

# COMMISSIONE

## DECISIONE DELLA COMMISSIONE

del 9 giugno 1976

relativa ad una procedura ai sensi dell'articolo 86 del trattato che istituisce la Comunità economica europea — (IV/29.020 — Vitamine)

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

(76/642/CEE)

LA COMMISSIONE DELLE COMUNITÀ EUROPEE,

visto il trattato che istituisce la Comunità economica europea, in particolare l'articolo 86,

visto il regolamento n. 17 del 6 febbraio 1962 <sup>(1)</sup>, in particolare gli articoli 1, 3, 15 e 16,

vista la decisione, presa dalla Commissione il 16 luglio 1975, di iniziare una procedura d'ufficio in applicazione dell'articolo 3, paragrafo 1, del regolamento n. 17, nei riguardi del gruppo Hoffmann-La Roche (in appresso denominato Roche), la cui società madre ha sede a Basilea (Svizzera),

sentite le osservazioni di Roche conformemente all'articolo 19, paragrafo 1, del regolamento n. 17 e alle disposizioni del regolamento n. 99/63/CEE, del 25 luglio 1963 <sup>(2)</sup>,

visto il parere del comitato consultivo in materia d'intese e posizioni dominanti emesso, ai sensi dell'articolo 10 del regolamento n. 17, il 17 dicembre 1975,

### I. I fatti

considerando che i fatti essenziali sono i seguenti :

1. La presente decisione riguarda determinati contratti stipulati da Roche con le imprese seguenti, che esercitano tutte un'attività di produzione e di vendita all'interno del mercato comune :

Afico (Société d'assistance technique pour produits Nestlé), (per conto del gruppo Nestlé),  
La Tour de Pailz, Svizzera

American Cyanamid Company,  
Wayne, New Jersey, USA

Animedica International GmbH,  
Francoforte sul Meno, Repubblica federale di Germania

Beecham Group Ltd,  
Brentford, Regno Unito

Capsugel SA, (per conto del gruppo Parke Davis),  
Basilea, Svizzera

Dawe's Laboratories,  
Saint-Nicolas, Belgio

Guyomarc'h,  
Parigi, Francia

Isaac Spencer & Co. Ltd,  
Aberdeen, Regno Unito

Merck,  
Darmstadt, Repubblica federale di Germania

Nitrovit Ltd,  
Dalton, Regno Unito

Organon NV,  
Oss, Paesi Bassi

Pauls and Whites Foods Ltd,  
Ipswich, Regno Unito

Protector SA,  
Anderlecht, Belgio

Provimi (Bonda's Veevoederfabriek Provimi BV),  
Rotterdam, Paesi Bassi

Radar NV,  
Astene, Belgio

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

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

Ralston Purina Europe,  
Bruxelles, Belgio

Ramikal Werk,  
Amburgo, Repubblica federale di Germania

Sandoz AG,  
Basilea, Svizzera

Trouw & Co. NV International,  
Putten, Paesi Bassi

Unilever Inkoop Mij. NV,  
Rotterdam, Paesi Bassi

Upjohn International Inc,  
Kalamazoo, Michigan, USA

Wyeth International Ltd,  
Filadelfia, USA.

c) *Alimentazione animale*: le vitamine servono ad equilibrare l'alimentazione delle specie animali, in particolare di quelle cresciute in allevamenti industriali.

L'utilizzazione delle vitamine si ripartisce fra tre usi principali all'incirca nel modo seguente:

- settore farmaceutico: 25 %,
- alimentazione umana: 15 %,
- alimentazione animale: 60 %.

In considerazione delle rispettive caratteristiche metabolizzanti, ogni gruppo di vitamine è atto a soddisfare nei tre settori precitati determinati bisogni costanti che non possono essere soddisfatti da altri prodotti, in particolare dalle vitamine appartenenti agli altri gruppi.

#### A. LE VITAMINE

2. I prodotti di cui trattasi nella presente procedura sono le sostanze sintetiche non condizionate, appartenenti ai seguenti 13 gruppi di vitamine: A, B1, B2, B6, B12, C, D, E, K, PP, acido pantotenico (B3), biotina (H), acido folico (M). Ogni gruppo di vitamine comprende sostanze affini tra loro, alle quali sono attribuiti gli stessi effetti nel campo biologico che è loro proprio. Infatti, ciascun gruppo ha funzioni metabolizzanti specifiche e non è pertanto intercambiabile con altri gruppi. Inoltre, i vari gruppi di vitamine esercitano un'azione sinergica e complementare allorché sono utilizzati in associazione.

La carenza di vitamine di un qualsiasi gruppo può provocare determinate malattie o disfunzioni ben note alla scienza medica.

Le vitamine sono essenzialmente destinate ai seguenti usi:

- a) *Uso terapeutico* (il primo in ordine di tempo): le vitamine sono impiegate sia separatamente sia nei polivitaminici, oppure associate con altri medicinali (ad esempio antibatterici e antibiotici vitaminizzati).
- b) *Alimentazione umana*: le vitamine sono utilizzate nella fabbricazione di prodotti alimentari, in particolare dei prodotti che hanno perso la totalità o parte delle loro vitamine originali in seguito ai procedimenti industriali di trasformazione a cui sono stati sottoposti (esempio: margarina, latte, burro, cioccolato).

