

II

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

COMMISSIONE

DECISIONE DELLA COMMISSIONE

del 14 maggio 1997

relativa ad una procedura a norma dell'articolo 86 del trattato CE

(IV/34.621, 35.059/F-3/Irish Sugar plc)

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

(97/624/CE)

LA COMMISSIONE DELLE COMUNITÀ EUROPEE,

visto il trattato che istituisce la Comunità europea,

visto il regolamento n. 17 del Consiglio, del 6 febbraio 1962, primo regolamento d'applicazione degli articoli 85 e 86 del trattato⁽¹⁾, modificato da ultimo dall'atto di adesione dell'Austria, della Finlandia e della Svezia, in particolare l'articolo 3, l'articolo 15, paragrafo 2 e l'articolo 16, paragrafo 1,

vista la decisione adottata il 22 aprile 1993 dalla Commissione di avviare una procedura nel presente caso,

avendo dato modo all'impresa interessata di manifestare il suo punto di vista relativamente agli addebiti formulati dalla Commissione, conformemente all'articolo 19, paragrafo 1 del regolamento n. 17 ed al regolamento n. 99/63/CEE della Commissione, del 25 luglio 1963, relativo alle audizioni previste all'articolo 19, paragrafi 1 e 2 del regolamento n. 17 del Consiglio⁽²⁾,

previa consultazione del comitato consultivo in materia di intese e posizioni dominanti,

considerando che:

I FATTI

A. *L'oggetto della procedura*

- (1) La presente procedura riguarda certe pratiche messe in atto da Irish Sugar plc (in appresso denominata Irish Sugar) e relative alla commercializzazione dello zucchero in Irlanda nel periodo dal 1985 ad oggi.

- (2) La procedura è stata avviata con l'emissione di una comunicazione degli addebiti nei confronti di Irish Sugar e di certe altre parti nell'aprile 1993. Sulla base delle argomentazioni presentate dalle parti e di nuove denunce inoltrate dai concorrenti di Irish Sugar in Irlanda, la Commissione ha effettuato ulteriori accertamenti ed ha pubblicato una nuova versione della comunicazione degli addebiti contro Irish Sugar nel marzo 1996.

B. *Il prodotto di cui trattasi*

- (3) Il prodotto di cui trattasi nel presente caso è lo zucchero. Lo zucchero viene ottenuto dalla barbabietola o dalla canna. Con l'eccezione rappresentata da parte della Spagna meridionale e dai DOM francesi, la canna da zucchero è coltivata soprattutto nelle aree tropicali e subtropicali all'esterno della CE. I paesi ACP hanno il diritto di esportare nella CE una certa quota di zucchero di canna in esenzione da dazi all'importazione.
- (4) Ai fini della presente decisione si possono distinguere tre diversi tipi di zucchero: cristallizzato bianco, liquido e speciale.
- (5) Lo zucchero cristallizzato bianco è il prodotto finale della lavorazione della barbabietola e della raffinazione della canna da zucchero. Le varie qualità tipo sono fissate dai regolamenti CE⁽³⁾. La qualità standard è rappresentata dallo zucchero CE II. Lo zucchero cristallizzato bianco rappresenta la parte più consistente della produzione e del consumo a livello comunitario; viene venduto all'indu-

stria e al commercio al dettaglio. L'industria lo utilizza come ingrediente; gli utenti industriali ricevono principalmente zucchero sfuso o in sacchi. Il commercio al dettaglio rivende lo zucchero cristallizzato bianco al consumatore finale, principalmente sotto forma di confezioni da un kg.

- (6) Gli zuccheri liquidi sono utilizzati principalmente nell'industria alimentare. La qualità migliore viene ottenuta mediante soluzione dello zucchero cristallizzato bianco, mentre i prodotti inferiori vengono unicamente dalla canna, miscelando i succhi prodotti in varie fasi del processo di raffinazione.
- (7) Gli zuccheri speciali sono tutti zuccheri secchi diversi dal cristallizzato bianco. In questa categoria rientrano i greggi per consumo diretto di origine ACP, gli zuccheri bruni, gli zuccheri semolati, gli zuccheri a velo e altri zuccheri macinati, nonché sciroppi e melasse⁽⁴⁾.
- (8) Lo zucchero è un dolcificante. Altri gruppi di dolcificanti sono rappresentati dagli amidi e dai dolcificanti artificiali. Si tratta di un'ampia gamma di prodotti che va dall'isoglucosio al sorbitolo, alla saccarina, ai ciclamati e all'aspartame. Ciascuno di questi prodotti è caratterizzato da proprietà specifiche e può sostituire lo zucchero in diversi procedimenti industriali. Per una serie di ragioni che variano da prodotto a prodotto, come le quote comunitarie l'assenza di capacità di rigonfiamento allo stato sfuso o il prezzo più elevato, essi hanno intaccato solo in misura limitata il volume totale di vendita degli zuccheri naturali estratti dalla barbabietola e dalla canna.

C. *L'organizzazione comune dei mercati nel settore dello zucchero*

- (9) Il regime dello zucchero previsto dalla politica agricola comune⁽⁵⁾ è destinato a sostenere la produzione di zucchero all'interno della Comunità. L'ultima revisione di tale regime è avvenuta nel maggio 1995, quando il Consiglio ha deciso⁽⁶⁾ di prorogarlo per altri sei anni (ossia fino alla campagna 2000/2001 compresa). A ciascuno Stato membro sono attribuite due quote: una quota A e una quota B. La quota A totale dovrebbe, in linea di massima, equivalere al consumo annuo comunitario; la quota B è destinata a fornire un'eccedenza che permetta di far fronte alla domanda anche in caso di cattivo raccolto in certe aree geografiche.
- (10) Esiste un sistema di sostegno dei prezzi, ma soltanto per lo zucchero entro i limiti delle quote A/B. Tutto lo zucchero prodotto dalle imprese comunitarie in aggiunta alle quote A/B è denominato zucchero C e deve essere venduto sul mercato mondiale senza beneficiare di prezzi di sostegno, oppure immagazzinato e assegnato alle quote A/B dell'anno seguente.

- (11) La proporzione della quota A/B totale destinata ai singoli Stati membri è decisa dal Consiglio dei ministri. La quota attribuita ai singoli paesi viene poi divisa dal governo tra i produttori di zucchero nazionali.
- (12) Ogni anno il Consiglio dei ministri fissa un certo numero di prezzi istituzionali in relazione all'acquisto, alla lavorazione e alla vendita di barbabietole da zucchero: il più importante di questi è il prezzo d'intervento, ossia il prezzo al quale ogni produttore può vendere zucchero A/B agli organismi nazionali di intervento. Le imprese che vendono a prezzo di intervento ricevono tale prezzo per lo zucchero da loro lavorato. Nel quadro delle misure destinate ad assicurare l'autofinanziamento del regime, viene applicato a tutto lo zucchero A/B un addebito denominato «prelievo alla produzione». Il prezzo d'intervento, addizionato al prelievo al magazzino, rappresenta il prezzo minimo garantito per lo zucchero A/B, che viene denominato «prezzo di sostegno effettivo». Il regime di magazzino è anch'esso autofinanziato.
- (13) Nel quadro dell'Uruguay Round il precedente regime d'importazione, caratterizzato da un prezzo soglia e da prelievi variabili, è stato sostituito da tariffe fisse che saranno ridotte del 20% su un arco di sei anni.
- (14) Il Consiglio fissa inoltre prezzi minimi che i trasformatori devono pagare ai coltivatori per lo zucchero di barbabietola.
- (15) I trasformatori di zucchero di barbabietola possono vendere liberamente lo zucchero A/B in tutta la CE. Se non riescono a vendere in questo modo tutto il proprio zucchero possono o vendere a prezzo d'intervento, o esportare sul mercato mondiale. Chi sceglie quest'ultima opzione riceve un rimborso all'esportazione calcolato sulla base di un sistema di offerte.
- (16) Oltre allo zucchero A/B la Comunità fornisce un sostegno ai prezzi per un quantitativo limitato di zucchero importato ai sensi della Convenzione di Lomé⁽⁷⁾.

D. *Il mercato dello zucchero in Irlanda*

- (17) Irish Sugar è l'unica impresa trasformatrice di barbabietola da zucchero in Irlanda e nell'Irlanda del Nord.
- (18) Irish Sugar è stata creata nel 1933 dal governo irlandese con la denominazione Comhlucht Siúicre Éireann, Teo. Nella prima metà degli anni '80 l'impresa ha subito gravi perdite e ha dovuto ricorrere a massicci finanziamenti statali. Nella

seconda metà del decennio è stato attuato un programma di razionalizzazione del gruppo e di conseguenza Irish Sugar è gradualmente tornata in attivo. Nell'aprile 1991 l'impresa è stata privatizzata. Il meccanismo utilizzato per ridurre la partecipazione dello Stato in Irish Sugar prevedeva fra l'altro la costituzione di una nuova società holding, Greencore plc (in appresso denominata Greencore), che ha acquistato Irish Sugar. Nell'esercizio chiuso il 27 settembre 1996 Irish Sugar registrava un fatturato di 134,7 milioni di IEP e un utile

operativo di 27,2 milioni di IEP, rispetto ad un fatturato aggregato di 459 milioni di IEP e ad un utile operativo di 49,1 milioni di IEP per Greencore.

- (19) Quando l'Irlanda aveva aderito alla Comunità europea, ad Irish Sugar era stata attribuita l'intera quota nazionale per lo zucchero A/B, quota che l'impresa continua a detenere e che ammonta a 200 200 tonnellate l'anno. Questa quota è superiore al consumo nazionale.

Tabella 1

Produzione, commercio e consumo dello zucchero allo stato naturale in Irlanda

	1986/1987	1987/1988	1988/1989	1989/1990	1990/1991	1991/1992	1992/1993	1993/1994	1994/1995 ⁽¹⁾
Quota (A+B) (migliaia di t)	200	200	200	200	200	200	200	200	200
Riporto dei quantitativi di zucchero (fuori quota) dalla precedente campagna di commercializzazione	+10	+11	+34	+29	+16	+16	+10	+10	0
Produzione	186	223	195	214	225	213	223	177	213
Riporto della produzione di zucchero (fuori quota) alla seguente campagna di commercializzazione	-11	-34	-29	-16	-16	-10	-10	—	-13
Zucchero «C» destinato all'esportazione	—	—	—	27	25	19	23	—	—
Produzione nazionale disponibile	185	200	200	200	200	200	200	187	200
Variazione delle scorte ⁽²⁾	+3	-19	+1	+11	+1	+8	-3	+11	—
Importazione di zucchero ACP	—	—	—	—	—	—	1	—	—
Importazione da paesi terzi	—	—	—	—	—	—	—	—	—
Importazione da Stati membri	13	14	7	6	6	7	6	7	7
Totale zucchero disponibile	201	195	208	217	207	215	204	205	207
Esportazione verso paesi terzi	—	—	13	—	—	6	—	—	6
Esportazioni verso Stati membri	39	42	41	46	39	39	44	32	44
Consumo nazionale	162	153	154	171	168	170	160	173	157

Fonte: Statistiche della direzione generale Agricoltura della Commissione.

⁽¹⁾ Cifre provvisorie.

⁽²⁾ Il segno positivo indica un prelievo dalle scorte, il segno negativo un aumento delle scorte stesse.

- (20) Il consumo di zucchero pro capite in Irlanda è superiore alla media comunitaria⁽⁸⁾. Questo fenomeno rispecchia il ruolo dello zucchero come ingrediente nell'industria alimentare e delle bevande del paese [industria relativamente importante che, unitamente agli altri settori connessi

all'agricoltura, ha rappresentato il 16% dell'occupazione complessiva nel 1995⁽⁹⁾], oltre che sul mercato al dettaglio.

