », che nel caso attuale non può dirsi che l'oggetto principale della clausola sia « la protezione e la promozione di una vera concorrenza »; che infatti essa travalica l'ambito della legislazione degli Stati membri sulla concorrenza sleale creando un quadro che facilita ed incoraggia la soppressione di infrastrutture commerciali che, benché scomode per gli aderenti all'accordo, non sono « distruttive » nel senso logico di tale termine, cioè suscettive di mettere in pericolo l'esistenza stessa di un concorrente; che in particolare, la vaghezza del testo della clausola A1 (b) fornisce alle parti un mezzo per proteggersi contro le misure di concorrenza di prezzi che esse considerano eccessive; che dichiarando che le « vendite sotto costo » sono sleali allorché « un vantaggio indebito » è ottenuto tramite « forze finanziarie difformi » con l'intenzione di « compromettere indebitamente l'esi-

⁽¹⁾ GU n. L 93 del 17. 4. 1968, pag. 1.

stenza di un concorrente » o di « ottenere una posizione dominante », viene data alle parti la possibilità d'interpretare qualsivoglia misura di concorrenza di prezzo come sleale e dunque proibita condannandola in applicazione del « contratto di adesione e di tutela legale »; che a causa della difficoltà di valutare esattamente i costi reali, soprattutto quelli dei concorrenti, il timore che le vendite a livello di costi o quasi possano essere oggetto di procedimenti ai sensi del « Contratto di adesione e di tutela legale » ha l'effetto di scoraggiare la concorrenza di prezzo fra i firmatari;

che è comunque nella natura della concorrenza di prezzo l'effettuare offerte scomode per i concorrenti in quanto questi sono forzati a farvi fronte; che limite contrattuale alla concorrenza di prezzo convenuto tra concorrenti, del genere di quello di cui alla clausola A 1, tende ad impedire un tal genere d'offerte ed è quindi restrittivo nell'oggetto;

Documento 2, gruppo A, clausola 2: dumping

considerando che la clausola non deve essere esaminata a parte ma in relazione all'introduzione del « documento 2 », che è parte integrante delle norme IFTRA; che in base a tale introduzione risulta chiaro che i firmatari delle norme hanno assunto l'obbligo di astenersi da pratiche di dumping, quanto meno nei rispettivi territori, in termini che implicano anche la concomitante adesione al « Contratto d'impegno e di tutela legale » (documento 3);

considerando che benché nella clausola A 2 non sia espressa alcuna limitazione territoriale relativa alla sua applicazione, le parti hanno sostenuto che questa clausola non riguardava la vendita da uno Stato membro della CEE ad un altro Stato membro, in quanto faceva riferimento all'articolo VI del GATT, testo che non sarebbe applicabile tra Stati membri della CEE; che, peraltro, questo argomento non può essere seriamente sostenuto, perché è chiaro che il riferimento concerne la nozione di dumping quale risulta dall'articolo VI del GATT nonché il principio che in esso è enunciato, e non i territori in cui questa disposizione di un trattato internazionale sia o non sia applicabile; che di conseguenza la clausola comporta l'obbligo per i firmatari di astenersi da pratiche di dumping nei loro rispettivi territori, compresi gli scambi intracomunitari,

considerando che l'impegno di astenersi da pratiche di dumping ha per scopo e effetto di indurre le parti ad astenersi da transazioni perfettamente compatibili con le norme di concorrenza della CEE;

che, in primo luogo, le norme relative al dumping di cui all'articolo 91 del trattato CEE non sono più applicabili tra i paesi membri della CEE, fatte salve le disposizioni transitorie per i tre nuovi membri; che una vendita a basso prezzo da uno Stato membro all'altro non costituisce una pratica di dumping più di quanto lo sia una vendita siffatta tra una zona o l'altra di uno stesso Stato membro; che risulta immediatamente evidente che le norme IFTRA relative al dumping non hanno ragione d'essere per quanto riguarda le vendite da uno degli Stati membri all'altro e non possono avere altro scopo ed effetto se non quello di evitare vendite competitive « perturbatrici », che le norme comunitarie non vietano più;

che, d'altra parte, per quanto riguarda le vendite dei paesi della Comunità ai paesi terzi e l'inverso, e provvisoriamente le vendite dei sei paesi membri originari della CEE ai tre nuovi membri e l'inverso, è opportuno mettere in evidenza che le operazioni considerate pratiche di dumping, così come la scelta di eventuali misure difensive, sono — conformemente alle norme di diritto positivo in materia — compito esclusivo dell'autorità competente, cioè dell'autorità nazionale interessata o della Commissione delle Comunità europee; che ogni altro metodo è soggetto al rischio d'abusi; che solo le suddette autorità hanno il potere di valutare, dopo un esame necessariamente lungo e complesso, se un intervento anti-dumping interferente con la libera circolazione delle merci è già giustificabile;