#### *Struttura della produzione e dell'offerta*

3. La sintesi delle vitamine, i cui inizi risalgono al decennio 1930—1940, non presenta difficoltà di rilievo sul piano scientifico. Per contro, la sua realizzazione su scala industriale esige investimenti molto cospicui. Ogni gruppo di vitamine richiede infatti un'operazione di sintesi specifica per la quale sono necessari impianti altamente specializzati. Gli impianti per la fabbricazione di un gruppo di vitamine non possono dunque essere utilizzati per la produzione di altri gruppi di vitamine né convertiti facilmente verso una tale produzione. Data l'entità degli investimenti necessari, la capacità degli impianti è normalmente determinata, per la maggior parte delle vitamine, in base alle previsioni del fabbisogno dei 10 anni successivi (vedi verbale della riunione Unilever-Roche dell'11 dicembre 1972 a Londra).

A livello mondiale si riscontra una sovracapacità nel settore delle vitamine, dovuta alla creazione di nuove unità di produzione in una prospettiva a lungo termine. Solo per le vitamine B2 e C si è verificata una certa penuria nel 1971 e 1972.

Il mercato delle vitamine è in forte espansione; il volume delle vendite si è quintuplicato nel corso degli ultimi 15 anni.

Nel 1974 le vendite effettuate nella Comunità sono ammontate a circa 110 245 000 UC. Oltre la metà sono costituite da scambi intracomunitari come risulta dalla seguente tabella.

## Importazione dagli altri Stati membri

1974	Tonnellate	(UC 1:1 000)
Francia	1 975	16 131
Belgio/Lussemburgo	875	4 462
Paesi Bassi	787	5 540
Repubblica federale di Germania	599	7 808
Italia	1 663	17 195
Regno Unito	825	6 489
Irlanda	1 058	1 481
Danimarca	849	7 777
<b>Totale</b>	<b>8 631</b>	<b>66 883</b>

4. Solo i gruppi farmaceutici di grandi dimensioni sono in grado di effettuare i cospicui investimenti necessari per la produzione delle vitamine. La distribuzione, per svolgersi in condizioni soddisfacenti, deve essere affidata ad una vastissima rete commerciale di cui appunto dispongono questi gruppi, i quali si rivolgono in genere direttamente alla clientela di ciascuno dei tre summenzionati settori.

I principali produttori di vitamine non condizionate, operanti all'interno del mercato comune, sono elencati nella seguente tabella con l'indicazione per ciascuno di essi, sia dei gruppi vitaminici prodotti direttamente sia di quelli forniti in qualità di rivenditori.

Produttori (1)	Gruppi di vitamine												
	A	B1	B2	B6	B12	C	D	E	PP	K	Acido panto-tenico	Biotina	Acido folico
Roche	P	P	P	P	R	P	R (2)	P	R	R	P	P	R
Merck (Germania)	R	R	R	P+R	R	P	R	R	R	—	R	P	R
BASF (Germania)	P	R	R	R	R	R	R	P	R	—	R	—	—
Rhône Poulenc (Francia) (ivi compresa la Société de chimie organique et biologique (AEC), Francia, filiale di questo gruppo)	P	P	—	R	P	P	P	P	—	—	R	—	—
Philips-Duphar (Paesi Bassi) (ivi compresa la filiale francese Prochimex)	P	P	P	R	R	R	P	P	P	P	P	—	P
Glaxo (Regno Unito)	—	R	—	—	P	—	—	—	—	—	—	—	—
Grindsted voerket (Danimarca)	—	P	P	P	—	P	—	—	P	—	—	—	—
Takeda (Giappone)	—	P	—	P	—	P	—	—	—	—	P	—	P
Lonza (Svizzera)	—	—	—	—	—	—	—	—	P	—	—	—	—

(1) P = produttori.  
R = soltanto rivenditori.

(2) Roche è rivenditore di vitamine D3. Produce inoltre in scarsa quantità vitamina D2.

Come risulta dalla tabella di cui sopra, Roche è di gran lunga il fabbricante la cui produzione abbraccia il maggior numero di gruppi vitaminici, a parte la società Philips-Duphar, la cui produzione di determinati gruppi vitaminici è tuttavia trascurabile.

Se si tiene conto inoltre delle vitamine non prodotte direttamente ma offerte unicamente in veste di rivenditore, Roche è l'unica impresa che offre in vendita l'intera gamma delle vitamine.

5. Roche è il più grande produttore di vitamine del mondo. Le relative quote di mercato all'interno del mercato comune per i vari gruppi di vitamine, valutate sulla base dei rispettivi fatturati dei produttori, sono approssimativamente le seguenti :

*Vitamine fabbricate da Roche*

Vitamina A: 47 %, mentre il secondo produttore non raggiunge che poco più della metà di questa percentuale.

Vitamina B1:	50 %, la restante parte del mercato è praticamente detenuta dal secondo produttore.
Vitamina B2:	86 %, la restante parte del mercato è frazionata fra vari produttori.
Vitamina B6:	95 %.
Vitamina C:	68 %, mentre il secondo produttore detiene meno di un quarto della quota di mercato Roche.
Vitamina E:	70 %, la quota di mercato del secondo produttore è inferiore a un terzo di quella di Roche.
Biotina (H):	95 %.
Adico pantotenico:	64 %.

*Vitamine rivendute da Roche:*

Vitamina B12:	13 %.
Vitamina D:	10 %.
Vitamina PP:	68 %.
Acido folico:	47 %.
Vitamina K:	10 %.

Il fatturato di Roche nel 1974 nel mercato comune rappresenta, rispetto alle vendite complessive delle stesse vitamine, il 65 % per le vitamine di sua produzione e il 60 % per le vitamine offerte in qualità di rivenditore.