- (21) Irish Sugar è la principale impresa fornitrice di zucchero in Irlanda, con una quota di mercato

complessiva situata a più di 90% nel periodo 1985-1995. Le importazioni di zucchero in Irlanda provengono dalla Francia, dal Regno Unito (soprattutto dall'Irlanda del Nord) e, in misura limitata, dalla Germania e dal Belgio. Le importazioni dal Regno Unito sono principalmente di zucchero Irish Sugar. Nel 1993/1994 le importazioni di zucchero «non Irish Sugar» hanno rappresentato il [...] circa del mercato⁽¹⁰⁾.

- (22) Sul versante industriale, le importazioni successive al 1985 sono rappresentate in maggioranza da zucchero francese e sono state effettuate dapprima tramite ASI International Trading Ltd e poi tramite ASI International Foods («ASI»). Nelle vendite industriali lo zucchero è confezionato in sacchi da 50 kg. L'importazione di zucchero sfuso dalla Francia all'Irlanda è più costosa del trasporto di zucchero in sacchi, specie se la nave cisterna deve fare il viaggio di ritorno con un container vuoto⁽¹¹⁾. Il piano aziendale del gruppo Greencore del giugno 1994 osserva che «la grande maggioranza delle importazioni avviene in sacchi da 50 kg: il trasporto di zucchero sfuso è relativamente costoso perché si rendono necessari container appositi». Nel corso degli anni gli utenti industriali si sono andati orientando verso il magazzino dello zucchero in sili, fenomeno che si è tradotto in una contrazione costante del mercato dello zucchero in sacchi⁽¹²⁾.
- (23) Sul mercato al dettaglio, che incide per il 25% circa sul mercato totale dello zucchero, la quota detenuta da Irish Sugar superiore a 85% dal 1985, e la sua marca principale, «Siúcra», gode di significativo riconoscimento da parte dei consumatori⁽¹³⁾. La maggior parte della concorrenza proviene da imprese nazionali di piccole dimensioni. A seconda delle oscillazioni riscontrate nei differenziali di prezzo, si sono talvolta verificate importazioni di zucchero per il dettaglio dall'Irlanda del Nord, ma in una percentuale significativa di tali casi si è trattato comunque di prodotti di Irish Sugar. Nei documenti interni di Irish Sugar si osserva che, per quanto riguarda lo zucchero al dettaglio, tradizionalmente la clientela si è trovata divisa a metà fra grossisti e gruppi di vendita al dettaglio («catene di supermercati»), ma che recentemente quest'ultima categoria è andata assumendo maggior importanza. Alcune fra queste catene vendono zucchero al dettaglio di marca propria. Tuttavia, «finora tutto lo zucchero delle marche proprie è stato fornito da Irish Sugar, in quanto l'origine irlandese è considerata importante per il consumatore»⁽¹⁴⁾.
- (24) Durante gli anni '80 i principali concorrenti nazionali di Irish Sugar sul mercato al dettaglio sono stati Round Tower Foods Ltd e ASI, che ha importato sino alla fine del 1988 la marca «Euro-lux» della Compagnie Française de Sucrierie. Tra il 1984/1985 e il 1986/1987 la maggioranza delle forniture di zucchero di Round Tower era rappresentata da importazioni; durante questo stesso periodo l'impresa ha svolto un'attività d'importazione parallela di zucchero Irish Sugar dall'Irlanda del Nord, oltre ad importare direttamente da certe fonti e ad acquistare da ASI zucchero importato dalla Francia. Dal 1987/1988 l'impresa acquista la maggioranza del suo zucchero da Irish Sugar.
- (25) Nei primi anni '90 Round Tower era ormai l'unica concorrente nazionale di Irish Sugar sul mercato al dettaglio dello zucchero cristallizzato bianco, con una quota del [...]
- (26) Nel 1993 quattro società irlandesi confezionatrici di prodotti alimentari [Gem Pack Ltd («Gem Pack»), Burcom Ltd («Burcom»), Tara Foods Ltd e P. J. Lumley Ltd], hanno lanciato marche di zucchero cristallizzato bianco in confezioni da un kg, realizzando entro la metà del 1994 una quota complessiva pari al 7,5% circa sul mercato al dettaglio; Gem Pack ha riportato il maggiore successo (il 5% circa del mercato totale). Burcom ha cessato ogni attività a metà dicembre del 1994. Anche ASI ha lanciato la propria confezione al dettaglio nel 1993, usando zucchero francese importato, ma si è ritirata per la seconda volta dal mercato al dettaglio alla metà del 1994.
- (27) Burcom inizialmente confezionava zucchero sia di Irish Sugar che importato (ottenuto presso ASI), mentre le altre imprese acquistavano il proprio zucchero industriale da Irish Sugar. Successivamente alla scomparsa di Burcom e all'uscita di ASI dal mercato, Irish Sugar fornisce «quasi tutto»⁽¹⁵⁾ lo zucchero cristallizzato bianco sfuso che viene confezionato dai suoi concorrenti nazionali per il mercato al dettaglio.
- (28) Nel settembre del 1994 Irish Sugar ha lanciato la marca «Castle» di zucchero al dettaglio in confezioni da un kg, ad un prezzo all'ingrosso inferiore a quello di Siúcra.
- (29) Lo zucchero di Irish Sugar è distribuito in Irlanda da Sugar Distributors Limited (in appresso denominata SDL). Fino al febbraio 1990 Irish Sugar ha detenuto il 51% del capitale (sotto forma di «azioni B») della società madre di SDL, Sugar Distributors Holdings Ltd («SDH»). Il restante 49% (sotto forma di «azioni A») è stato detenuto fino al 1988 dalle società Musgraves e Punch e dai sig.ri Garavan e Keleghan, e dal 1988 da quattro dirigenti della SDH, i sig.ri Lyons, Kelghan, Tully e Garavan. All'epoca il consiglio d'amministrazione era costituito da un numero pari di membri in rappresentanza degli azionisti A e B e caratterizzato dall'esistenza di un presidente indipendente. L'amministratore delegato e vari altri membri del consiglio d'amministrazione di Irish Sugar erano presenti nei consigli d'amministrazione di SDH e di

SDL. Un'altra società, JC Cole Ltd («JCC»), è stata responsabile per la distribuzione dello zucchero nelle regioni occidentali dell'Irlanda fino alla sua liquidazione nel marzo 1988, quando le sue attività sono state integrate in quelle di SDL.

- (30) Irish Sugar sottolinea che nel periodo anteriore al febbraio 1990 deteneva il controllo di SDH dal punto di vista legale, ma non sotto il profilo della gestione⁽¹⁶⁾. Dal luglio 1982⁽¹⁷⁾ è affidata ad Irish Sugar la responsabilità dei servizi tecnici e del marketing, comprendente tra l'altro la strategia di mercato, le attività promozionali rivolte al consumatore e la concessione di sconti, mentre SDL è incaricata del finanziamento delle attività di vendita, delle promozioni rivolte al commercio, della presentazione delle merci e della distribuzione dei prodotti di Irish Sugar sui mercati del Sud e del Nord. Queste responsabilità sono state suddivise nelle rispettive zone fra SDL, JCC e William McKinney (1975) Ltd («McKinney»), mentre a SDL sono state affidate le decisioni di vendita, compresa la fissazione dei prezzi per tutte e tre le società. Tuttavia queste decisioni avrebbero dovuto essere «adottate conformemente alla politica decisa dal direttore generale della divisione zucchero» di Irish Sugar e, come già osservato, era quest'ultima a finanziare gli eventuali sconti alla clientela. SDL si impegnava ad approvvigionarsi in zucchero unicamente presso Irish Sugar, subordinatamente alla disponibilità di forniture, e sottostava al divieto di vendere, rivendere o promuovere qualsiasi prodotto «di tipo analogo o simile» a quelli di Irish Sugar. Le aree di responsabilità comune di SDL ed Irish Sugar comprendevano «le attività di consulenza e riesame delle politiche in materia di prezzi e di promozione» e «lo scambio delle informazioni reciprocamente necessarie su tutti gli aspetti della commercializzazione, della vendita, del commercio, della pubblicità, delle promozioni commerciali rivolte al consumatore e delle attività finanziarie». Per garantire che «tutti gli aspetti del commercio di zucchero» fossero oggetto di «effettiva comunicazione» tra Irish Sugar e SDL, e che venissero adeguatamente coperte tutte le aree di responsabilità comune, venivano organizzate riunioni mensili tra la divisione zucchero di Irish Sugar e SDL sotto la presidenza del direttore generale della divisione «zucchero» di Irish Sugar.

- (31) Nel febbraio 1990 Irish Sugar ha acquistato tutte le quote restanti di SDH, diventando così proprietaria unica di SDL.
- (32) Oltre ad essere il principale fornitore di zucchero in Irlanda, Irish Sugar continua a costituire un'importante fonte di rifornimenti nell'Irlanda del Nord tramite McKinney. All'epoca in cui era stata creata, nel 1976, quest'ultima impresa era di proprietà al 51 % di SDL, che nel 1980 ha aumentato la sua partecipazione azionaria portandola al 60 %. Nel periodo 1985-1989 SDL e la sua società madre SDH disponevano di una netta maggioranza (sette membri su dieci) nel consiglio d'amministrazione di William McKinney⁽¹⁸⁾. Due dei quattro azionisti di minoranza restanti in McKinney disponevano ciascuno di un rappresentante nel consiglio d'amministrazione. Tuttavia alle riunioni del comitato di gestione di McKinney, nel corso delle quali veniva decisa la politica commerciale, assistevano di solito unicamente i sig.ri Lyons, Hogan e Keleghan di SDH/SDL e il sig. Wood di McKinney⁽¹⁹⁾. Nel 1989 SDL ha ulteriormente aumentato la propria partecipazione azionaria in McKinney portandola al 70 %.
- (33) Dal 1994 il consumo di zucchero cristallizzato nell'Irlanda del Nord oscilla tra 35 000 e 39 000 tonnellate; i principali fornitori sono Irish Sugar, British Sugar PLC e Tate & Lyle PLC. Nel periodo tra il 1984 e il 1994 Irish Sugar ha detenuto una quota compresa tra il [...] del mercato dello zucchero nell'Irlanda del Nord, British Sugar ha inciso per il [...] circa e Tate & Lyle per il [...]. Nel 1994 il piano aziendale del gruppo Greencore osservava: «Attualmente deteniamo il [...] circa del mercato al dettaglio dei prodotti di marca e [...] del mercato industriale» nell'Irlanda del Nord.

Prezzi dello zucchero industriale

- (34) Secondo Irish Sugar, nel periodo 1985-1994 i prezzi dello zucchero industriale in Irlanda e nell'Irlanda del Nord hanno evidenziato l'andamento seguente:

Tabella 2

Prezzi di vendita medi netti (IEP per tonnellata) dello zucchero industriale in Irlanda e nell'Irlanda del Nord

	1985/1986	1986/1987	1987/1988	1988/1989	1989/1990	1990/1991	1991/1992	1992/1993	1993/1994
Irlanda	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
Irlanda del Nord	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]

Fonte: Greencore/Irish Sugar.

- (35) Secondo il Caobisco — Committee of Industrial Sugar Users (Comitato degli utilizzatori industriali di zucchero) i prezzi medi di vendita indicativi in IEP per lo zucchero industriale sfuso franco stabilimento in Irlanda durante i mesi seguenti tra il 1986 e il 1994 sono stati:

Tabella 3

Prezzi indicativi medi dello zucchero industriale in Irlanda

03,86	10,86 01,87	10,87 07,88	03,89 10,89	02,90 07,90	02,91 04,91	03,92 07,92 12,92	05,93	02,94 08,94
480	510	524 528	536 538	540 559	562 570	560 560 560	590	610 605

Fonte: Caobisco/Committee of Industrial Sugar Users.