che è spesso impossibile giudicare in anticipo se una vendita prevista sarà o meno costitutiva di una pratica illegittima di dumping; che perciò l'impegno reciproco di non commettere pratiche di dumping implica necessariamente l'astensione delle parti dall'effettuare un certo numero di vendite che potrebbero danneggiare le altre parti nel loro mercato nazionale, ma non per questo sarebbero in definitiva valutate contrarie alle norme relative al dumping; che, inoltre, la minaccia di « procedure » avviate da un concorrente ed il rischio delle penalità previste dal « Contratto d'adesione e di tutela legale » nei casi in cui IFTRA ritenesse di dover « constatare un dumping » costituiscono ragioni supplementari per non perturbare il mercato dei concorrenti con una qualsiasi azione di concorrenza in materia di prezzo;

che l'impegno di non praticare il dumping e l'adozione di norme a tal fine hanno lo scopo e l'effetto di restringere la concorrenza ai sensi dell'articolo 85 paragrafo 1;

considerando che le parti non possono inficiare questa conclusione sostenendo che il dumping è oggetto di vari trattati, regolamenti o leggi in virtù dei quali ogni impresa avrebbe il diritto di esigere da ciascuna delle altre che si astenga da atti di dumping suscettibili di arrecarle pregiudizio con la conseguenza che non si potrebbe fare addebito alle imprese di aver concordato di conformarsi a detti trattati, leggi e regolamenti; che infatti, in primo luogo le disposizioni di diritto internazionale pubblico alle quali è stato fatto richiamo (articolo VI del GATT e 10 della convenzione di Parigi sulla protezione della proprietà industriale) non costituiscono una fonte di diritto positivo direttamente applicabile alle imprese; che per quanto riguarda le disposizioni di diritto positivo esistenti in materia, cioè le leggi o i regolamenti nazionali, nonché sul piano comunitario, il regolamento n. 459/68 del Consiglio, tali disposizioni riconoscono, alle imprese danneggiate o che si considerano tali, esclusivamente il diritto di chiedere l'eventuale intervento delle autorità competenti; che, comunque, la valutazione dell'opportunità o meno di condannare un atto di dumping non può, come già è stato rilevato, essere lasciata ad imprese o organismi privati e tanto meno ad una giurisdizione arbitrale;

Documento 2, gruppo A, clausole 3, 4 e 5

considerando che queste clausole tendono a dissuadere i firmatari dal vendere a prezzi inferiori a quelli pubblicati e implicano, oltre all'obbligo di fornire ai loro clienti informazioni sui prezzi, anche l'obbligo di scambiare tali informazioni con i concorrenti, che di conseguenza queste clausole, aventi apparentemente lo scopo di proteggere la clientela da eventuali discriminazioni, danno la possibilità alle parti di proteggersi dalla concorrenza, perché tendono ad aumentare la stabilità dei prezzi ed a consentire alle parti di prevedere con un ragionevole grado di certezza le rispettive politiche dei prezzi;

che le imprese non devono accordarsi per limitare la libertà, che ad esse spetta per le attività non contemplate dal trattato CECA, di modificare secondo i propri interessi i prezzi e gli sconti da esse pubblicati, anche se hanno dichiarato ai concorrenti o alla clientela di volersi attenere a questi prezzi e sconti; che, fatto salvo il disposto dell'articolo 86 (c) del trattato CEE, la vendita a prezzi inferiori a quelli pubblicati non è illegale; che anzi essa si rende spesso necessaria per acquistare una posizione in un mercato, il che dovrebbe semmai essere incoraggiato per raggiungere un'integrazione economica nella Comunità; che la concorrenza di prezzo non deve essere paralizzata dalla necessità, prima di ogni cambiamento di prezzo, di pubblicare le tariffe rivedute;

che, oltre alla possibilità, prevista dalla clausola 3, che i produttori facciano apposite dichiarazioni di « una

politica di prezzi normale e non discriminatoria » e la probabilità che in periodo di difficoltà economiche nel settore di cui trattasi vengano esercitate pressioni perché vengano fatte tali dichiarazioni, questa clausola dispone anche che le suddette dichiarazioni si presumano essere state fatte, con tutte le conseguenze che comporta la loro inosservanza, quando i produttori avranno « creato l'impressione » (clausola 3, ultimo comma) che essi « tratterebbero allo stesso modo affari comparabili sulla base del loro listino di prezzi e di sconti e delle loro condizioni di vendita (clausola 3, primo comma); che l'inosservanza di queste dichiarazioni presunte produrrà tutte le sue conseguenze ogni qualvolta questa impressione sarà stata creata anche inconsciamente;

che, tenuto conto del gran numero di casi nei quali, in applicazione dell'ultimo comma della clausola 3 (3), le parti saranno considerate obbligate implicitamente a rispettare le proprie tariffe, e dato in particolare che in pratica le parti pubblicano effettivamente queste tariffe, la clausola scoraggia le parti dal vendere a prezzi inferiori a quelli dei loro listini, se non in reazione a un'offerta concorrente di cui esse dovranno poter provare l'esistenza;