6. Hoffmann-La Roche, Basilea, è alla testa di un gruppo multinazionale che costituisce, per il suo fatturato, il primo gruppo farmaceutico mondiale (5 050 000 000 FS nel 1974). Nel mercato comune il gruppo possiede le seguenti affiliate che operano nel settore delle vitamine:

— *Belgio*

Produits Roche SA, Bruxelles: attività commerciale;

— *Paesi Bassi*

Hoffmann La Roche, Rotterdam: attività commerciale;

— *Repubblica federale di Germania*

Hoffmann La Roche, Grenzach (l'impresa più importante nella CEE per fatturato e la seconda dopo Basilea): produzione e vendita;

— *Italia*

Produits Roche: vendita di prodotti farmaceutici; Istituto delle vitamine: premiscelazione di vitamine e di specialità veterinarie;

— *Francia*

Produits Roche, Neuilly: attività commerciale e produzione di biotina (H);

— *Gran Bretagna*

Roche Products Ltd: attività commerciale e produzione di vitamine B1, B2 e pantotenato;

— *Danimarca*

Roche A/S: attività commerciale.

Roche dispone dunque di centri di produzione molto diversificati a livello internazionale.

7. Negli anni successivi al 1930, Roche, che ha iniziato acquistando un procedimento per la fabbricazione di vitamina C, ha svolto un ruolo di pioniere nel campo della sintesi di varie vitamine, sviluppando nuovi procedimenti di produzione (in particolare per le vitamine A, B1, B2, B6, E, biotina (H), pantotenato. Per la produzione di altre vitamine, Roche ha acquistato le relative licenze. Roche ha svolto un ruolo di primo piano, in collaborazione con il suo cliente Unilever, anche nel settore alimentare dove ha introdotto l'uso delle vitamine (aggiunta della vitamina A nella margarina); infatti Roche ha costruito un impianto di produzione della vitamina A, concepito espressamente per soddisfare le esigenze di questo cliente.

8. Benché i brevetti per la produzione delle vitamine siano scaduti, Roche conserva un vantaggio tecnologico sui suoi concorrenti che si traduce nel recente sviluppo degli impieghi industriali della vitamina C (antiossidante, fermentante per le birrerie, ecc.), dell'incorporazione di vitamine nelle specialità veterinarie, della preparazione di nuove miscele per animali. Questo vantaggio è confermato dal possesso di un servizio tecnico molto perfezionato: informazione al cliente, assistenza tecnica nella soluzione dei problemi inerenti all'applicazione dei prodotti, in particolare, mediante il « time sharing service », che comporta l'utilizzazione di un computer che fornisce alle imprese del settore dell'alimentazione animale i programmi di applicazione dei prodotti.

Inoltre, Roche dispone di una vastissima rete commerciale molto specializzata nonché di importanti scorte locali che le permettono di fornire in maniera regolare e rapida prodotti sempre freschi.

Inoltre, nei cataloghi delle vitamine di Roche è detto : « In the development of the industrial production of synthetic vitamins, Roche has been playing a leading role and is the largest manufacturer in this field » e si aggiunge poi : « Constant improvement of manufacturing methods and strict analytical control justify that Roche is Known throughout the world for quality and service ».

#### Struttura della domanda

9. Gli acquirenti di vitamine non condizionate sono costituiti da imprese del settore terapeutico, dell'alimentazione umana e dell'alimentazione animale, che condizionano tali vitamine incorporandole in altri prodotti. La domanda è molto diversificata. Oltre ai grossi utilizzatori o gruppi multinazionali operanti nei tre settori precitati, le vitamine sono vendute, sebbene in quantità inferiori, anche a piccole e medie imprese (imprese di panificazione, laboratori di ogni genere) nonché ad imprese artigiane (ad esempio panettieri).

Roche conta circa 5 000 clienti all'interno del mercato comune, i quali operano nei tre predetti settori.

Tuttavia la domanda intorno alla quale si sviluppa essenzialmente la concorrenza proviene dai grossi utilizzatori e dai gruppi multinazionali. Dagli accertamenti effettuati dalla Commissione e dalle circolari di Roche risulta che, per coprire il proprio fabbisogno di vitamine, questi grossi clienti hanno tendenza ad impartire ordinativi importanti ad almeno 2 o 3 fornitori.

10. Quasi tutte le imprese che hanno stipulato con Roche i contratti di fedeltà descritti in appresso sono clienti importanti di Roche e grossi utilizzatori di vitamine. Salvo qualche eccezione, esse acquistano da Roche, in base a tali contratti, tutta la gamma di vitamine fabbricata da Roche a copertura integrale o prevalente dei loro fabbisogni. Tali imprese si ripartiscono come segue nei tre citati settori di attività.

#### Settore farmaceutico

Beecham, Capsugel (Parke-Davis), American Cyanamid Company, Merck, Sandoz, Upjohn e Wyeth.

#### Alimentazione umana

Afico (Nestlé), Nitrovit (Imperial Food Limited), Pauls and Whites Foods Limited, Isaac Spencer e Unilever.

#### Alimentazione animale

Animedica, Dawe's, Guyomarc'h, Organon (Akzo), Protector, Provimi (Central Soya), Radar, Ralston Purina, Ramikal Werk e Trouw.

La seguente tabella indica i quantitativi di vitamine fabbricati e venduti da Roche nel 1974 alle summenzionate imprese.

(in UC)	
Imprese	Quantitativi
1. Merck	.....
2. Animedica Int.	.....
3. Unilever	.....
4. Trouw	.....
5. Beecham	.....
6. Ramikal	.....
7. Radar	.....
8. Provimi	.....
9. Nitrovit	.....
10. Nestlé	.....
11. Protector	.....
12. Organon	.....
13. Dawe's	.....
14. Ralston Purina	.....
15. Sandoz	.....
16. Guyomarc'h	.....
17. American Cyanamid	.....
18. Pauls and Whites	.....
19. Capsugel (Parke Davis)	.....
20. Isaac Spencer	.....
21. Wyeth	.....
22. Upjohn	.....