- (36) Va osservato che i dati forniti da Caobisco si riferiscono a mesi specifici, mentre nel caso di Irish Sugar si tratta di medie annue.
- (37) Irish Sugar vende inoltre regolarmente quantitativi compresi fra le [...] e le [...] tonnellate di zucchero industriale in Gran Bretagna. Nel periodo tra il 1985 e il 1994 i prezzi dello zucchero industriale nel Regno Unito (compresa l'Irlanda del Nord) hanno evidenziato l'andamento seguente:

Tabella 4

Prezzi di vendita medi netti (GBP per tonnellata) dello zucchero industriale sfuso in Gran Bretagna e Irlanda Nord

	1985/86	1986/87	1987/88	1988/89	1989/90	1990/91	1991/92	1992/93	1993/94
Regno Unito (Irlanda del Nord)	385	393	398	411	450	480	488	543	580

Fonte: Prezzi indicativi forniti da Caobisco/Committee of Industrial Users of Sugar. Va osservato che nel corso di questo periodo la sterlina britannica è scesa da un valore superiore del 18-20% circa rispetto alla sterlina irlandese ad un valore inferiore del 2,3% circa. La differenza tra i prezzi nel Regno Unito e in Irlanda del periodo 1985-1992 è pertanto meno pronunciata di quanto potrebbero far ritenere le cifre delle tabelle 2, 3 e 4.

- (38) Sebbene questo fenomeno non trovi riscontro nelle cifre che figurano alla tabella 2, comunicate dalla stessa Irish Sugar, l'impresa ha dichiarato⁽²⁰⁾ che dal 1984 al 1993 «i prezzi nordirlandesi e britannici erano in generale inferiori a quelli irlandesi, e nel caso particolare dello zucchero risultavano talvolta inferiori del 18% nell'Irlanda del Nord». Per giustificare il divario tra le cifre da lei fornite e l'andamento dei prezzi constatato da una relazione di carattere riservato predisposta per suo conto, Irish Sugar dichiara che «durante tutto questo periodo i clienti industriali di Irish Sugar sono stati abbastanza influenti da invertire la tendenza generale dei prezzi». Va osservato che il prezzo medio dello zucchero industriale in Irlanda tiene conto del fatto che i due principali clienti di Irish Sugar⁽²¹⁾, che rappresentano il [...] circa delle sue vendite di questo prodotto, pagano entrambi un prezzo significativamente inferiore alla media. Come risulta dalla tabella 6, alla metà del

1994 nessun altro cliente industriale pagava un prezzo netto inferiore a [...] sterline, il prezzo medio comunicato da Irish Sugar per il 1993-1994. Irish Sugar applica inoltre un sistema di «sconti all'esportazione di zucchero» grazie al quale i clienti industriali che vendono il proprio prodotto finale all'esterno dell'Irlanda ricevono sconti di [...] IEP la tonnellata, che si riflettono sul prezzo di vendita medio⁽²²⁾. Questi sconti non sono disponibili ai clienti esclusivamente «nazionali».

- (39) Il piano aziendale del gruppo Greencore 1993/1994-1997/1998 del giugno 1994 osserva, al capitolo «Implicazioni in materia di prezzi — volume», che

«Un eventuale passaggio dalla clientela industriale nazionale a quella nordirlandese o al settore espor-

tazioni del Regno Unito porterebbe alla seguente perdita marginale, come segue:

Perdita marginale

Irlanda del Nord — Settore industriale [...]]
Regno Unito — Settore industriale [...]]

Prezzi al dettaglio

- (40) Secondo Irish Sugar, nel periodo dal 1985 al 1994 i prezzi al dettaglio dello zucchero in Irlanda e nell'Irlanda del Nord hanno evidenziato l'andamento seguente:

Tabella 5

Prezzi di vendita medi netti (IEP/t) dello zucchero al dettaglio in Irlanda e nell'Irlanda del Nord

	1985/1986	1986/1987	1987/1988	1988/1989	1989/1990	1990/1991	1991/1992	1992/1993	1993/1994
Irlanda	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
Irlanda del Nord	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]

Fonte: Greencore/Irish Sugar.

- (41) Una nota scritta a mano su un lucido «Piano zucchero», copiata dalla Commissione nella sede di Greencore unitamente al piano aziendale Greencore del giugno 1994, fa riferimento al «premio mercato interno» sul prezzo dello zucchero. Un'altra nota scritta a mano, intitolata «Piano zucchero», osserva anch'essa che, per varie ipotesi formulate in materia di prezzi di vendita, «si conserva il premio mercato interno»⁽²³⁾.

E. Fatti alla base dell'infrazione alle norme di concorrenza

I. Misure destinate a proteggere il mercato interno contro la concorrenza delle importazioni da altri Stati membri

i) Importazioni dalla Francia

- (42) Come osservato ai paragrafi precedenti, un'elevata percentuale dello zucchero importato in Irlanda dal 1985 è stata di provenienza francese.

Restrizioni al trasporto

- (43) Dalla documentazione contenuta nel dossier si rileva che alla metà degli anni '80 Irish Sugar è intervenuta per limitare le possibilità di trasporto disponibili ai concorrenti. A tale proposito si può fare riferimento al verbale della seduta di consiglio Irish Sugar/SDL/JCC del 28 giugno 1985:

«Situazione attuale sul mercato nazionale delle vendite al dettaglio ... in relazione allo zucchero in pacchetti prodotto da Round Tower, si osserva che esiste un divario di circa [...] IEP la tonnellata fra il loro prezzo medio di vendita ed il prezzo del prodotto "Siúcra" (di Irish Sugar). Su questo problema si conviene che CSET (Irish Sugar) debba adoperarsi affinché Round Tower non possa beneficiare di accordi vantaggiosi con il proprio fornitore o trasportatore. ...»⁽²⁴⁾.

- (44) In particolare, alla metà del 1985 Irish Sugar ha cercato di impedire ad ASI di importare zucchero dalla Francia minacciando di non servirsi più della navigazione statale britannica ed irlandese B&I per il trasporto dei prodotti Irish Sugar se questa avesse continuato ad importare per conto di ASI zucchero francese fornito dalla società di lavorazione francese Compagnie Française de Sucrierie («CFS»). B&I ha ceduto alle pressioni di Irish Sugar ed ha accettato di non trasportare più zucchero per ASI. Quest'ultima impresa ha reagito promuovendo un'azione giudiziaria contro B&I e Irish Sugar. La linea d'azione seguita in questa occasione da Irish Sugar trova riferimento in una serie di note scritte a mano contenute nell'agenda di lavoro del sig. Keleghan:

«17 luglio 1985 — Chris Comerford (amministratore delegato di Irish Sugar) — Brendan Byrd (in rappresentanza di B&I) — B&I non trasporterà più zucchero francese da lunedì 22 luglio. Tonnellaggio dell'anno scorso $228 \times 20 = 4\,560$ — tonnellaggio di quest'anno, fino ad oggi: $91 \times 20 = 1\,820$ — 1 420 fino ad aprile ... Charles Lyons ha promesso a Brendan Byrd che Tanktrans (controllata di Irish Sugar) darà più lavoro a B&I ...».

«1° agosto 1985 — B&I ha comunicato a PC (Peter Cunningham di ASI) che CSET (Irish Sugar) ha fatto pressione perché non trasportassero più per la sua impresa — tentativo rozzo e subdolo di far pressione su PC prima delle discussioni. PC si è incontrato con Alex Spain (membro del consiglio di amministrazione di B&I)»⁽²⁵⁾.

La denuncia di B&I ha trovato una composizione extragiudiziale: è stato infatti convenuto che Irish Sugar avrebbe pagato un indennizzo a CFS. Irish Sugar ha ammesso di aver prospettato a B&I «la propria intenzione» di non utilizzare più i suoi servizi se B&I avesse continuato a trasportare zucchero CFS dalla Francia all'Irlanda.

Prezzi selettivi

- (45) In una nota dell'8 marzo 1988 inviata ai membri dell'esecutivo CSET (Irish Sugar) SDL/JCC e riguardante le importazioni di zucchero francese, il sig. Keleghan (allora direttore alle vendite di SDL) formula la seguente osservazione:

«Abbiamo accertato che costerebbe circa [...] IEP portare tutti i clienti ad un massimo di [...] IEP per tonnellata. (...) Non prevedo di diminuire i prezzi per tutti i clienti, politica che comporterebbe i forti costi sopra citati; tuttavia, quando ci troviamo di fronte a nuovi prezzi bassi dobbiamo reagire con cautela e assicurarci di tenere i clienti a tutti i livelli, anche quelli più piccoli. Mi rendo conto che si tratta di un'iniziativa un po' rischiosa, poiché potremmo trovarci in una situazione in cui utenti di dimensioni molto modeste beneficerebbero di condizioni pari o superiori a quelle concesse ad alcuni clienti più importanti. Ritengo tuttavia che sia un rischio da assumere. Nel frattempo abbiamo dato il via ad una politica di più assidua vigilanza a livello di clienti industriali, in una prospettiva volta ad accertare fino a che punto si spingerà l'attività di ASI, se eventualmente verrà intensificata.»⁽²⁶⁾

Scambio di prodotti e sconto di fedeltà

- (46) Come segnalato ai paragrafi precedenti, tradizionalmente ASI ha effettuato le proprie vendite al dettaglio di zucchero bianco tramite Round Tower Foods⁽²⁷⁾. Tuttavia dal 1987/1988 Round Tower ha ricevuto quasi tutte le sue forniture di zucchero da SDL. Trovandosi esposta ad una forte pressione concorrenziale nel settore industriale, nel 1988 ASI ha deciso di lanciare sul mercato irlandese una confezione di zucchero da 1 kg CFS con il marchio «Eurolux» (una marca CFS).

- (47) Questo fatto è stato esaminato nel corso della riunione del consiglio di amministrazione di SDH il 28 giugno 1988. Il verbale della riunione riferisce:

«... per quanto riguarda il mercato al dettaglio, il sig. Keleghan comunica al consiglio di amministrazione che, come da lui previsto nel corso della riunione di marzo, ASI ha effettivamente lanciato una nuova confezione sul mercato al dettaglio. Sebbene finora l'iniziativa non abbia avuto successo, a suo giudizio ASI riuscirà a smerciare piccoli quantitativi di zucchero presso alcuni negozi indipendenti del settore al dettaglio ...

Il sig. Comerford (amministratore delegato di Irish Sugar) dichiara che l'industria dello zucchero non si era mai trovata di fronte ad una sfida come quella attuale. Se non riusciamo a far fronte a questa sfida il futuro dell'industria in Irlanda si presenta decisamente preoccupante. Il sig. Comerford è molto soddisfatto del modo in cui finora si è reagito a questa sfida, ma si preoccupa del costo che essa comporterà per entrambe le imprese (Irish Sugar e SDL) e che sarà molto elevato ...»⁽²⁸⁾.

- (48) Non appena ASI ha presentato e immesso sul mercato lo zucchero Eurolux, SDL ha messo in

atto certe iniziative che, su denuncia di ASI, sono state impugnate a norma del diritto irlandese dal Director of Consumer Affairs and Fair Trade (Ufficio di protezione dei consumatori e della concorrenza). Queste iniziative sono state descritte come segue nella deposizione giurata del sig. Anthony Brennan, funzionario incaricato di rappresentare tale Ufficio davanti all'Alta Corte irlandese.