che è altresì evidente, per quanto riguarda l'ultimo comma della clausola 3, che i produttori non sempre sapranno quale impressione avranno creato nei loro clienti o concorrenti; che questi ultimi avvieranno o faranno avviare le procedure previste dal « Contratto d'adesione e di tutela legale » basandosi su un'impressione che essi soli avranno avuto e che di conseguenza i produttori si trovano nell'impossibilità di valutare la probabilità di tali procedure; che il timore di tali procedure e dell'accusa di aver posto in essere pratiche sleali è tale che i produttori oseranno difficilmente discostarsi dalle loro tariffe e si sentiranno spinti a comportarsi come se avessero fatto una « dichiarazione di una politica di prezzi normale e non discriminatoria »;

che, inoltre, le clausole 3, 4 e 5 considerate nel loro insieme costituiscono un gruppo di obblighi il cui adempimento richiede uno scambio tra concorrenti di informazioni sui prezzi;

che la condizione, stabilita nella clausola 4, per cui un produttore deve controllare e verificare le offerte concorrenziali di cui viene informato, non può essere rispettata se questo produttore non è informato sui prezzi praticati dal concorrente che ha fatto l'offerta concorrenziale;

che, inoltre, la clausola 4 considera pratica sleale il fatto che un produttore non informi i suoi concorrenti dei prezzi da lui praticati, quando ne abbia preso l'impegno e quando, con riferimento alla clausola 3,

abbia dichiarato di voler fare una politica di prezzi non discriminatoria e quando infine abbia creato l'impressione di voler trattare i clienti allo stesso modo; che la clausola 5 è applicabile negli stessi casi di cui sopra e costituisce una misura complementare per assicurare ai concorrenti una reciproca completa informazione sui prezzi praticati;

che queste clausole sono pertanto restrittive della concorrenza, tanto per l'oggetto che per l'effetto;

Documento 2, gruppo B

considerando che queste disposizioni sono presentate come un commento giuridico e economico di certe eventuali forme di libera e spontanea cooperazione e di certi opportuni comportamenti individuali, ma che, benché si pretenda che queste disposizioni costituiscano un « parere non vincolante », esse sono parte integrante e indispensabile delle norme IFTRA e non è verosimile ch'esse non abbiano alcun effetto e che le parti le abbiano sottoscritte con l'intensione di non applicarle;

che la clausola B VI (1) del « Contratto d'impegno e di tutela legale » stabilisce che le « norme costituiscono un unico complesso » con questo contratto e che « per qualsiasi altro uso che ne venga fatto occorre la preventiva approvazione scritta dell'IFTRA »; che una tale approvazione scritta non è stata concessa ad alcun firmatario;

che di conseguenza le disposizioni del gruppo B possono servire di spunto per l'inizio di « procedure » da parte di un'impresa partecipante all'accordo IFTRA in applicazione del « Contratto d'adesione e di tutela legale » per imporre a tutti i firmatari il rispetto delle raccomandazioni collettive che tali disposizioni contengono; che a questo proposito occorre rilevare che il « Contratto d'impegno e di tutela legale » prevede le stesse « procedure » per le difficoltà che possono derivare dalle disposizioni del gruppo A, il cui carattere obbligatorio per i firmatari non lascia dubbi, e per quelle che possono derivare dalle disposizioni del gruppo B delle norme IFTRA; che la pretesa « non obbligatorietà » di queste disposizioni risulta in tal modo smentita dalle misure prese per assicurarne l'applicazione;

che le disposizioni del gruppo B consistono in una raccomandazione ai produttori di conformare la loro politica di vendita a quella dei concorrenti e che l'organizzazione contrattuale di sanzioni nel « Contratto di adesione e di tutela legale » permette ai concorrenti di far sì che la raccomandazione di allineare le rispettive politiche commerciali venga seguita nella pratica;

Documento 2, gruppo B, clausola 1

considerando che questa clausola deve essere valutata, da un lato, con riferimento alla volontà di promuovere

la concertazione nel comportamento sul mercato, volontà che si ricava dall'insieme delle norme IFTRA, e, dall'altro, con riferimento al documento 3, al quale viene fatto espresso richiamo nel preambolo del documento 2 e che prevede che « parere » e « procedura » siano curati da persone o da organismi che intervengono per conto di tutte le parti;

che nella sua comunicazione sulla cooperazione tra le imprese del 29 luglio 1968⁽¹⁾, la Commissione ha affermato al punto II, 1, d) che gli accordi aventi come unico fine l'elaborazione in comune di schemi di calcolo non devono considerarsi restrittivi della concorrenza, a condizione che non contengano tassi specifici di calcolo;

che tuttavia la comunicazione suddetta non può essere applicata al presente caso; che in primo luogo la clausola non costituisce l'unico oggetto dell'accordo, poiché figura nel contesto di una serie di disposizioni restrittive della concorrenza dei prezzi; che, in secondo luogo, le disposizioni del gruppo B in generale e la clausola (1) del « Contratto di adesione e di tutela legale » forniscono un quadro nel quale potranno essere fatte raccomandazioni tali da indurre quanto meno alcune delle parti a tenere sul mercato lo stesso comportamento;