Nel 1974, gli acquisti effettuati da questi clienti hanno rappresentato, nell'insieme del mercato comune, circa il 26 % delle vendite di Roche e il 16 % delle vendite complessive di vitamine.

#### B. IL COMPORTAMENTO IN CAUSA

11. Nella sua strategia commerciale per la vendita delle vitamine sintetiche non condizionate, Roche ha fatto ricorso, dal 1964 in poi, a contratti che le assicurano l'esclusività o la preferenza di clienti che sono, per la maggior parte, clienti importanti.

Tali contratti, detti « contratti di fedeltà », presentano in complesso i seguenti elementi essenziali :

— i clienti acquistano presso Roche la totalità o la maggior parte del loro fabbisogno in vitamine fabbricate da Roche ;

- Roche fornisce agli acquirenti la totalità o la maggior parte del loro fabbisogno in vitamine, ai migliori prezzi del mercato nazionale del cliente ;
- Roche versa annualmente (talvolta semestralmente) ai clienti che hanno coperto il loro fabbisogno integrale o prevalente presso Roche una somma corrispondente ad uno sconto calcolato in base alla totalità degli acquisti (per calcolare questo sconto vengono pertanto cumulati gli acquisti dei vari gruppi vitaminici, effettuati presso Roche).
- lo sconto varia secondo i clienti ; esso va dall'1 % al 5 %, salvo per un cliente, i cui sconti vanno dal 12,5 % al 20 % ;
- una clausola detta « inglese » prevede che i clienti informino Roche delle offerte a prezzi inferiori ai suoi che essi ricevano da altri fabbricanti « rinomati » (esclusi in particolare i distributori ed altri intermediari) e che, qualora Roche non riduca i suoi prezzi al livello di tali offerte, i clienti saranno liberi di rifornirsi presso detti fabbricanti, senza perdere lo sconto di fedeltà per gli acquisti effettuati presso Roche ;

12. Diverse circolari inviate dalla società madre del gruppo Roche alle sue affiliate, nonché il verbale di una riunione dei dirigenti di Roche, confermano gli elementi essenziali di questo sistema « di fedeltà » e mettono in risalto i vantaggi che esso offre a Roche.

Essi sono esposti in una circolare del dicembre 1970 nel modo seguente :

#### « Fidelity Contracts »

According to the experience of various Roche companies, fidelity contracts provide a very efficient protection against competition, especially as far as BASF are concerned. In our today's Management Information we have therefore made a special provision for such contracts and would like to give you a brief definition of their contents and short description of their advantages. A fidelity contract should cover the following points :

- The customer undertakes to purchase at least 90 % of his total requirements of vitamins from Roche.
- Roche applies automatically to all purchases of customers their best price for the quantity involved. Should the customer receive a

lower quotation from another vitamin manufacturer, he will give Roche the possibility to meet this quotation before he places the order with the competitor in question. Should Roche not be willing to meet the price submitted to them, the customer is free with regard to this particular purchase without losing his fidelity status. The same principle applies if Roche are unable to cover the entire requirements of the customer due to a shortage.

- At the end of the year the customer receives a fidelity rebate on his overall purchases during the year. This rebate will be cancelled entirely if the customer has not complied with the above principle for a single vitamin required by him and manufactured by Roche.

Since the fidelity rebate is being paid at the end of the year, there is no need for a written contract in cases where customers are not favourable to such a formal way of negotiating.

The fidelity rebate can also be substituted by a turnover contract if the turnover target represents about 90 % of the customer's total requirements and is being revised at the end of each year in order to reflect the customer's increased purchasing power.

The advantages of such agreements are obvious. If a feed mill for instance is purchasing Vitamin A, E, B2, Carophyll, etc., even the most tempting offer from a competitor like BASF for Vitamin A and E alone cannot induce the customer to change its supplier, because they would otherwise lose the fidelity rebate for Carophyll and for the vitamins BASF are not manufacturing. For the same reason it is in many cases possible to make the customer accept somewhat higher prices for individual items than the one offered by the competition, because the overall deal is still favourable for him. »

Una circolare del maggio 1971 spiega l'importanza che rappresenta per Roche la fedeltà di una certa categoria di clienti, sottolinea l'efficacia dei contratti di fedeltà ai fini della protezione del mercato e studia la possibilità di stabilire con tali clienti rapporti ancora più stretti :

« One rather serious factor which constantly endangers our market share in the vitamin business is that customers, especially in Europe, tend to purchase their raw materials from at least two different manufacturers. However, if we want to retain a 65 % market share it is of cardinal importance that we build up a large circle of entirely faithful customers. In many countries we

are in fact already successfully operating fidelity contracts. However, the question was raised whether we should now go one step further by creating an even more far-reaching relationship based on mutual confidence which resembles a genuine partnership. » <sup>(1)</sup>

Una circolare dell'agosto 1971 riguardante la vitamina C contiene fra l'altro le seguenti considerazioni generali in merito ai contratti di fedeltà :

« *Fidelity Contracts*

We believe that most customers have realized during the past years with its frequent shortages in the field of fine chemicals, that in the long run it is more important to have a reliable supplier than to shop around for the lowest price. The precarious Vitamin C situation, of which customers will soon become aware, provides an excellent opportunity — and possibly the last one for a long time — to convince even the most reluctant firm of the advantage for such a « partnership » between manufacturers and users of the goods . . . Fidelity contracts, which are in the first place designed to give security to the customer, may therefore help you to penetrate the market with the mentioned three vitamins without a collapse of the present price levels. »

In una circolare del settembre 1970 riguardante la biotina (H), Roche indica alle sue affiliate le misure da prendere per far fronte ad un inasprimento della concorrenza nel settore di tale vitamina. Nella circolare si legge in particolare :

« In the third place, you should protect your market through fidelity contracts or other arrangements, such as giving confidential end-year rebates to premixers and feedmills who are willing to use and promote Biotin (. . .)