- (49) Nel febbraio 1988, o intorno a tale data, ASI ha concluso con il gruppo irlandese di grossisti Allied Distribution Merchants («ADM») un accordo per la fornitura di confezioni da 1 kg di zucchero cristallizzato. ADM ha accettato di acquistare 1 500 t di confezioni da 1 kg di zucchero Eurolux e le prime 24 t sono state consegnate alla metà di aprile al magazzino ADM per distribuzione ai punti di vendita della catena di supermercati Londis. Il 15 aprile 1988 ADM ha inviato a tutti i suoi membri, ossia ai punti di vendita della catena Londis, un bollettino in cui si rendeva nota la disponibilità di tale zucchero. Secondo la deposizione del sig. Brennan, successivamente alla pubblicazione di tale bollettino il sig. Keleghan di SDL si è incontrato con il sig. Lane (direttore generale di ADM). La deposizione contiene le seguenti informazioni:

«Nel corso di tale incontro il sig. Keleghan ha comunicato al sig. Lane che se fosse stato ridotto il quantitativo di zucchero acquistato presso la parte convenuta (circa [...] t l'anno), allora la parte convenuta (SDL) avrebbe ritirato il premio di incentivazione. Ciò significava in pratica che ADM non poteva né vendere né fare concorrenza, perdendo così il premio accordatole dalla parte convenuta. Il sig. Lane ha comunicato al sig. Keleghan di avere nel proprio magazzino un grosso quantitativo invenduto della prima consegna dello zucchero cristallizzato Eurolux. Il sig. Keleghan si è offerto di acquistare tale zucchero per venderlo all'industria manifatturiera ed ha accettato di accreditare sul conto di ADM il relativo importo. (...) L'importo di zucchero Eurolux acquistato dalla parte convenuta è di 21,01 tonnellate metriche»⁽²⁹⁾.

Nella sua deposizione il sig. Brennan osserva poi:

«Dichiaro che, in risposta alla mia domanda (perché non veniva ordinata una più ingente quantità di zucchero), il sig. Lane ha risposto che a suo parere il mercato non era ancora pronto ad accogliere lo zucchero Eurolux. Egli ha aggiunto che ADM era pervenuta con SDL ad un accordo secondo il quale ADM avrebbe acquistato di norma (x) t di zucchero pagandole al prezzo fissato per [3x], che è più vantaggioso. Se il quantitativo di zucchero acquistato fosse stato ridotto questo accordo non sarebbe più stato valido e non sarebbe stato possibile ottenere lo zucchero dalla parte convenuta (SDL) al prezzo fissato per [3x] t.»⁽³⁰⁾.

Dagli elementi di prova contenuti nel dossier si può dedurre che le 21 t di zucchero Eurolux in questione sono state prese in consegna presso ADM il 21 aprile 1988.

(50) Iniziative analoghe sono state adottate nei confronti del dettagliante Kelly's Spar Supermarket. Secondo la deposizione del sig. Brennan, intorno alla metà di maggio 1988 Kelly aveva acquistato una mezza tonnellata di zucchero Eurolux dall'agente di ASI. Lo zucchero è stato messo in vendita e in un primo tempo si è venduto bene. Nella sua deposizione il sig. Brennan riferisce inoltre che, circa quattro settimane più tardi, SDL ha chiamato il negozio e ha chiesto come andavano le vendite di Eurolux. Secondo quanto riferito nella deposizione, il sig. Kelly ha riferito a SDL che, se avesse potuto ottenere un prezzo migliore per lo zucchero di Irish Sugar, non avrebbe venduto l'Eurolux. Il sig. Kelly dichiara che il rappresentante della parte convenuta (SDL) gli ha segnalato che:

«se non poteva venderlo glielo avrebbero cambiato.»⁽³¹⁾

La deposizione continua precisando che due ore dopo circa lo zucchero Eurolux è stato preso in consegna e scambiato per un quantitativo equivalente di zucchero Irish Sugar.

(51) Nella dichiarazione giurata in risposta a quella del sig. Brennan, il sig. Keleghan di SDL dichiara, in sostanza, che sia ADM che Kelly si chiedevano con una certa preoccupazione se sarebbero stati in grado di vendere tutto lo zucchero Eurolux che era stato loro consegnato. Entrambi si sarebbero resi conto che il mercato irlandese non era pronto ad accogliere lo zucchero Eurolux. Nel caso di Kelly, SDL osserva che era stato il sig. Kelly stesso a chiedere che si provvedesse allo scambio di zucchero Eurolux con la marca Siúcrá.

(52) Dalle prove documentali contenute nel dossier emerge che, sebbene le iniziative riguardanti lo scambio di prodotti siano state intraprese da SDL, Irish Sugar è stata debitamente informata da ASI delle difficoltà incontrate. In una lettera del 19 luglio 1988 il sig. Loane di ASI ha scritto nei termini seguenti al sig. Comerford, direttore generale di Irish Sugar, all'indirizzo di quest'ultima società a Dublino.

«Egregio signor Comerford,

Le scrivo per richiamare la Sua attenzione sulle pratiche commerciali sleali avviate o direttamente dalla Sua impresa o da Sugar Distributors Limited, da essa controllata, in relazione alle nostre attività di promozione dello zucchero Eurolux in confezioni da 1 kg in Irlanda. Abbiamo invitato il «Director of Consumer Affairs and Fair Trading» ad indagare sulle difficoltà specifiche da noi attualmente incontrate.

Specificamente, con la presente lettera intendo comunicare che troviamo intollerabile la sostituzione del nostro prodotto presso Kelly's di Boyle, negozio della catena Spar, effettuata dalla Sua società. Indipendentemente dal fatto che tale iniziativa sia stata attuata con il consenso del proprietario o in assenza di esso, si tratta di una violazione

della legislazione vigente. Vi invitiamo pertanto a voler cortesemente rimettere al suo posto il nostro prodotto in questo e in altri casi in cui è stata messa in atto tale pratica. Troviamo in particolare intollerabile il ricorso all'intimidazione nei confronti di altri singoli dettaglianti che beneficiano dei vantaggi offerti da Eurolux e continuerebbero a beneficiarne se non venissero minacciati.

Sollecitiamo da parte vostra un impegno a desistere da pratiche restrittive e tattiche sleali sul piano commerciale e a competere con noi a parità di condizioni, come abbiamo diritto di esigere ai sensi delle norme di concorrenza della Comunità europea.»⁽³²⁾

(53) Il Director of Consumer Affairs and Fair Trade ha sollecitato presso l'Alta Corte un'ordinanza volta ad impedire a SDL di acquistare confezioni di zucchero Eurolux da 1 kg presso punti di vendita all'ingrosso o al dettaglio. L'ordinanza non è però stata concessa, poiché a giudizio della Corte non era provato «che si fosse verificata una violazione persistente delle ordinanze ministeriali in materia o che fossero probabili ulteriori violazioni in futuro».

ii) Importazioni dall'Irlanda del Nord

(54) Nel periodo tra il 1985 ed il 1990, ed in particolare nel corso di una «guerra dei prezzi» tra i produttori britannici British Sugar PLC and Tate & Lyle PLC, Irish Sugar si è trovata a fronteggiare il problema delle importazioni transfrontaliere dall'Irlanda del Nord. In linea di principio tutto lo zucchero nordirlandese, quale che fosse la sua origine, poteva essere utilizzato per queste importazioni: esse includevano sia zucchero di produttori concorrenti, come Silver Spoon di British Sugar, sia lo zucchero di Irish Sugar, che veniva reimportato sfuso o in confezioni al dettaglio (sotto l'etichetta McKinney). Questo problema è stato esaminato nel corso di varie riunioni sfociate nell'attuazione di iniziative specifiche destinate a fungere da difesa contro tali importazioni.

Limitazione delle forniture

(55) Nel corso di una riunione interna fra Irish Sugar e SDL, avente ad oggetto lo zucchero in pacchetti e svoltasi il 23 gennaio 1985, è stato osservato:

«Il volume di zucchero importato dall'Irlanda del Nord in novembre — dicembre è stimato a 700 t, con un'accelerazione in gennaio.

Vendite ai grossisti nelle regioni di frontiera negli ultimi due mesi; come segue: (...) Il sig. A. J. Hogan (direttore generale del marketing di Irish Sugar) propone di abolire gli sconti di [...] GBP per tonnellata attualmente concessi nell'Irlanda del Nord. Questa iniziativa avrebbe un duplice vantag-

gio: farebbe aumentare i prezzi nel Nord e ridurrebbe lo sconto richiesto nel Sud; essa va effettuata cercando di spingere BSC (British Sugar) e Tate & Lyle a seguire il nostro esempio, ma il nostro prezzo va aumentato in ogni caso.

Il sig. Keleghan (direttore alle vendite di SDL) è del parere che vi siano solo due alternative:

- a) sconti nazionali nel Sud. Egli propone [...] IEP per tonnellata a livello nazionale e [...] IEP nelle zone di frontiera per febbraio/marzo. Costo stimato: [...] IEP;
- b) abolire l'attuale sconto di [...] IEP per le zone di frontiera, impossibile a mantenere in vigore su base selettiva, e limitare le forniture di zucchero McKinney ai grossisti nordirlandesi che attualmente riforniscono i commercianti del Sud.

Dopo una discussione si decide di optare per la seconda soluzione e di continuare nel frattempo ad intervenire presso BSC e Tate & Lyle perché aumentino i loro prezzi.»⁽³³⁾

- (56) Durante la riunione del consiglio di amministrazione di McKinney, il 6 febbraio 1985, il sig. P. Wood (membro del consiglio di amministrazione di McKinney) ha osservato che:

«Tate & Lyle si sta conquistando qualche cliente in più per via della limitazione alle forniture di zucchero McKinney nelle zone di frontiera.»⁽³⁴⁾

Sconti selettivi (prezzi discriminatori), compresi gli sconti «frontiera»

- (57) In una nota intitolata «SDL: riesame degli attuali (aprile 1986) problemi di concorrenza per lo zucchero nazionale e proposte di strategia promozionale e fissazione dei prezzi» si dichiara:

«Successivamente all'ultimo aumento di prezzo dello zucchero in pacchetti, avvenuto nell'ottobre 1984 (...), si rileva un notevole differenziale tra i prezzi del mercato nazionale e quelli dei prodotti importati competitivi, fra cui lo zucchero McKinney reimportato in sacchi e in pacchetti. (...) Le attività di Round Tower Foods Limited, che attualmente confeziona e vende un quantitativo di zucchero in pacchetti stimato a 40 t la settimana (...), sono una fonte continua di preoccupazione e, in questa fase, rappresentano solo un elemento fra i tanti in un quadro di concorrenza attuale e potenziale che vede minacciata la posizione dominante, in termini di prezzi e di quote di mercato, dello zucchero in pacchetto Siúcra sul mercato della Repubblica d'Irlanda.»⁽³⁵⁾

Nella stessa nota sono enunciate alcune opzioni strategiche:

«i) Non agire; ii) ridurre i prezzi di vendita sul mercato a tutti i clienti di [...] IEP la tonnellata,

realizzando così la parità fra i prezzi di vendita tra il Nord e il Sud. Questa iniziativa dovrebbe eliminare completamente tutti i problemi di importazione e di concorrenza, ma sarebbe da un lato non indispensabile e dall'altro impossibile sul piano finanziario; iii) ridurre i prezzi di vendita di [...] IEP, livello sufficiente sia a limitare le importazioni transfrontaliere alle zone di frontiera che a mantenere l'attività di Round Tower Foods Limited ad un livello pari o inferiore all'attuale; verrebbero però ignorate le richieste delle catene di supermercati, ecc., che chiedono la fissazione di prezzi eguali a Nord e a Sud; iv) attuare un programma selettivo e coordinato che tenga conto delle aree più vulnerabili, con l'obiettivo di mantenere al livello attuale i prezzi esposti al pubblico. Questa è la strategia proposta, e SDL ritiene che, dati gli eccellenti rapporti esistenti sul mercato, uniti al riconosciuto vantaggio di marca dei prodotti Siúcra, essa vada adottata per il restante del 1986 e per il 1986/1987. SDL è del parere che sia questa l'opzione più desiderabile e meno costosa, pur ammettendo che non si può darne per scontata la capacità di resistere ad una più forte pressione da parte degli importatori e di Round Tower Foods Limited. In quest'ultimo caso occorrerà riflettere seriamente alla possibilità di dar corso alle opzioni più costose sopra elencate.»⁽³⁶⁾

La strategia proposta viene poi illustrata più dettagliatamente:

«i) Continuare la promozione "[...] IEP per pacco" nel Donegal ed estenderla all'area Monaghan/Dundalk (zona di frontiera); (...); iv) sono sorti particolari problemi con ADM a causa della natura di tale gruppo. Il costo degli accordi di sconto temporaneo stretti con ADAM e precisato all'appendice E4. Si prevede per quanto riguarda tale cliente una spesa supplementare di [...] IEP l'anno.»⁽³⁷⁾

- (58) Durante questo stesso periodo l'impresa concorrente Round Tower Foods svolgeva attività di importazione parallela di zucchero dall'Irlanda del Nord, che vendeva sotto l'etichetta Gold Seal. Una nota scritta a mano e senza data, reperita nell'ufficio del sig. Keleghan, riferisce quanto segue:

«Raccomandazioni e implicazioni per quanto riguarda gli zuccheri Gold Seal. Prima raccomandazione: continuare come abbiamo fatto finora, cioè praticare sconti quando se ne manifesta la necessità. Attualmente concediamo sconti a: [...]. Tramite [...] pratichiamo sconti a favore di molti punti di vendita indipendenti, i principali dei quali sono [...]. Imp. (implicazione): questo metodo è estremamente pericoloso sotto il profilo sia legale che commerciale: legale, per via dei prezzi selettivi; commerciale, per le stesse ragioni, senonché in questo caso la selettività gioca a favore dei nostri clienti minori, come [...] ... l'ex responsabile di zona [...] è utilizzatore di meno di [...] t l'anno e ha un prezzo netto di ... mentre [...], che acqui-

- stano da [...] a [...] t l'anno o più di [...] t collettivamente ...»⁽³⁸⁾
- (59) Il verbale di una riunione comune fra Irish Sugar e SDL del 5 giugno 1986 riferisce quanto segue:
«Il sig. C. M. Lyons (amministratore delegato di SDLA) dichiara che, in considerazione dei prezzi nordirlandesi estremamente bassi di cui si è già discusso, è essenziale confermare lo sconto promozionale concesso alle zone frontaliere, consistente in uno sconto di [...] IEP per pacco (15 confezioni da 1 kg). Si conviene di continuare questa attività promozionale per la ragione già addotta.»⁽³⁹⁾
- (60) In una nota del 26 giugno 1986 al sig. Keleghan, il sig. Lyons scrive:
«1. [...]»
Ieri ho parlato con Joe Lane, che ha telefonato per sapere quale sia la situazione in merito allo sconto di una sterlina per pacco per il mese di luglio. (...) Gli ho consigliato di prorogarlo per quel mese. Ha passato in rassegna i singoli clienti che aveva riconquistato, ossia [...] su un totale di [...] ai quali ha concesso lo sconto. Gli altri [...] sono clienti che gli sono sempre rimasti fedeli ma che si trovavano sotto pressione nelle zone in questione.»⁽⁴⁰⁾
- (61) Alla riunione del consiglio di amministrazione di McKinney, il 19 settembre 1986, è stato riferito che:
«se è vero che preoccupa il calo delle vendite di zucchero in pacchetti, va tenuto a mente che questa riduzione è attribuibile per circa [...] t alla diminuzione delle vendite transfrontaliere di zuccheri McKinney.»⁽⁴¹⁾
- (62) In una nota intitolata «Punti in discussione»⁽⁴²⁾ viene fornita la seguente descrizione dei problemi relativi alle vendite transfrontaliere:
«2. BSC e Tate & Lyle hanno ridotti i propri prezzi (noi non li abbiamo imitati) di altre 12/13 IEP nei piccoli "Cash & Carry's" delle zone di frontiera (nessuno dei quali arriverebbe a 300 t di zucchero l'anno), che erano fin troppo contenti di tenere il loro prodotto, perché lo zucchero di McKinney recava un'etichetta di prezzo e non poteva essere pertanto usato per il traffico transfrontaliero.
Abbiamo quindi un grosso problema, rappresentato dai prezzi troppo bassi di questi "Cash & Carry's" e dal fatto che i commercianti transfrontalieri acquistano per rivendere a prezzi di dumping nel Sud; ciò comporta attualmente per CSET (Irish Sugar) un costo di circa [...] IEP l'anno per gli sconti praticati nelle zone di frontiera del Sud, oltre ad una perdita del [...] della quota di mercato nordirlandese al dettaglio dello zucchero in pacchetti. Il problema è poi potenzialmente molto più grave, in quanto la pratica degli sconti cresce e potrebbe tradursi in uno sconto a livello nazionale il cui costo potrebbe elevarsi fino a [...] milioni di IEP ...»⁽⁴³⁾
- (63) Nel verbale di una seduta di consiglio SE (Irish Sugar)/SDL/JCC del 7 gennaio 1987 si riferisce quanto segue:
«Il sig. Keleghan riferisce che lo sconto di [...] sterlina al pacco è stato ridotto a [...] pence al pacco in tutte le aree ad eccezione del Donegal. Si conviene che anche nel Donegal lo sconto venga portato a [...] pence a decorrere dal 1° dicembre 1986.»⁽⁴⁴⁾
- (64) Nel verbale di una riunione comune fra Irish Sugar e SDL del 12 gennaio 1987 si riferisce quanto segue per quanto riguarda le vendite transfrontaliere:
«Il sig. C. M. Lyons annuncia che la riduzione dello sconto transfrontaliero da [...] sterlina a [...] pence per pacco ha funzionato bene senza che si manifestassero problemi rilevanti e senza portare ad aumenti dei piccoli quantitativi di zucchero BSC e T&L importati. Il sig. M. Leyden conferma una reazione analoga nel settore occidentale.»⁽⁴⁵⁾
- (65) Nel corso di una riunione del Consiglio di amministrazione di McKinney il 21 gennaio 1987, il sig. Keleghan ha fatto notare che il considerevole calo delle vendite a James Finlay Ltd
«rispecchia sia la riduzione delle vendite transfrontaliere che la perdita subita da questo cliente di un contratto di grande importanza nel Regno Unito.»⁽⁴⁶⁾
- (66) Il verbale della riunione del consiglio di amministrazione di SDH del 18 novembre 1986 riferisce:
«Gli sconti "frontiera" sono stati aboliti nel luglio 1987, ma potrebbe rivelarsi necessario ripristinarli ai primi del 1988. Round Tower sembra aver adottato ultimamente una politica più razionale.»⁽⁴⁷⁾
- (67) Il verbale della riunione del consiglio di amministrazione di SDH del 29 marzo 1988 riferisce che
«il recente aumento di 20 GBP dei prezzi dello zucchero nordirlandese in pacchetti, unito all'apprezzamento della sterlina britannica rispetto a quella irlandese, ha ridotto in misura significativa le importazioni transfrontaliere»⁽⁴⁸⁾
- (68) Il verbale della riunione del consiglio di amministrazione di SDH del 28 giugno 1988 riferisce:
«gli aumenti di prezzo degli zuccheri BSC e Tate & Lyle hanno contribuito a stabilizzare tale mercato e a ridurre i quantitativi di zucchero importati dall'Irlanda del Nord.»⁽⁴⁹⁾
- (69) Il verbale di una riunione della direzione Irish Sugar/SDL tenutasi il 27 giugno 1990 riferisce:
«Il sig. T. G. Keleghan osserva che il nostro mercato nazionale è potenzialmente minacciato dalle importazioni transfrontaliere dall'Irlanda del Nord, aggiungendo che, qualora la minaccia si avverasse, sarà importante reagire prontamente con adeguate contromisure: fra queste rientrerebbero la marcatura dei prezzi sugli articoli McKinney e il lancio di apposite attività promozionali sul mercato nazionale ...»⁽⁵⁰⁾

II. Comportamento in materia di prezzi che penalizza determinate categorie di clienti

i) Sconti all'esportazione di zucchero

(70) I prezzi applicati da Irish Sugar allo zucchero industriale variano sia in base a normali criteri commerciali, come il quantitativo acquistato e le condizioni di credito, sia in base a diversi altri fattori, il più importante e significativo dei quali è senz'altro rappresentato dallo sconto per l'esportazione, concesso ai clienti che esportano il proprio prodotto finale, come i dolciumi o le bevande analcoliche. Questi sconti, che Irish Sugar definisce anche «Peripheral Factor Allowances» (agevolazioni per fattori periferici), o «PFA», sono pagati secondo il tonnellaggio di zucchero definitivamente esportato, e dalle prove disponibili alla Commissione⁽⁵¹⁾ risulta che vari clienti comunicavano retroattivamente i quantitativi esportati per avere diritto allo sconto: ad esempio l'impresa produttrice di marmellata Chivers ha chiesto [...] IEP, di cui [...] IEP per esportazioni in «Gran Bretagna ed Europa», per il periodo dal luglio all'ottobre 1994. Irish Sugar afferma poi che alcune imprese, come i fabbricanti di dolciumi [...] e [...] (i suoi più importanti clienti) incorporano lo sconto nel proprio prezzo netto per tutti gli acquisti di zucchero, anche se la controllata di [...] Ireland è tra le imprese che forniscono ad Irish Sugar relazioni periodiche sul tonnellaggio di «zucchero all'esportazione» utilizzato. Sebbene il sistema di sconti all'esportazione sia analogo a quello del regime comune dello zucchero per le esportazioni all'esterno dell'UE, la maggior parte delle esportazioni beneficiarie degli sconti è diretta ad altri Stati membri. Irish Sugar sostiene che il sistema di sconti trae origine dalle misure di incentivazione adottate dal governo irlandese per sostenere le esportazioni nel corso degli anni '70. Esso dura pertanto da tempo, e gli sconti all'esportazione di zucchero sono stati oggetto di discussione durante le riunioni svoltesi tra rappresentanti di Irish Sugar e SDL prima del febbraio 1990⁽⁵²⁾.