che scopo della clausola è di organizzare nei principi, nel quadro di un'armonizzazione concertata dei comportamenti sul mercato, in particolare in materia di prezzi, una stretta cooperazione nell'analisi dei costi, nel calcolo dei prezzi di costo e nell'analisi dei mercati; che la clausola mette le parti in grado di conoscere i rispettivi costi e, tenuto conto della struttura del mercato in questione, di prevedere con maggiore certezza le rispettive politiche in materia di prezzi, il che è tale da restringere o eliminare la concorrenza; che lo scambio tra concorrenti di informazioni sul prezzo di costo non può essere affatto considerato un mezzo per combattere la concorrenza sleale, ma mette piuttosto le parti in grado di restringere la concorrenza di prezzo; che la clausola deve pertanto essere considerata restrittiva della concorrenza ai sensi dell'articolo 85, paragrafo 1;

Documento 2, gruppo B, clausola 2

considerando che questa clausola costituisce nel suo complesso, sotto il pretesto di conseguire una trasparenza ottimale del mercato, un incoraggiamento ad elaborare listini di prezzi, ad attenersi scrupolosamente ed a esprimere i prezzi nella moneta dei diversi paesi di destinazione; che questo incoraggiamento non manca di trasformarsi in pressione con l'applicazione delle disposizioni del « Contratto di adesione e di tutela legale » in particolare di quelle del paragrafo B I, ma che il semplice incoraggiamento è di per sé restrittivo della concorrenza, perché ogni produttore

⁽¹⁾ GU n. C 75 del 29. 7. 1968, pag. 3 modificata dalla GU n. C 84 del 28. 8. 1968, pag. 14.

deve essere completamente libero di fissare da solo la propria politica in materia, senza per questo essere accusato di non conformarsi ai principi informativi di un contratto; che l'organizzazione contrattuale di un sistema che implichi il rispetto dei vari prezzi di mercato esistenti e favorisca la stabilità dei prezzi raccomandando alle parti di pubblicare i listini e di rispettarli costituisce una restrizione fondamentale della concorrenza, sia per l'oggetto sia per gli effetti, e che questo sistema è ulteriormente aggravato dalla raccomandazione della clausola 1 c) di elaborare uno « schema di calcolo armonizzato »;

che in particolare il reciproco riconoscimento del diritto di « conformarsi ai prezzi praticati nel paese di destinazione » e l'asserzione insostenibile dei firmatari che ciò è necessario « per evitare di falsare il gioco della concorrenza » implicano l'impegno di non praticare prezzi sotto costo; che questa clausola costituisce una restrizione della concorrenza particolarmente grave poiché essa tende ad impedire l'integrazione economica del Mercato comune nonché a privare i consumatori di tutti i vantaggi di una tale integrazione per quanto concerne il prodotto stesso così come i numerosi prodotti intermediari o finiti in alluminio; che inoltre una clausola che comporti l'impegno di non sottoquotare i prezzi di mercato nazionali non può in alcun modo essere considerata come un mezzo per combattere la concorrenza sleale;

che le disposizioni di cui alle clausole 1 e 2 del gruppo B creano un quadro nell'ambito del quale le imprese sono indotte a non sottoquotare i prezzi praticati nei vari territori ed a ricorrere al raffronto dei prezzi e dei costi per restringere la concorrenza fra di esse;

Documento 2, gruppo B, clausole 3, 4 e 5

considerando che ogni produttore è libero di conformarsi purché prenda tale decisione in via assolutamente autonoma, a principi più o meno simili a quelli enunciati nelle clausole, ma che il fatto di stabilire in materia di sconti una specie di codice di buon comportamento, la cui osservanza è assicurata dalle procedure del « Contratto di adesione e di tutela legale », ha come oggetto principale la restrizione della concorrenza, perché scoraggia la concorrenza negli sconti ed induce le parti ad assumere un comportamento identico o simile su questioni relativamente alle quali ognuno deve poter determinare con piena libertà il proprio comportamento individuale;

che la clausola 5, 2° comma, ammette in particolare che nell'esportazione possono essere praticati « sconti concorrenziali » affinché l'alluminio possa essere venduto al prezzo applicato sul mercato nazionale del paese di destinazione, procedimento che secondo le norme è denominato « parificazione » (conguaglio); che tuttavia la frase successiva equivale ad una racco-

mandazione collettiva di non accordare sconti concorrenziali -che superino il suddetto conguaglio, cioè di non ridurre a prezzi sotto costo i prezzi praticati sul mercato considerato; che questa clausola è complementare alla clausola 2 (g) e restrittiva al pari di essa;

B. Effetti sul commercio tra Stati membri

considerando che le disposizioni sopra riportate contribuiscono a ridurre la libertà del comportamento commerciale dei produttori per quanto riguarda le esportazioni e di conseguenza contribuiscono ad impedire tali vendite od a limitarle; che queste disposizioni possono pertanto incidere sugli scambi tra Stati membri nella misura in cui riguardano le vendite di un produttore del Mercato comune destinate ad un altro Stato membro nonché le vendite di paesi terzi nel Mercato comune; che poiché il prodotto in questione è utilizzato per produrre un gran numero di prodotti finiti o semi-finiti ed è importato negli Stati membri per essere trasformato e poi rivenduto in altri Stati membri, le restrizioni in esame hanno effetti tangibili sul commercio di tali prodotti tra Stati membri;