We hope that you will make positive use of these inevitable developments, and we shall be glad to inform you regularly about experience gained on sales progress in other markets. »

Nel verbale di una riunione dei dirigenti di Roche e delle sue affiliate (riunione degli European Bulk Manager del 12 e 13 ottobre 1971) Roche, Basilea, solleva il seguente problema :

(<sup>1</sup>) Gli elementi essenziali di questa relazione più stretta sono : l'applicazione automatica dei migliori prezzi di Roche per quantitativi analoghi, la copertura completa del fabbisogno del cliente, con preferenza in caso di penuria, la gratuità del servizio tecnico.

« *Biotin marketing policy*

We trust that in the meantime you have been able to study the mentioned documents and to decide on the best course to be followed in your market, particularly concerning the expansion of biotin sales through special arrangements coupled with confidential end-year rebates to selected customers who are prepared to use and promote Roche biotin ».

Su questo problema la filiale olandese si esprime come segue :

« As far as the threat of competition intruding into our market is concerned we believe to be able to protect our present and possibly future interests in the same way as we presently do with the other vitamins, e.g. in supply agreements with customers for their total or part of their year requirements. »

Lo stesso verbale precisa che varie altre filiali erano favorevoli all'ulteriore sviluppo dei contratti di fedeltà.

Esso sottolinea inoltre l'importanza che Roche annetteva ai contratti con i clienti multinazionali allo scopo di raggiungere la « tranquillità dei prezzi » sul mercato :

« Most Roche companies abroad have already realized the importance of the multi-national customers and have written to Basle about it. Roche Holland says e.g. : We believe it of utmost importance to further tie customers, not on a national but preferably on an international level to Roche. Instead of having to fight each time a customer wants to buy, which in most cases means an open fight on prices between three or more suppliers, international agreements might result in price quietness over a longer period internationally. »

13. Il comportamento di cui trattasi è posto in essere, da un lato, mediante contratti diretti fra la società madre del gruppo Roche e le società madri degli utilizzatori o delle affiliate che agiscono per conto dei loro gruppi. Tali contratti si applicano alle affiliate dei gruppi che operano nel settore delle vitamine in vari paesi (fra i quali figurano, secondo i casi, tutti o alcuni paesi del mercato comune). Questi contratti, in appresso chiamati « multinazionali », sono in genere i più importanti poiché sono stipulati con grossi clienti appartenenti a gruppi multinazionali con bisogni diversificati a livello territoriale.

Il sistema in questione è applicato d'altra parte, conformemente alle istruzioni generali impartite dalla capogruppo, attraverso i contratti diretti conclusi tra le affiliate di Roche e i clienti stabiliti nei territori di competenza delle affiliate. Questi contratti sono chiamati in appresso « nazionali ».

Nella seguente tabella è indicata la percentuale dei fabbisogni coperti dai contratti e la data di decorrenza dei vincoli di fedeltà.

#### Contratti multinazionali

Copertura dei fabbisogni	Contratti multinazionali	Data di decorrenza dei vincoli di fedeltà
100 %	Dawe's	1971
	(Afico) Nestlé	1968
	Merck	1971 (B6), 1972 (A, E)
	Organon	1970
	(Capsugel) Parke Davis	1967
	R. Purina	1970
	Sandoz	1965
	Unilever	1974
	Upjohn	1967
	Wyeth	1963
90 %	Provimi	1972
	American Cyanamid	1971
	Animedica	1973
	Protector	1968
Parte essenziale dei fabbisogni	Trouw	1971

#### Contratti nazionali

Copertura dei fabbisogni	Contratti nazionali	Data di decorrenza dei vincoli di fedeltà
100%	Unilever	1974
80%	Animedica	1972
70%	Guyomarc'h	1972
Parte essenziale dei fabbisogni	Beecham	1972
	Nitrovit	1973
	Pauls and Whites	1972
	Radar	1971
	Ramikal	1972
	I. Spencer	1973

La fedeltà è durata almeno fino alla fine del 1974.

14. I vari elementi descritti più sopra figurano nei 26 contratti in causa nella maniera seguente :

Alcuni contratti [Dawe's, Organon, Provimi, Ralston Purina, American Cyanamid, Radar, Animedica (contratto nazionale) Guyomarc'h, Beecham (1973) Nitrovite, Pauls and White e Isaac Spencer] prevedono espressamente l'impegno del cliente a coprire presso Roche una percentuale determinata del proprio fabbisogno, la concessione da parte di Roche di uno sconto come contropartita di tale impegno e, salvo nel caso di Guyomarc'h, l'applicazione della « clausola inglese ». Il 27 novembre 1974 il contratto Provimi è stato modificato e lo sconto è stato ridotto dal 5 % al 2,5 % e trasformato in « commissione per lo star del credere » (vedi paragrafo seguente).

15. Altri contratti [Afico (Nestlé), Capsugel (Parke Davis) e Upjohn] hanno in comune una clausola che prevede una « commissione per lo star del credere » che è pagata da Roche-Basilea al contraente in contropartita del fatto che questi si porta garante del pagamento delle fatture da parte delle filiali del gruppo a cui appartiene.

Per quanto riguarda l'impegno di fedeltà, esso figura in questi accordi sotto forme differenti. Nestlé e Upjohn s'impegnano espressamente per la totalità del loro fabbisogno. Nel contratto Capsugel (Parke Davis), alcune filiali Parke Davis esprimono la loro « intenzione » di acquistare da Roche la totalità delle vitamine di cui hanno bisogno.