(71) In una lettera recante la data del 24 febbraio 1994 all'«Office of Consumer Affairs» il sig. Heaphy di Irish Sugar spiega che lo sconto all'esportazione «è stato dell'ordine di [...] IEP per ogni tonnellata di zucchero utilizzata nella fabbricazione del prodotto destinato all'esportazione»⁽⁵³⁾. In una lettera alla Commissione Irish Sugar ha dichiarato che le cifre medie relative agli sconti all'esportazione sono reperibili fra i documenti aziendali solo a partire dal 1987; il calcolo del valore totale degli sconti rispetto al tonnellaggio totale dà uno sconto medio di circa [...] IEP la tonnellata tra il 1987 ed il 1995, anche se non è chiaro in quale misura tale media rispecchia la situazione dei singoli clienti⁽⁵⁴⁾. È peraltro dimostrato che gli sconti all'esportazione possono arrivare ad oltre [...] IEP la tonnellata, che clienti che esportano gli stessi volumi ricevono sconti di diversa entità per tonnellata e che l'importo può variare nel tempo senza che si

rilevino corrispondenti variazioni dei volumi acquistati o esportati, o senza alcuna correlazione con i cambiamenti intervenuti nei tassi di cambio. Irish Sugar ha dichiarato:

«... nei casi in cui i PFA sono stati concessi su un determinato arco di tempo, si trovano di fatto incorporati nei prezzi d'acquisto della società beneficiaria, che pretenderà quindi di ricevere sempre lo stesso livello di sconto.»⁽⁵⁵⁾

(72) Gli sconti possono inoltre variare a seconda dello Stato membro destinatario delle esportazioni: ad esempio l'impresa del settore dolciario William McKinney riceve uno sconto di [...] IEP sullo zucchero la cui destinazione finale è il Regno Unito e di [...] IEP per le esportazioni in altri paesi. Tali sconti vengono poi conglobati con quelli relativi agli acquisti destinati al mercato «interno» per dare uno sconto medio globale di [...] IEP la tonnellata su tutto lo zucchero acquistato da [...]. [...] IEP su tutti gli acquisti perché «una percentuale molto elevata è destinata all'esportazione» (non vengono fornite cifre che attestino precisamente la percentuale e i paesi destinatari). Nel corso di riunioni svolte con la Commissione Irish Sugar ha spiegato che gli sconti sono concessi in forma non sistematica a singoli clienti e vengono notificati alla società che li riceve. Ad esempio in una lettera recante la data del 7 ottobre 1993 al gruppo BSN il signor Heaphy di SDL propone una riduzione di [...] IEP la tonnellata sul prezzo delle forniture di zucchero ad Irish Biscuits, controllata di BSN (nel quadro dei negoziati annuali sui prezzi con quest'ultima società), per aggiungere poi: «Praticiamo un accordo di sconti all'esportazione con Irish Biscuits e, subordinatamente all'esito di ulteriori discussioni con questa impresa, proponiamo uno sconto di [...] IEP la tonnellata.»⁽⁵⁶⁾ Gli sconti all'esportazione non comportano né soglie né percentuali fisse e il sistema non riceve alcuna pubblicità.

ii) Discriminazione contro imprese concorrenti

(73) Entro i primi anni '90 ASI aveva cessato di rifornire il mercato dello zucchero al dettaglio e la percentuale dei prodotti «non Irish Sugar» risultava modesta e praticamente stazionaria (Round Tower deteneva una percentuale attestata costantemente sul [...] del mercato, utilizzando principalmente zucchero di Irish Sugar). Tuttavia alla metà del 1993 quattro imprese confezionatrici, le più importanti delle quali erano Gem Pack e Burcom, hanno lanciato confezioni al dettaglio da 1 kg beneficiando della forte differenza di prezzo fra zucchero industriale e al dettaglio. Gem Pack acquistava zucchero unicamente da Irish Sugar, mentre nel corso degli anni Burcom ha utilizzato zucchero sia importato (proveniente da ASI) che di Irish Sugar. ASI ha inoltre deciso nel 1993 di lanciare la propria confezione al dettaglio, utilizzando zucchero francese importato.

lata nell'ottobre 1995, retrodatato al 1994, e sostiene inoltre⁽⁵⁸⁾ che Burcom ha ricevuto anch'essa uno sconto sui prezzi da lei pagati nel 1994, sebbene ciò non risulti dalla sua risposta dell'agosto 1994, perché il prezzo di [...] IEP le è stato «addebitato come se avesse acquistato da [...]»⁽⁵⁹⁾, quando invece «nel suo primo anno di attività (maggio 1993-1994) Burcom ha acquistato [...] tonnellate»⁽⁶⁰⁾. Va osservato a tale proposito che alla data del 30 giugno 1994, dopo la fine del primo anno d'attività e malgrado la sua rapida crescita, Burcom si vedeva ancora addebitare un prezzo di [...] IEP. Nell'anno che ha avuto termine nel dicembre 1994 Burcom ha acquistato quasi [...] tonnellate di zucchero. Va inoltre rilevato che l'impresa Topps Ireland Ltd, produttrice di gomma da masticare, che aveva acquistato appena [...] tonnellate di zucchero nel 1994, ha pagato un prezzo lordo superiore di appena [...] IEP a quello addebitato a Burcom.

- (76) Come gli sconti all'esportazione, anche gli altri sono stati tutti accordati caso per caso e notificati verbalmente: ne consegue che imprese in condizioni analoghe possono beneficiare di sconti tra loro diversissimi. Ad esempio lo sconto di [...] IEP la tonnellata ricevuto da Gleeson, produttrice di bevande analcoliche, viene motivato con la sua distanza dal mercato di Dublino, sebbene la società sia ubicata più vicino a Dublino di quanto lo siano altri clienti. Batchelor's ha ricevuto uno «sconto promozionale» di [...] IEP la tonnellata nel 1994 sebbene i volumi acquistati fossero «diminuiti in misura significativa», secondo Irish Sugar. Anche Topps ha ricevuto uno sconto di [...] IEP, in aggiunta alla concessione di un prezzo lordo già basso, perché all'atto della sua costituzione, alcuni anni fa, si prevedevano «vendite di entità considerevole». Sembra esservi insomma un netto sfasamento tra i risultati in termini di vendite e gli eventuali ritocchi apportati agli sconti; inoltre gli sconti per le imprese «in fase iniziale» e «in rapida crescita» sembrano limitati a quelle che non svolgono la propria attività nel settore dello zucchero.
- (77) Come nel caso degli sconti all'esportazione, non solo risulta variabile l'ammontare per tonnellata di questi sconti «nazionali», ma anche il metodo di concessione varia a seconda dei clienti: in certi casi, ma non in altri, lo sconto è indicato sulla fattura; in certi casi esso viene concesso su tutti gli acquisti, in altri, invece, retroattivamente (come forfait) se sono realizzati certi volumi di acquisto.

Sconti «su obiettivo» e prezzi selettivi

- (78) Nella primavera 1994 (marzo-maggio), parallelamente ad una promozione in occasione della Coppa del Mondo di calcio che comportava la concessione di sconti quantitativi ordinari, Irish Sugar ha offerto ai principali grossisti alimentari in Irlanda anche sconti basati su determinati obiettivi di vendita sulla propria marca Siúkra da 1 kg.
- (79) Irish Sugar ha dichiarato di aver offerto ai grossisti uno sconto supplementare dell'[...] su tutti gli acquisti se avessero realizzato un aumento dell'[...] rispetto alla precedente media di acquisto settimanale. Il periodo di riferimento utilizzato per calcolare l'aumento era rappresentato dalle 26 settimane dall'aprile al settembre 1993. Dai documenti sequestrati presso la sede della società si rileva che vari gruppi di grossisti hanno ottenuto uno sconto «su obiettivo» superiore alla percentuale di cui sopra, particolare confermato da due clienti in risposta alle richieste di informazione loro indirizzate. La National Wholesalers Grocers Alliance Ltd («NWGA»), che incide per il [...] circa sul mercato all'ingrosso, ha infatti ricevuto uno sconto del [...] e il gruppo Musgraves uno sconto del [...]. Irish Sugar sostiene⁽⁶¹⁾ che queste imprese hanno fornito alla Commissione informazioni inesatte circa la percentuale da loro ricevuta sotto forma di sconto «su obiettivo». Dalla documentazione della stessa Irish Sugar⁽⁶²⁾ risulta però chiaramente che a Musgraves era stato destinato uno sconto «su obiettivo» del [...], percentuale che collima con quella dichiarata dallo stesso Musgraves. Irish Sugar non nega che a tutti i grossisti interessati sia stato offerto uno sconto «su obiettivo» in una forma o nell'altra.
- (80) Un «rapporto sulle attività», scritto a mano e per uso interno, osserva, per quanto riguarda lo zucchero al dettaglio, che «le attività promozionali dei mesi di aprile e maggio hanno contribuito ad un'accumulazione delle scorte e, pertanto, ad un calo dei livelli di vendita nel mese di giugno e probabilmente anche in luglio.»⁽⁶³⁾
- (81) Irish Sugar ha lanciato una nuova serie di sconti «su obiettivo» per lo zucchero Siúkra per due settimane in ottobre; anche questi sconti avevano come punto di riferimento le medie settimanali ottenute durante il periodo dall'aprile al settembre 1993. I gruppi di grossisti hanno ricevuto uno sconto di [...] IEP alla tonnellata (il 3% circa rispetto al prezzo medio all'ingrosso) aumentando le vendite dell'8% rispetto a tale media settimanale. Dalle fatture relative alle vendite di confezioni da 1 kg avvenute durante questo periodo si rileva che molti clienti hanno acquistato in misura significativamente superiore all'obiettivo fissato.
- (82) Anche questo tipo di sconto è stato offerto su base selettiva. Nel dicembre 1994 Irish Sugar ha offerto alla grande catena di supermercati [...] uno sconto «su obiettivo» per il 1995. Una nota interna del 15 dicembre 1994, intitolata «Proposta 1995 per [...] Stores» dimostra l'esistenza di un «incentivo alla crescita», sotto forma di sconto dell'[...] sugli acquisti Siúkra nel 1995, subordinato ad un «aumento di [...] tonnellate dei volumi Siúkra». Dal momento che le confezioni da 1 kg costituivano la maggioranza delle vendite totali della marca Siúkra a [...] nel 1994/1995⁽⁶⁴⁾, un aumento degli acquisti dei prodotti Siúkra avrebbe dunque riguardato in gran parte tali confezioni. All'epoca Irish Sugar si trovava in concorrenza con Burcom per le vendite a [...] di confezioni da 1 kg recanti il marchio

commerciale proprio «[...]». Il piano aziendale Greencore del giugno 1994 osserva che nell'aprile 1994 [...] ha rilanciato la marca [...], «fornita per il [...] da Burcom e per il [...] da noi», e che «[...] è deciso a lanciare [...] [...] concede lo stesso spazio sui suoi scaffali alle marche [...] e Siúkra». Un eventuale aumento dei volumi Siúkra acquistati da [...] avrebbe portato con ogni probabilità ad una riduzione degli acquisti delle confezioni [...] da 1 kg, ossia il prodotto sul quale Burcom si trovava in concorrenza con Irish Sugar.

- (83) Irish Sugar sostiene che, avendo Burcom cessato le proprie attività il 14 dicembre 1994, ed essendo la nota interna di data successiva alla chiusura dell'impresa, «all'epoca Burcom non era concorrente né sul mercato in generale né per vendere a [...] in particolare»⁽⁶⁵⁾. Tuttavia lo sconto «su obiettivo» a [...] figura anche in uno stralcio del registro delle condizioni supplementari tenuto da Irish Sugar che, secondo quanto sottolineato dalla società, rappresenta una documentazione completa delle condizioni da lei imposte ed è stato istituito conformemente ai sensi degli Irish Groceries Acts (leggi sul commercio di generi alimentari)⁽⁶⁶⁾. Dallo stralcio in questione⁽⁶⁷⁾ risulta chiaramente che le parole «marca Siúkra [...] %», «incentivo crescita Siúkra [...] %» sono state iscritte nel registro l'8 dicembre 1994 e che pertanto l'incentivo cui essi si riferiscono era stato deciso in tale data o in un periodo anteriore. Inoltre le previsioni interne della stessa Irish Sugar in materia di profitti e perdite, elaborate dopo il lancio della marca Castle negli ultimi mesi del 1994, prevedono un raddoppio (da [...] tonnellate nel 1993/1994 a [...] nel 1994/1995)⁽⁶⁸⁾ degli acquisti di zucchero sfuso da parte di Burcom.
- (84) Irish Sugar ha dichiarato che nel febbraio 1995 erano stati offerti al gruppo di grossisti [...] sia uno sconto «su obiettivo» che uno sconto non concesso ad obiettivi per gli acquisti di prodotti Irish Sugar effettuati nel periodo dal marzo 1995 al febbraio 1996. Nel corso dell'anno precedente [...] aveva acquistato prodotti Irish Sugar per un valore di circa [...] milioni di IEP. Le condizioni fissate, che sono state confermate da [...], erano le seguenti: uno sconto incondizionato dello [...] sul valore degli acquisti e un altro sconto dell' [...] subordinato ad un aumento del [...] degli acquisti nel corso dell'anno.