C. Inapplicabilità dell'articolo 85, paragrafo 3

considerando che nessuna delle disposizioni restrittive sopra esaminate contribuisce al progresso tecnico o economico o migliora la produzione o la distribuzione; che in particolare, la riduzione delle possibilità di concorrenza all'interno del Mercato comune, che consegue alle norme IFTRA, tende a compartimentare i mercati nazionali e, lungi dal migliorare quindi la distribuzione, l'ostacola;

considerando inoltre che a causa della struttura del mercato, nonché del numero e dell'importanza delle parti, l'accordo fornisce a queste la possibilità di eliminare la concorrenza per una parte sostanziale dei prodotti in causa; che pertanto, nella fattispecie, non può essere applicato l'articolo 85 paragrafo 3;

IV

considerando che le parti, a mezzo della lettera ricevuta il 24 febbraio 1975, hanno fatto sapere alla Commissione, per il tramite del loro rappresentante, che esse hanno cessato il loro accordo con la data del 18 febbraio 1975 ed hanno ritirato la notifica chiedendo che la procedura in corso sia interrotta e la pratica archiviata senza alcun seguito;

considerando, tuttavia, da un lato, come è stato dimostrato che non è possibile ammettere la tesi secondo la quale un accordo firmato senza riserva e manifestamente in vigore non sarebbe mai stato applicato; che l'accordo, per il fatto stesso d'esistere, ha dovuto produrre un effetto restrittivo scoraggiando le parti dal porre in essere taluni atti concorrenziali;

considerando, d'altro lato e soprattutto, che l'effetto dell'accordo era manifestamente restrittivo e ciò in modo grave, che inoltre le imprese in questione sono di grandi dimensioni e che il settore economico in causa è assai importante; che le restrizioni della concorrenza oggetto delle norme IFTRA convenute dalla maggior parte dei produttori di alluminio in Europa occidentale non potevano fare a meno di aggravare seriamente la rigidità di un mercato avente le caratteristiche più sopra descritte; che queste circostanze sono sufficienti per giustificare l'intervento d'una decisione della Commissione avente per oggetto la constatazione che l'accordo in causa ha costituito una violazione dell'articolo 85;

HA ADOTTATO LA PRESENTE DECISIONE:

Articolo 1

Le disposizioni delle clausole 1, 2, 3, 4 e 5 del gruppo A e delle clausole 1, 2, 3, 4 e 5 del gruppo B delle « Fair Trade Practice Rules »⁽¹⁾ (Documento 2) dell'accordo denominato « Norme IFTRA » per i produttori di alluminio grezzo hanno costituito, dal 27 aprile 1972 al 18 febbraio 1975, un'infrazione all'articolo 85, paragrafo 1, del trattato CEE.

Articolo 2

La presente decisione è destinata a The International Fair Trade Practice Rules Administration (IFTRA) di Vaduz, Liechtenstein, ed alle seguenti imprese:

Alusuisse Deutschland GmbH, Costanza, Repubblica federale tedesca, Gebrüder Giulini GmbH, Ludwigshafen (Rhein), Repubblica federale tedesca, Kaiser-Preussag Aluminium GmbH & Co, Voerde (Niederrhein), Repubblica federale tedesca, Metallgesellschaft AG, Francoforte (Meno), Repubblica federale tedesca, VAW, Vereinigte Aluminium-Werke AG, Berlino, Péchiney-Ugine Kuhlmann S.A., Parigi, Francia, Holland-Aluminium N.V., L'Aia, Paesi Bassi, The British Aluminium Company Limited, Londra, Regno Unito, Empresa Nacional del Aluminio S.A., Madrid, Spagna, Årdal og Sunndal Verk (ÅSV), Oslo, Norvegia, Elkem — Spigerverket A/S, Oslo, Norvegia, Norsk Hydro A/S Karmøy, Oslo, Norvegia, Vereinigte Metallwerke Ranshofen-Berndorf A.G., Braunau am Inn/Ranshofen, Austria, Schweizerische Aluminium A.G., Zurigo, Confederazione Elvetica, Gränges Essem AB, Västerås, Svezia.

Fatto a Bruxelles, il 15 luglio 1975.

Per la Commissione

Il Presidente

François-Xavier ORTOLI

⁽¹⁾ o: « Norme di comportamento leale nelle attività commerciali ».

ALLEGATO

Documento n. 2

IFTRA

Norme di comportamento leale nelle attività commerciali per i produttori di alluminio grezzo destinato ai mercati europei

Introduzione

In ordine alla promozione e protezione di una genuina concorrenza, occorre evitare e combattere le pratiche commerciali sleali e qualsiasi altra alterazione della concorrenza.