Per quanto riguarda la clausola inglese, essa figura espressamente nei contratti Afico (Nestlé) e Capsugel (Parke Davis).

16. In altri accordi (Animedica, contratto quadro multinazionale, Protector, Ramikal, Sandoz, Trouw e Wyeth) lo sconto è concesso nella « ipotesi » di una fedeltà all'80 % (Animedica), nell'attesa « di un'analoga fedeltà (Protector) », « a condizione » che la parte essenziale del proprio fabbisogno venga acquistata presso Roche (Ramikal), in cambio dell'impegno di « raccomandare » alle affiliate la copertura presso Roche della totalità del loro fabbisogno (Sandoz), in considerazione degli stretti rapporti instaurati tra Roche e il suo cliente, il quale esprime l'intenzione di coprire la parte essenziale del proprio fabbisogno presso Roche (Trouw), in cambio dell'impegno di dare la preferenza a Roche per la totalità del proprio fabbisogno (Wyeth). La clausola inglese figura espressamente nei contratti Animedica, Ramikal, Sandoz.

17. Il gruppo Unilever ha stipulato con Roche un contratto multinazionale e un contratto nazionale per la vitamina A riguardante il Regno Unito.

Il contratto multinazionale è stato concluso tra Roche Basilea e Unilever Inkoop (Paesi Bassi) che funge da centrale di acquisto e da unità di coordinamento per le affiliate europee del gruppo.

Tale contratto prevede la fornitura da parte di Roche al gruppo Unilever di quantitativi indicati in maniera approssimativa e stabiliti in funzione del fabbisogno. Esso comporta ugualmente la clausola inglese, ma non prevede esplicitamente uno sconto. Roche Basilea e Unilever Inkoop convengono tuttavia un prezzo speciale, inferiore a quello che praticheranno le affiliate di Roche; la differenza tra il prezzo fatturato dalle affiliate di Roche alle affiliate Unilever e il prezzo speciale pattuito nel contratto è pagata ogni sei mesi da Roche-Basilea a Unilever Inkoop.

18. I contratti stipulati fra Roche e Merck, nel settore delle vitamine A, E e B6, contengono i seguenti elementi essenziali:

— *Vitamina A*

Roche s'impegna a coprire l'intero fabbisogno di Merck, che si impegna a sua volta ad impartire tutti i suoi ordinativi a Roche. Roche s'impegna a praticare a Merck i suoi migliori prezzi e le sue migliori condizioni di vendita. È previsto uno sconto minimo del 12,5 % ed uno sconto massimo del 20 %. Il contratto, stipulato per la durata di 5 anni, comporta anche la clausola inglese.

— *Vitamina E*

Roche s'impegna a coprire la totalità del fabbisogno di Merck, che si impegna a sua volta ad approvvigionarsi esclusivamente presso Roche. È previsto uno sconto minimo del 15 % (massimo 20 %) nonché una clausola inglese. In ogni caso, Roche applicherà a Merck i suoi migliori prezzi e le sue migliori condizioni di vendita. Il contratto è stipulato per la durata di 5 anni.

— *Vitamina B6*

Roche s'impegna a coprire tutto il fabbisogno di Merck eccedente la produzione di quest'ultimo e Merck s'impegna ad approvvigionarsi esclusivamente presso Roche. Il contratto, della durata di 5 anni, prevede uno sconto del 20 % nonché una clausola inglese.

## II. Infrazione all'articolo 86

19. considerando che ai termini dell'articolo 86 del trattato CEE è incompatibile con il mercato comune e vietato, nella misura in cui possa essere pregiudizievole al commercio tra Stati membri, lo sfruttamento abusivo da parte di una o più imprese di una posizione dominante sul mercato comune e su una parte sostanziale di questo;

### *Mercato di cui trattasi*

20. considerando che ogni gruppo di vitamine costituisce un mercato a sé, poiché è particolarmente atto a soddisfare bisogni costanti e non è, o è solo limitatamente, intercambiabile con altri gruppi o altri prodotti;

considerando che i mercati a cui si riferisce la presente decisione sono quelli dei seguenti gruppi di vitamine: A, B2, B6, C, E, biotina (H), acido pantotenico (B3);

considerando che il mercato geografico interessato dalla presente decisione è costituito dall'insieme del mercato comune;

### *Posizione dominante*

21. considerando che, sui mercati in questione, Roche dispone di una totale indipendenza di comportamento che le mermette di ostacolare una concorrenza effettiva all'interno del mercato comune e di assumere quindi una posizione dominante su questi mercati; che detta posizione dominante risulta dai seguenti elementi:

— la quota di mercato detenuta da Roche per ciascuna delle precitate vitamine è molto rilevante poiché va dal 95 % per le vitamine B6 e H al 47 % (il secondo produttore raggiunge appena la metà di questa percentuale) per la vitamina A;

— Roche produce un assortimento di vitamine molto più vasto di quello dei suoi concorrenti. Poiché il fabbisogno di numerosi utilizzatori comprende diversi gruppi di vitamine, Roche può praticare una politica di vendita, specie in materia di prezzi, molto meno dipendente dalle condizioni di concorrenza su singoli mercati rispetto agli altri produttori;

considerando che per valutare la posizione dominante di Roche occorre altresì tener conto, da un lato, che Roche è il maggiore produttore mondiale nel campo delle vitamine e che il suo fatturato supera quello di tutti gli altri produttori messi assieme, e, dall'altro, che possiede, rispetto ai suoi concorrenti, vantaggi tecnologici e commerciali; che inoltre, poiché l'accesso al mercato delle vitamine, per essere redditizio, richiede investimenti cospicui e specializzati e capacità programmate per lunghi periodi, non si può ritenere che la prospettiva di un eventuale accesso di nuovi concorrenti a tale mercato possa attualmente modificare in maniera sensibile la posizione di Roche;