VALUTAZIONE GIURIDICA

ARTICOLO 86

- (85) Ai sensi dell'articolo 86 del trattato CE 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 o su una parte sostanziale di esso.

A. Il mercato rilevante

Il mercato del prodotto

- (86) Come ha statuito la Corte nel caso Hoffmann-La Roche/Commissione⁽⁶⁹⁾, «La nozione di mercato di cui trattasi (relevant market) implica, in realtà, che vi possa essere concorrenza effettiva tra i prodotti che ne fanno parte, il che presuppone un sufficiente grado di intercambiabilità per lo stesso uso fra tutti i prodotti che fanno parte dello stesso mercato.»
- (87) Nella decisione Napier Brown-British Sugar⁽⁷⁰⁾, concernente certe pratiche restrittive relative alla vendita di zucchero cristallizzato, la Commissione ha ritenuto che il mercato del prodotto fosse quello dello zucchero bianco cristallizzato.
- (88) Gli zuccheri speciali, gli zuccheri liquidi e gli sciroppi, che vengono impiegati per usi diversi rispetto allo zucchero cristallizzato, non rispondono alle stesse esigenze e non formano perciò parte dello stesso mercato in quanto non sono considerati sostituibili dal consumatore.
- (89) I surrogati dello zucchero prodotti industrialmente come isoglucosio, saccarina, ciclamati o aspartame sono in concorrenza con lo zucchero naturale soltanto per usi limitati, come i prodotti dietetici, e non fanno pertanto parte del mercato dello zucchero cristallizzato.
- (90) La Commissione accoglie tuttavia l'argomentazione di Irish Sugar⁽⁷¹⁾, secondo la quale il mercato dello zucchero cristallizzato bianco si suddivide ulteriormente in due mercati, quello industriale e quello al dettaglio. Le caratteristiche dei due mercati coincidono in parte: entrambi riguardano lo stesso prodotto fondamentale, lo zucchero cristallizzato, e il volume totale di forniture di entrambi è soggetto ai limiti imposti dal regime comune dello zucchero. Tuttavia, se è vero che esiste un certo grado di sostituibilità sul versante dell'offerta, per l'uso cui sono destinati i prodotti, i volumi venduti e i tipi di clientela, si tratta comunque di mercati diversi. Lo zucchero industriale viene venduto sfuso o in sacchi di grandi dimensioni (ad esempio da 50 kg) e viene o trasformato per entrare nella composizione di prodotti alimentari o di bevande, o confezionato in pacchetti per la vendita al dettaglio. I clienti dello zucchero industriale sono pertanto in gran parte imprese confezionatrici e fabbricanti di prodotti alimentari e di bevande. In certi Stati membri sono inoltre presenti sul mercato industriale alcuni intermediari o commercianti di zucchero. Lo zucchero al dettaglio è venduto in confezioni più piccole, come i sacchetti o i pacchi da 1 kg, ed è destinato principalmente ad usi domestici o al settore della ristorazione. Per il trasformatore di zucchero, i clienti sul mercato al dettaglio sono costituiti dai settori dettaglio e ingrosso. Queste differenze di confezione, distribuzione e

profili di utenza si traducono in strutture di prezzo diverse sui mercati dello zucchero industriale e al dettaglio in tutta la Comunità.

Il mercato geografico rilevante

- (91) Il mercato geografico rilevante è così definito dalla Corte⁽⁷²⁾:

«una zona geografica ben definita, nella quale il prodotto in questione è in commercio e in cui le condizioni di concorrenza sono abbastanza omogenee da consentire di valutare l'effetto della potenza economica dell'impresa in questione.»

- (92) Il mercato geografico rilevante nel quale deve essere valutata la potenza di Irish Sugar sul mercato è l'Irlanda. Questa considerazione si basa sugli elementi seguenti.

- (93) Come accennato in precedenza, un elemento fondamentale dell'organizzazione comune del mercato dello zucchero è il fatto che, nella Comunità, ciascuno Stato membro si vede attribuire un quantitativo di base di zucchero di barbabietola, che divide in quote tra le imprese trasformatrici della barbabietola («zucchero A/B»). Irish Sugar, essendo l'unica impresa trasformatrice di barbabietola da zucchero in Irlanda, riceve l'intera quota di zucchero A/B per tale paese, che ammonta attualmente a 200 200 tonnellate l'anno e supera largamente il fabbisogno interno. La produzione di Irish Sugar è stata finora sufficiente a coprire tutto il consumo di zucchero in Irlanda. Nella causa *Suiker Unie e altri/Commissione* la Corte di giustizia ha riconosciuto che l'organizzazione comune del mercato dello zucchero ha una forte influenza sulla produzione e sulla vendita di zucchero nella Comunità⁽⁷³⁾.

«Risulta che il suddetto regime delle quote nazionali, avendo impedito il graduale spostamento della produzione verso zone particolarmente adatte alla coltivazione delle barbabietole, nonché ogni significativo aumento della produzione stessa, ha limitato i quantitativi che le imprese saccarifere sono in grado di collocare nell'ambito del mercato comune.»

«Tale restrizione, in collegamento col costo relativamente elevato del trasporto, è atta ad incidere in misura non trascurabile su un elemento essenziale del gioco della concorrenza, cioè sull'offerta, e di conseguenza sul volume e sulla struttura degli scambi fra Stati membri.»

Tuttavia:

«Indipendentemente dalle critiche che si possano formulare in merito ad un sistema che tende a

perpetuare, fra l'altro attraverso le quote statali, l'isolamento dei mercati nazionali, e le cui conseguenze saranno esaminate in seguito, resta tuttavia il fatto che alle norme sulla concorrenza spetta un reale, ancorché residuo, ambito di applicazione.»

- (94) Irish Sugar è l'unica impresa saccarifera dotata di un sistema ben collaudato di distribuzione con il quale rifornisce i clienti in tutto il paese. La schiacciante maggioranza dei clienti industriali e al dettaglio in Irlanda si approvvigiona all'interno del paese, acquistando zucchero o da Irish Sugar o da importatori, ma senza occuparsi direttamente dell'importazione.

- (95) Irish Sugar sostiene che nella causa *Suiker Unie* la Corte di giustizia ha sottolineato che il regime comunitario comprende anche elementi che contribuiscono allo sviluppo degli scambi tra Stati membri, e quindi di una effettiva concorrenza, o quanto meno atti a temperare gli opposti effetti derivanti dal regime comunitario. L'impresa cita in particolare il fatto che la circolazione intracomunitaria dello zucchero raffinato si iscrive nella logica stessa del regime comunitario e delle zone eccedentarie e deficitarie da questo istituite⁽⁷⁴⁾. Sebbene la quota irlandese di zucchero A/B sia ampiamente superiore al consumo interno, l'Irlanda è trattata come zona deficitaria dal regime dello zucchero. L'importanza di questo fenomeno risiede nel fatto che il prezzo d'intervento per lo zucchero è stato fissato ad un livello superiore nelle zone deficitarie, come per l'appunto l'Irlanda, al fine di incoraggiare l'importazione dalle zone eccedentarie. Irish Sugar sostiene inoltre che esistono in Francia, Germania, Danimarca, Belgio e Paesi Bassi enormi eccedenze che in linea di principio potrebbero essere vendute in Irlanda. Va notato però che le importazioni di zucchero in Irlanda hanno finora costituito una percentuale modesta del consumo totale di zucchero cristallizzato in questo paese⁽⁷⁵⁾. Una barriera d'importanza decisiva all'importazione di zucchero dal continente è rappresentata dal costo del trasporto, particolarmente in assenza di carichi nella direzione opposta. Irish Sugar sostiene⁽⁷⁶⁾ che, nonostante la dichiarazione di Greencore nel piano aziendale del giugno 1994 sull'uso di container speciali, precedentemente citata, «l'assenza di carichi di ritorno non è più un problema», perché i container utilizzati per l'importazione dello zucchero possono adesso servire per i carichi di ritorno. Tuttavia, quale che sia la situazione attuale, proprio da questa osservazione si può desumere che praticamente per tutto il periodo in questione il costo del trasporto ha rappresentato un ostacolo alle importazioni di zucchero greggio. Inoltre le importazioni di zucchero in sacchi risultano strutturalmente svantaggiate dal fatto che nel corso degli anni gli utenti industriali si sono sempre più orientati verso l'uso dei silos per la conservazione dello zucchero. Ne consegue un declino sempre più netto del mercato dello zucchero in sacchi, che attualmente è inferiore alle 7 000 tonnellate.