Di conseguenza, il sottoscritto fornisce, nelle norme del gruppo A, la propria nozione di pratiche commerciali sleali dalle quali egli intende astenersi in conformità del contratto di adesione e grazie alla consulenza sul rispetto delle norme — consulenza prevista nella parte B I 1 del contratto di tutela legale — e alle quali può opporsi richiedendo l'applicazione delle procedure IFTRA di accertamento e valutazione dei fatti, previste nella parte B I 2 del contratto di tutela legale per i casi di violazione delle norme.

Il gruppo B contiene, in forma di parere non vincolante per le decisioni individuali e autonome, una serie di principi per la definizione dei prezzi e la distribuzione di merci prodotte in serie, che sono utili per favorire un'effettiva concorrenza e evitarne le alterazioni. L'inosservanza di questi principi non costituisce un illecito, ma può concretarsi in pratiche commerciali sleali nei casi indicati al gruppo B, specialmente col concorso di altri fatti, come quelli descritti nel gruppo A. In tal caso si applicano, per esaminare tali pratiche, le procedure previste dal contratto di tutela legale.

Le norme di comportamento leale nelle attività commerciali non sono intese a realizzare un accordo sui prezzi. Al contrario, esse sono la base per un'autonoma libera e individuale decisione di definizione dei prezzi da parte di ciascun firmatario.

Gruppo A

Le norme del gruppo A riguardano soprattutto le pratiche commerciali sleali che costituiscono violazioni di leggi vigenti e di principi stabiliti da decisioni di corte suprema.

1. Vendite sotto costo effettuate per distruggere la concorrenza altrui

a) Le vendite sotto costo non sono sleali di per sé stesse se non sono deliberate. Su di esse, pertanto, possono incidere soltanto i motivi esposti nel parere non vincolante di cui al gruppo B.

b) Le vendite sotto costo deliberate costituiscono pratiche commerciali sleali se nel singolo caso risultano illeciti il motivo, il metodo e lo scopo: cioè, se ad esempio, sono praticate dal commerciante, con la precisa intenzione di trarre un illecito vantaggio dalla propria situazione di superiorità finanziaria sui concorrenti o da attività a vari livelli agevolate sotto il profilo tributario, ovvero dalla possibilità di compensare le perdite in altri settori di attività, allo scopo di minacciare illegittimamente o distruggere un concorrente. L'illecito è

ancora più grave se lo scopo è di raggiungere o di abusare di una posizione dominante sul mercato e limitare la concorrenza.

c) Costituisce pertanto pratica commerciale sleale il fatto che produttori aderenti ad un gruppo che fabbricano alluminio grezzo e alluminio lavorato vendano alluminio lavorato sotto costo, nell'intento di pregiudicare illegittimamente o di eliminare dei produttori di alluminio lavorato non aderenti al gruppo.

2. Dumping

Il dumping, quale risulta vietato dall'articolo VI del GATT, è una pratica commerciale sleale. Ciò vale per le vendite dirette: il divieto non può essere eluso effettuando vendite tramite interposte persone fisiche o giuridiche o mediante consegne di rottami o di alluminio lavorato o compensi e ulteriori vantaggi od altri extra.

3. Falsa dichiarazione di non discriminazione

Il produttore il quale dichiara che la sua politica dei prezzi consiste nel riservare uguale trattamento ai casi comparabili sulla base del listino dei prezzi o del listino degli sconti e delle condizioni, e nel derogarvi solo se e nella misura in cui sia necessario per la propria difesa contro offerte concorrenziali, al fine di semplificare e razionalizzare gli acquisti dei clienti e le proprie vendite, e dare ai propri clienti uguali opportunità nelle vendite concorrenziali da essi effettuate (dichiarazione di una politica di prezzi normale, non discriminatoria), e invece tratta i clienti in modo discriminatorio, senza esservi costretto da probabili offerte competitive e senza revocare ufficialmente e tempestivamente la propria dichiarazione, effettua discriminazioni a danno dei suoi clienti ed agisce slealmente nei confronti dei suoi concorrenti, perché le sue pratiche commerciali possono trarre in inganno.

La stessa regola vale per il caso in cui un produttore dia la stessa impressione a causa dei mezzi e dei metodi con cui annuncia listini, prezzi, sconti e condizioni, o durante i colloqui che ha in proposito con clienti interessati ad un equo trattamento in quanto sono in concorrenza fra di loro per la rivendita (ad esempio, nei suddetti colloqui promette di trattare i clienti su base paritaria).

4. Omissione, a scopo di inganno, del controllo promesso

Un produttore che si impegna esplicitamente con una dichiarazione unilaterale o con fatti concludenti ai sensi del punto A 3 ad accertare e verificare certe informazioni sui prezzi date dai clienti o agenti che richiedono più favorevoli prezzi di concorrenza, si comporta in modo sleale se omette o impedisce l'accertamento e la verifica ed inganna i propri concorrenti, quando finge di essere

costretto ad allontanarsi dai suoi prezzi normali a causa di quotazioni competitive che in realtà egli non ha accertato né verificato, o impedisce ai concorrenti di aver conoscenza della situazione non fornendo le promesse informazioni sui suoi prezzi.