*Abuso*

22. considerando che il comportamento di Roche illustrato ai paragrafi 10 — 18 costituisce un abuso di posizione dominante poiché è atto a pregiudicare la libertà di scelta e la parità di trattamento degli acquirenti nonché a restringere la concorrenza fra produttori di vitamine non condizionate nel mercato comune; che, dall'altro, esso è idoneo a incidere sul commercio fra Stati membri;

considerando che tale comportamento è caratterizzato dai seguenti elementi:

- a) Roche ha vincolato i suoi clienti con una esclusiva di acquisto o una preferenza a proprio favore per la totalità o per una parte rilevante del loro fabbisogno, sia mediante un impegno espresso di esclusiva sia mediante premi di fedeltà o altri mezzi;
- b) i vantaggi di prezzo concessi da Roche non sono basati sulla differenza dei costi e degli oneri sostenuti da Roche in relazione soprattutto ai quantitativi forniti, bensì sull'approvvigionamento della totalità o di una parte rilevante del fabbisogno;
- c) in alcuni casi lo sconto è calcolato sulla totalità degli acquisti, in modo da cumulare gli acquisti di vitamine di un gruppo con quelli di vitamine di altri gruppi (calcolo dello sconto « sull'assortimento »);
- d) i contratti contengono generalmente una cosiddetta clausola « inglese », il cui significato è il seguente: gli acquirenti sono tenuti ad informare Roche delle offerte di prezzo inferiori a quelle di Roche che essi ricevano eventualmente da altri fabbricanti; se Roche non allinea i suoi prezzi su queste offerte, i clienti sono liberi di acquistare presso detti fabbricanti senza perdere lo sconto sugli acquisti effettuati presso Roche; in alcuni contratti Roche esige che le offerte provengano da fabbricanti « rinomati » (esclusi in particolare i commercianti e altri intermediari);

23. considerando che i contratti in questione non sempre coincidono per quanto riguarda gli obblighi dell'acquirente; che essi sono però tutti preordinati al conseguimento dello stesso obiettivo: ossia che il cliente copra la totalità o una parte sostanziale del proprio fabbisogno in vitamine presso Roche; che taluni contratti prevedono l'obbligo espresso del cliente di acquistare la totalità o la quasi totalità del proprio fabbisogno presso Roche;

che in altri contratti prevedono premi di fedeltà; che in altri contratti ancora risulta dalle circostanze che, in cambio dell'impegno di esclusiva da parte dell'acquirente, vengono accordati vantaggi in materia di prezzi; che è questo il caso quando lo sconto

è denominato « commissione di star del credere », poiché tale garanzia non è prestata a favore di terzi indipendenti ma di società affiliate o consorelle nell'ambito di gruppi multinazionali ben noti e pienamente solvibili, i cui impegni commerciali correnti non richiederebbero alcuna garanzia;

24. considerando che l'esclusiva nei rapporti di Roche con i suoi clienti, pattuita nei contratti, costituisce un abuso ai sensi dell'articolo 86, poiché è incompatibile con l'obiettivo dell'articolo 3, lettera f) del trattato, secondo cui la concorrenza non deve essere falsata nel mercato comune, e in particolare con la lettera c) dell'articolo 86;

considerando che il fatto di convenire con i clienti un'esclusiva di acquisto per la totalità o per una percentuale rilevante del loro fabbisogno è atto a privare questi clienti di qualsiasi possibilità di scelta delle loro fonti di approvvigionamento e a vincolarli al fornitore; che i vantaggi di prezzo accordati da Roche costituiscono la contropartita della rinuncia, da parte dei predetti clienti, alla facoltà di approvvigionarsi per una parte sostanziale del loro fabbisogno presso i concorrenti; che, qualora il cliente non rispetti tale esclusiva — acquistando una parte del proprio fabbisogno presso un altro produttore di vitamine — egli perde il premio di fedeltà non solo per questa parte bensì sulla totalità degli acquisti effettuati presso Roche; che questo effetto restrittivo è aggravato dal fatto che il premio è calcolato sull'insieme degli acquisti effettuati presso Roche, in modo da cumulare gli acquisti di vitamine di un gruppo con quelli di vitamine degli altri gruppi (calcolo dello sconto « sull'assortimento »);

considerando che i contratti in questione hanno inoltre l'effetto di pregiudicare la concorrenza fra produttori di vitamine; che l'esclusiva instaurata tra Roche e i predetti clienti impedisce ad altri produttori di vitamine di accedere a questi clienti di Roche; che per quantitativi di una certa importanza l'incidenza del premio di fedeltà accordato da Roche è tale da rendere praticamente impossibili o quanto meno molto onerose le vendite da parte di altri produttori a questi clienti di Roche;

25. considerando che la cosiddetta clausola « inglese » costituisce soltanto una deroga molto limitata al sistema applicato da Roche; che l'argomento, secondo cui tale clausola consentirebbe al cliente di acquistare liberamente presso concorrenti di Roche, ne misconosce la funzione; che infatti tale clausola, pur facilitando l'informazione di Roche sui prezzi applicati dai suoi concorrenti, riserva a Roche il diritto di decidere se il cliente in questione può acquistare liberamente presso il concorrente che offre vitamine a prezzi più bassi; che, soltanto qua-

lora Roche decida di non allineare il suo prezzo, l'acquirente è autorizzato ad acquistare presso il concorrente; che tale possibilità è ulteriormente ridotta allorché Roche prescrive che deve trattarsi di un'offerta proveniente da un produttore « rinomato » del territorio del cliente — escluse dunque le offerte provenienti da altri territori o da altri paesi membri; che, evidentemente, se l'acquisto in questione interessa Roche sia perché si tratta di un grosso quantitativo o di una vitamina importante, sia perché l'offerta proviene da un concorrente rinomato, Roche, per la sua posizione di forza sul mercato delle vitamine, è sempre in grado di allineare il suo prezzo e dunque di conservare l'esclusiva dell'approvvigionamento del cliente in questione; che di conseguenza è Roche che decide caso per caso, secondo le circostanze, se consentire o no l'accesso parziale di un concorrente sul mercato che Roche si è riservato;