5. Collusione a scopo di inganno

Costituisce pratica commerciale sleale mettersi d'accordo con un cliente perché ogni deviazione dai prezzi normali del produttore venga tenuta segreta e venga in tal modo impedito a quest'ultimo di avere un'esatta conoscenza della situazione, qualora questo comportamento sia in contrasto con un impegno di informazione del produttore o del cliente.

Gruppo B

Il gruppo B contiene, sotto forma di semplici pareri non vincolanti, utili per decisioni individuali e autonome, una serie di principi per la fissazione dei prezzi e la distribuzione di merci prodotte in serie ed intese a promuovere un'effettiva concorrenza e ad evitarne le alterazioni. L'inosservanza di questi principi non costituisce un illecito, ma può concretarsi in pratiche commerciali sleali nei casi indicati al gruppo B e, specialmente, nel concorso di altri fatti del tipo di quelli descritti nel gruppo A. In tal caso, per esaminare tali pratiche, si applicano le procedure previste dal contratto di tutela legale.

1. Base per la fissazione dei prezzi

- a) Una ragionevole fissazione dei prezzi dipende da un calcolo adeguato dei costi che garantisca l'adempimento degli obblighi nei confronti del paese, del personale, dei creditori e di coloro con cui s'intrattengono rapporti contrattuali.
- b) I confronti dei prezzi tra le imprese sono utili per individuare gli errori nel calcolo dei costi e delle spese e per promuovere una effettiva concorrenza.
- c) Per il progresso dell'integrazione soprannazionale dei mercati è consigliabile il confronto dei differenti sistemi nazionali di calcolo, onde poter elaborare un armonico sistema di calcolo, senza determinazione degli importi, che ciascun commerciante applicherebbe, con libera ed autonoma decisione, allo scopo di evitare alterazioni della concorrenza dovute alle disparità dei sistemi nazionali di determinazione dei costi e assegnazione di essi ai vari tipi di merci.
- d) In base alle statistiche di mercato è possibile effettuare un'analisi dell'influenza del mercato sui prezzi e avvalersi di tale analisi per le future fissazioni dei prezzi.

2. Fissazione dei prezzi

- a) Una razionale definizione dei prezzi dovrebbe basarsi sui principi di veridicità e chiarezza dei prezzi.
- b) L'elaborazione di listini di prezzi è un mezzo per realizzare tali principi e per promuovere un'effettiva concorrenza mediante la trasparenza del mercato. I listini dei prezzi corrispondono alle condizioni di costo della produzione industriale di massa che non sopportano modifiche giornaliere di prezzi; essi semplificano e razionalizzano la distribuzione del produttore e gli acquisti dei clienti.
- c) I listini dei prezzi, con una chiara descrizione delle merci e delle loro caratteristiche tecniche, contribui-

scono ad evitare che i produttori praticino prezzi ingannevoli ed i clienti forniscano informazioni ingannevoli sulle offerte concorrenziali. Le descrizioni chiare sono ancora più importanti per il commercio internazionale nel caso di norme o tipi divergenti da un paese all'altro.

- d) Un produttore che applica il sistema dei listini dei prezzi dovrebbe opportunamente modificarli quando intenda discostarsi da tali prezzi per un periodo determinato o indeterminato. Ciò deriva dai principi di veridicità e chiarezza dei prezzi ed evita che il produttore ponga in essere pratiche ingannevoli di vendita e che i clienti forniscano false informazioni sui prezzi ai concorrenti.
- e) Un produttore che non ha dichiarato di voler praticare una politica di prezzi normale o ha dato l'impressione di non aver fatto tale dichiarazione (vedi A 3) nel suo interesse farebbe meglio a cambiare in generale il proprio listino dei prezzi o i propri prezzi, sconti e condizioni, invece di discostarsi da questi in segreto ed unicamente a favore di alcuni clienti, perché ingannevole se stesso se ritenesse che ciò potesse rimanere segreto. Il cliente considererebbe un comportamento simile solo come un segno di instabilità dei prezzi e se ne servirebbe nell'informare sui prezzi i produttori concorrenti, allo scopo di trarne maggiori vantaggi. Il comportamento in questione potrebbe inoltre portare a pratiche ingannevoli da parte della stessa organizzazione di vendita del produttore.

- f) Nel commercio internazionale, ogni singolo produttore dovrebbe stabilire i suoi prezzi nella valuta del paese destinatario, onde evitare che la propria organizzazione di vendita effettui un cambio valutario non corrispondente alla realtà, o che i clienti forniscano ai concorrenti erronee informazioni sui prezzi.

Egli è tuttavia libero di attenersi ai prezzi del paese di destinazione per ottenere il massimo profitto ed evitare alterazioni della concorrenza, che in caso diverso sarebbero la conseguenza dei vari tassi di cambio fissati dai governi per incentivare o scoraggiare l'esportazione.