26. considerando inoltre che, nella misura in cui i contratti prevedono premi di fedeltà in cambio dell'esclusiva riservata dall'acquirente a Roche, ricorrono le condizioni previste dall'articolo 86, lettera c); che, infatti, gli sconti in questione conducono ad una discriminazione sia a danno dei clienti di Roche che non ne beneficiano che di quelli a cui sono accordati sconti meno elevati; che il sistema di Roche conduce all'applicazione di prezzi netti differenti a due operatori economici che hanno acquistato ambedue la stessa quantità di vitamine da Roche, ma di cui uno si è rifornito anche presso altri produttori; che in tal modo sono stati applicati nei riguardi di contraenti commerciali condizioni dissimili per prestazioni equivalenti, determinando così per questi ultimi uno svantaggio per la concorrenza;

27. considerando che il comportamento di cui trattasi è atto a pregiudicare il commercio fra Stati membri poiché restringe le possibilità di acquisto e di vendita degli utilizzatori e dei fornitori di vitamine non condizionate dei vari Stati membri ed incide perciò direttamente sulle correnti di scambio fra Stati membri in modo da poter ostacolare la realizzazione degli obiettivi di un mercato unico; che risulta inoltre dalle statistiche sulle importazioni di vitamine sfuse nei paesi del mercato comune che quasi la metà del fatturato è costituito da importazioni intracomunitarie; che si tratta dunque nella fattispecie di un commercio già fin d'ora ampiamente intracomunitario il cui sviluppo risulta frenato dai contratti in causa;

#### *Amenda*

28. considerando che in base all'articolo 15, paragrafo 2, del regolamento n. 17 la Commissione può

infliggere ammende alle imprese che commettano intenzionalmente o per negligenza un'infrazione alle disposizioni dell'articolo 86; che per determinare l'ammontare dell'ammenda occorre tener conto, oltre che della gravità dell'infrazione, anche della sua durata;

che vi è motivo d'infliggere un'ammenda a carico di Roche;

che Roche ha intenzionalmente, o quanto meno per negligenza, commesso l'infrazione più sopra illustrata; che le predette circolari mettono in evidenza che lo scopo perseguito e l'effetto scontato da Roche era quello di restringere in maniera sostanziale la concorrenza; che Roche non poteva ignorare che un tale comportamento restrittivo della concorrenza era incompatibile con l'articolo 86;

che per valutare la gravità dell'infrazione occorre tener conto del fatto che il comportamento di cui trattasi è atto a costituire un ostacolo grave alla concorrenza; che esso si è concretato in un gran numero di contratti riguardanti grossi quantitativi di vitamine, stipulati con clienti importanti, stabiliti in vari Stati membri, la cui sfera di attività si estende a tutto o gran parte del mercato comune;

che, per quanto riguarda la durata dell'infrazione, si può constatare che il comportamento contestato è iniziato nel 1964; che esso si è manifestato attraverso un numero crescente di contratti; che i primi contratti sono stati risolti non prima della fine del 1974, in seguito all'intervento della Commissione;

che tuttavia, ai fini della fissazione dell'entità dell'ammenda, la Commissione prende in considerazione soltanto il periodo che va dal 1970, anno a partire dal quale essa ritiene di poter affermare incontestabilmente di essere in presenza della formulazione e dell'applicazione di una politica sistematica di contratti di fedeltà da parte di Roche, fino alla fine del 1974, momento in cui sono stati risolti i primi contratti, ossia una durata dell'ordine di 5 anni;

29. considerando che la sede di Roche è situata al di fuori del mercato comune; che essa ha tuttavia varie affiliate nel mercato comune, in particolare nella Repubblica federale di Germania;

che in queste condizioni è opportuno, ai fini del pagamento dell'ammenda, convertirne l'ammontare, espresso in unità di conto, in marchi tedeschi,

HA ADOTTATO LA PRESENTE DECISIONE :

*Articolo 1*

La società Hoffmann-La Roche Cie AG ha commesso un'infrazione all'articolo 86 del trattato stipulando contratti che obbligano o, mediante l'applicazione di premi di fedeltà, inducono gli acquirenti a riservare a Hoffmann-La Roche un'esclusiva o una preferenza per la copertura della totalità o di una parte rilevante del loro fabbisogno in vitamine.

*Articolo 2*

Hoffmann-La Roche è tenuta a porre immediatamente fine all'infrazione constatata.

*Articolo 3*

A carico di Hoffmann-La Roche è inflitta un'ammenda di 300 000 UC (trecentomila) pari a 1 098 000 DM (un milione novantottomila).

L'ammenda deve essere pagata entro un termine di tre mesi dalla notificazione della presente decisione.

La presente decisione costituisce titolo esecutivo conformemente al disposto dell'articolo 192 del trattato che istituisce la Comunità economica europea.

*Articolo 4*

La presente decisione è destinata alla società Hoffmann-La Roche & Cie AG, con sede a Basilea (Svizzera).

Fatto a Bruxelles, il 9 giugno 1976.

*Per la Commissione*

*Il Vicepresidente*

Patrick J. HILLERY

---