3. Sconti per determinati quantitativi

- a) Gli sconti e i ribassi fanno parte della fissazione dei prezzi e dovrebbero rispondere ai principi di veridicità e chiarezza dei prezzi.
- b) I listini di sconti fissi si adattano molto meglio delle modifiche giornaliere di sconti alle condizioni di costo della produzione di massa. Contribuiscono ad evitare che i clienti diano informazioni ingannevoli sui prezzi dei concorrenti e promuovono un'effettiva concorrenza. Essi semplificano e razionalizzano la vendita da parte del produttore e gli acquisti da parte del cliente. Le statistiche e analisi di mercato menzionate sopra (B, I, d) rendono più facile la compilazione di listini adeguati.
- c) Se il produttore pratica un sistema di prezzi al consumatore, gli sconti da sottrarre a tali prezzi dovrebbero corrispondere ai vantaggi che la produzione ricava dai vari quantitativi. Se al consumatore vengono praticati prezzi e sconti esagerati, all'effettiva concorrenza tende a subentrare un'ingannevole concorrenza di sconti, che danneggia la trasparenza del mercato e comporta erronee informazioni sui prezzi da parte dei clienti.

d) Oltre agli sconti per determinati quantitativi, anche gli oneri extra per quantitativi minori possono promuovere un'effettiva concorrenza, se corrispondono ai costi di produzione supplementari. Gli oneri extra inducono i clienti a non fare ordinativi di modesta entità e contribuiscono ad una razionalizzazione dei lotti produttivi.

e) La concessione di sconti per determinati quantitativi, di gratifiche in funzione di un determinato livello di fatturato o di altri vantaggi, qualora essa venga effettuata in anticipo sull'effettiva realizzazione della corrispondente cifra d'affari, ovvero la rinuncia alla differenza non appena risulti evidente che il quantitativo non verrà raggiunto, comportano un inganno per i clienti ed i concorrenti che si sono basati sulle condizioni generalmente applicate dal produttore.

4. Sconti in base all'attività del cliente

a) Un produttore dovrebbe assicurarsi degli esatti requisiti e titoli del cliente prima di concedere sconti o altri vantaggi in relazione a determinate attività.

b) Si riscontra spesso che chi dichiara in termini generali di svolgere attività come venditore all'ingrosso risulta invece soltanto titolare di una semplice licenza. Il produttore ha pertanto il diritto di stabilire le condizioni per la concessione di sconti legati all'attività: può

ad esempio stabilire quali requisiti e titoli deve avere il beneficiario degli sconti, nonché i relativi criteri di valutazione.

5. Sconti per ragioni di concorrenza

Gli sconti che sono concessi apertamente per ragioni di concorrenza, senza alcuna connessione con determinati quantitativi o con lo svolgimento di determinate attività, rappresentano pratiche commerciali leali in se stesse, ma potrebbero provocare reazioni a catena che si ritorcerebbero contro chi le ha provocate. Inoltre, ne potrebbe conseguire per i concorrenti una ingannevole informazione sui prezzi da parte dei clienti, qualora rimanesse occultato il carattere competitivo di questi sconti.

Nel commercio internazionale questi sconti sono di uso comune nella misura in cui sono necessari per compensare i vantaggi concorrenziali di cui beneficia il produttore del mercato nazionale, ad esempio in conseguenza delle complicazioni e difficoltà che incontrano le importazioni. Gli sconti per ragioni di concorrenza che superano i limiti di tale compensazione provocano ritorsioni e reazioni a catena che generalmente si risolvono a sfavore di chi le ha provocate e favoriscono, da parte dei clienti, informazioni nei prezzi che traggono in inganno.

.....

Documento n. 3

IFTRA

Contratto di adesione per i produttori di alluminio grezzo

A. Adesione

Il sottoscritto produttore, si dichiara d'accordo con quanto espresso nelle « Norme di comportamento leale nelle attività commerciali » e nell'« Accordo anti-dumping » allegati e s'impegna ad astenersi da pratiche commerciali dichiarate sleali da tali norme.

L'impegno sarà valido soltanto per la vendita diretta di alluminio grezzo con grado di purezza pari al 99 % o più di cui alla voce tariffaria 760 della tariffa doganale comune e delle relative leghe sotto forma di lingotti, metallo solidificato, billette e slebi, e non dovrà essere escluso effettuando vendite tramite terze persone, qualunque ne sia la configurazione giuridica o mediante consegne di rottami o di alluminio lavorato oppure compensi e ulteriori vantaggi o altre gratifiche.

B. Tutela legale

I. Compiti dell'IFTRA in ordine alla tutela legale

1. Consulenza

Consulenza nell'applicazione delle « Norme di comportamento leale nelle attività commerciali » e dell'« Accordo anti-dumping », onde osservare limiti imposti dalla legislazione nazionale od internazionale anti-trust. La consulenza ha luogo in riunioni trimestrali o semestrali.

2. Procedure

Accertamento dei fatti e delle infrazioni alle « Norme di comportamento leale nelle attività commerciali » o all'« Accordo anti-dumping » e determinazione degli obblighi da osservare per porre fine alle infrazioni, nonché fissazione di ammende.

Non è esclusa la possibilità di adire l'autorità giudiziaria ordinaria o di invocare la tutela derivante da provvedimenti governativi.