- (96) L'Irlanda del Nord e la Repubblica d'Irlanda non fanno parte dello stesso mercato geografico. Sebbene Irish Sugar detenga una quota piuttosto elevata ([. . .]) del mercato nordirlandese, il contesto concorrenziale è chiaramente diverso da quello del resto dell'isola. L'Irlanda del Nord non produce zucchero. Irish Sugar importa tramite la sua controllata McKinney e lo zucchero al dettaglio è venduto con il marchio di quest'ultima impresa. Inoltre i due produttori britannici British Sugar PLC e Tate & Lyle PLC, che non sono presenti sul mercato della Repubblica d'Irlanda, competono sul mercato nordirlandese e incidono per il restante [. . .]. Si riscontra poi una differenza significativa sul versante della domanda, in quanto molti clienti appartengono a gruppi attivi anche in altre parti del Regno Unito e saranno dunque più portati ad approvvigionarsi presso i produttori britannici. Esistono infine notevoli differenze di prezzo fra l'Irlanda del Nord e la Repubblica d'Irlanda: in particolare lo zucchero al dettaglio è sempre stato molto meno costoso nell'Irlanda del Nord, e nei documenti interni di Greencore copiati dalla Commissione si trovano riferimenti al «premio mercato interno» sullo zucchero. Durante il periodo in cui esisteva sul mercato una differenza di prezzi abbastanza pronunciata da rendere convenienti le importazioni dall'Irlanda del Nord, Irish Sugar si è dimostrata in grado di resistere ad ogni attacco alla sua posizione nel «mercato nazionale» irlandese. Durante la guerra dei prezzi nel Regno Unito Irish Sugar ha potuto continuare a mantenere in vigore una notevole differenza di prezzi, in particolare per lo zucchero al dettaglio in Irlanda. In quanto allo zucchero industriale, anche in questo settore Irish Sugar è riuscita a mantenere in vigore prezzi significativamente più elevati per i clienti che svolgono la propria attività unicamente sul mercato nazionale.
- (97) Il mercato geografico rilevante è pertanto costituito da un intero Stato membro, l'Irlanda. Si tratta di una parte sostanziale del mercato comune. Il consumo totale di zucchero in Irlanda nel 1993-1994 è ammontato a 173 000 tonnellate. Come osservato in precedenza, il consumo di zucchero in Irlanda è superiore alla media comunitaria, rispecchiando il ruolo di questo prodotto non solo sul mercato al dettaglio, ma anche nell'industria alimentare e delle bevande, economicamente importante per il paese.
- (98) Considerate le caratteristiche di cui sopra, la Commissione conclude che i mercati rilevanti sono quelli dello zucchero cristallizzato al dettaglio e industriale in Irlanda. La Commissione conclude altresì che si tratta di una parte sostanziale del mercato comune ai sensi dell'articolo 86, considerati i volumi di produzione e consumo di zucchero.
- B. Posizione dominante**
- (99) Irish Sugar detiene una posizione dominante sui mercati al dettaglio e industriale dello zucchero cristallizzato in Irlanda.
- (100) Nella causa Hoffmann-La-Roche/Commissione, la Corte di giustizia ha definito nel modo seguente la nozione di posizione dominante⁽⁷⁷⁾:
- «La posizione dominante contemplata (all'articolo 86) corrisponde ad una situazione di potenza economica grazie alla quale l'impresa che la detiene è in grado di ostacolare la persistenza di una concorrenza effettiva sul mercato di cui tratta ed ha la possibilità di tenere comportamenti alquanto indipendenti nei confronti dei suoi concorrenti, dei suoi clienti e, in ultima analisi, dei consumatori (. . .).
- L'esistenza di una posizione dominante può risultare da diversi fattori che, presi isolatamente, non sarebbero necessariamente determinanti; tuttavia, nell'ambito di detti fattori la detenzione di cospicue quote di mercato è molto significativa.»
- (101) I fattori presi in considerazione per decidere se Irish Sugar detenga una posizione dominante sui mercati dello zucchero cristallizzato industriale e al dettaglio in Irlanda sono esposti in appresso.
- (102) Nel periodo tra il 1985 e il 1995 Irish Sugar ha detenuto più di 90% del mercato totale dello zucchero cristallizzato, lasciando di conseguenza soltanto quote marginali ai suoi concorrenti su entrambi i mercati. ASI, la principale società importatrice in Irlanda di zucchero industriale e, in certi periodi, al dettaglio, ha detenuto nel periodo fra il 1985 e il 1995 una quota pari o inferiore al [. . .] circa. Round Tower ha detenuto per vari anni una quota del [. . .] del mercato al dettaglio, che è di dimensioni più ridotte, ma dal 1988 acquista la maggior parte del suo zucchero industriale presso Irish Sugar. Gem Pack ha detenuto nel 1993-1994 una quota del [. . .] del mercato dello zucchero al dettaglio, ma si approvvigiona anch'essa in zucchero industriale presso Irish Sugar.
- (103) È irrilevante, al fine di determinare la posizione di Irish Sugar sul mercato irlandese, l'entità relativamente ridotta della sua produzione di zucchero rispetto ai produttori di altri Stati membri, alcuni dei quali dispongono di eccedenze cospicue anche dopo aver rifornito il proprio mercato interno. Il fatto che Irish Sugar abbia subito perdite nella prima metà degli anni '80 non è in contraddizione con l'esistenza di una posizione dominante⁽⁷⁸⁾.
- (104) Il regime comunitario limita la vendita nella Comunità di zucchero in essa prodotto al totale delle quote di produzione nazionali. Ad Irish Sugar, unica società produttrice di zucchero nell'isola, viene destinata annualmente la totalità della quota zucchero per l'Irlanda. Questa è sufficiente a coprire l'intero consumo di zucchero cristallizzato in Irlanda. L'impresa dispone di un sistema di distribuzione collaudato per la consegna a clienti industriali, all'ingrosso e al dettaglio in tutto il paese.

- (105) La concorrenza dello zucchero importato non ha impedito dal 1985 ad Irish Sugar di conservare elevate quote di mercato e di beneficiare pertanto di una posizione dominante ai sensi dell'articolo 86. Le importazioni di zucchero in Irlanda hanno rappresentato una quota esigua del consumo totale di zucchero cristallizzato nel paese. In particolare le importazioni di zucchero dall'Irlanda del Nord e dalla Francia non hanno avuto che un'influenza marginale sulla posizione concorrenziale di Irish Sugar.
- (106) Irish Sugar sostiene⁽⁷⁹⁾ di non essere impresa dominante sul mercato dello zucchero industriale in Irlanda per via della «posizione di forza nei confronti di Irish Sugar» detenuta dai suoi più importanti clienti industriali, in particolare i due maggiori, [...] e [...], che insieme rappresentano il [...] circa delle sue vendite industriali e che, secondo quanto sostenuto da Irish Sugar, «potrebbero cessare del tutto la produzione in Irlanda se i fattori di produzione diventassero troppo costosi. In tal caso le società in questione stabilirebbero con ogni probabilità i loro impianti di produzione altrove e Irish Sugar perderebbe per sempre questi clienti.»
- (107) Tuttavia, anche ammettendo che questi particolari clienti dispongano di un certo potere d'acquisto, essi dipendono in misura altrettanto significativa da Irish Sugar per le proprie forniture di zucchero sfuso. Come osservato al considerando 94, il regime dello zucchero ha l'effetto di ridurre il volume delle forniture alternative, senza contare che il costo del trasporto dall'estero rappresenta in Irlanda un ostacolo rilevante all'importazione. Come segnalato in precedenza, la nicchia di mercato dello zucchero industriale importato, in particolare dello zucchero in sacchi, ha subito una graduale erosione nell'ultimo decennio, da quando cioè gli utenti industriali hanno iniziato ad immagazzinare in sili lo zucchero loro consegnato. Date inoltre le dimensioni ridotte del mercato irlandese, è più difficile per i produttori di zucchero nel Benelux, in Francia, Germania o Danimarca ricavare utili soddisfacenti dalle vendite su questo mercato. Il fatto che, a lungo termine, le imprese possano decidere di insediarsi altrove non permette di escludere che per il momento esse dipendano da un particolare fornitore.
- (108) Come sostenuto dalla Commissione nella decisione sulla concentrazione Nestlé/Perrier⁽⁸⁰⁾, la concentrazione degli acquirenti va raffrontata con quella esistente sul versante dell'offerta. Nel caso del mercato dello zucchero industriale in Irlanda, sul quale Irish Sugar ha rappresentato più di 90 % dell'offerta durante il periodo in questione (e oltre il [...] per la maggior parte di tale periodo), è abbondantemente provato che, malgrado la presenza di due clienti di grandi dimensioni, il versante della domanda si compone di un certo numero di acquirenti dotati di forza impari e che non sono aggregabili così da limitare presumibilmente la potenza di un fornitore che dispone di oltre il 90 % del mercato. La quota di vendite detenuta dai due maggiori clienti non può agire da contrappeso alla posizione dominante di Irish Sugar. Inoltre, come sostenuto nel caso Nestlé/Perrier, nell'applicare le norme di concorrenza la Commissione deve anche badare alla tutela degli acquirenti più deboli. Come verrà chiarito ai paragrafi successivi, Irish Sugar ha attuato discriminazioni nei confronti di particolari categorie di clienti. Inoltre i prezzi medi franco stabilimento dello zucchero cristallizzato sfuso in Irlanda sono stati tra i più elevati della CE e costantemente superiori ai prezzi medi del Regno Unito, il più vicino Stato membro in cui si produce zucchero.
- (109) Sebbene Irish Sugar abbia detenuto una quota lievemente più modesta sul mercato dello zucchero al dettaglio durante il periodo in questione (superiore all'85 %) anche qui essa si trova in posizione dominante. Il fatto che negli ultimi anni le grandi catene di supermercati, come [...] e altri dettaglianti, abbiano aumentato la propria quota di mercato rispetto ai gruppi di grossisti non permette di escludere una situazione di posizione dominante. Come sostenuto dalla Commissione nei casi Nestlé/Perrier e Procter & Gamble/VP Schickedanz II⁽⁸¹⁾, per determinare il potere contrattuale relativo dei dettaglianti nei confronti dei produttori occorre tenere presente la fedeltà dei clienti ad una particolare marca. La stessa Irish Sugar ha ammesso il «riconosciuto vantaggio di marca» dei suoi prodotti Siúkra. Anche i pochi dettaglianti che offrono zucchero di marca propria lo acquistano presso Irish Sugar perché i consumatori si dimostrano fedeli ad una marca di origine irlandese. Inoltre, sebbene nel corso degli ultimi dieci anni vi siano stati vari concorrenti nazionali sul mercato al dettaglio, si è trattato di imprese con quote di mercato molto ridotte che dipendono da Irish Sugar per quasi tutte le forniture di zucchero industriale.
- (110) Dalle considerazioni sopra svolte risulta che durante il periodo in esame Irish Sugar è stata in grado di tenere un comportamento alquanto indipendente nei confronti dei concorrenti su entrambi i mercati, comprese le società che in Irlanda confezionano zucchero per la vendita al dettaglio sul mercato irlandese e i produttori di zucchero situati in altri Stati membri.
- (111) Prima del 1990 Irish Sugar deteneva una quota del 51 % in SDH (la società madre di SDL), di cui nominava la metà del consiglio di amministrazione. Tuttavia Irish Sugar sottolinea di non avere detenuto il controllo di gestione su SDH in tale periodo. L'amministratore delegato e vari altri membri del consiglio d'amministrazione di Irish

Sugar facevano parte del consiglio d'amministrazione di SDH e SDL, e i relativi settori di responsabilità e corresponsabilità di Irish Sugar e SDL sono stati definiti a decorrere dalla metà del 1982. SDL era responsabile delle vendite e delle decisioni in materia di prezzi. Inoltre, come dimostrato, in precedenza, nel corso delle riunioni mensili congiunte con i rappresentanti delle sue controllate di vendita Irish Sugar discuteva apertamente dei propri metodi di politica commerciale, fra cui i problemi incontrati da Irish Sugar e da SDL/SDH in conseguenza delle importazioni di zucchero e le misure difensive da adottare. Durante le riunioni tra i rappresentanti di SDL/SDH e Irish Sugar venivano inoltre esaminati nello specifico i prezzi da imporre ai singoli clienti, compresi i particolari relativi agli sconti all'esportazione.

- (112) Oltre alla partecipazione azionaria di Irish Sugar in SDH, al suo essere rappresentata nei consigli di amministrazione di SDH e SDL, alla struttura decisionale delle imprese e al processo di comunicazione istituito per rendere più efficace tale struttura, vi erano legami economici diretti tra le imprese. SDL si impegnava ad acquistare tutto il proprio zucchero presso Irish Sugar, e quest'ultima pagava le promozioni commerciali e gli sconti offerti da SDL ai singoli clienti. Questi legami economici hanno creato un evidente parallelismo di interessi delle due imprese nei confronti dei terzi. La sentenza della Corte nella causa Società Italiana Vetro⁽⁸²⁾ chiarisce che quando due entità economiche indipendenti sono unite da siffatti legami economici su un mercato specifico e, in virtù di tale fatto, detengono insieme una posizione dominante nei confronti degli altri operatori sullo stesso mercato, è riscontrabile una posizione di dominio economico congiunto.
- (113) Si conclude pertanto che durante il periodo di cui trattasi Irish Sugar deteneva individualmente, o quanto meno — prima del febbraio 1990 — congiuntamente, una posizione dominante sul mercato dello zucchero cristallizzato destinato alla vendita al dettaglio e al settore industriale in Irlanda.

C. Abuso di posizione dominante

- (114) Dai fatti suesposti, e sulla base delle prove documentali contenute nel dossier, si può concludere che dal 1985 in poi un elemento fondamentale della politica commerciale di Irish Sugar è rappresentato dalla difesa del suo mercato nazionale in Irlanda nei confronti, da una parte, delle importazioni da altri Stati membri e, dall'altra parte, delle imprese confezionatrici concorrenti all'interno del paese. Inoltre, per un periodo che comprende almeno gli ultimi dieci anni la politica commerciale di Irish Sugar ha comportato l'imposizione di prezzi discriminatori all'interno del proprio mer-

cato nazionale. Fra le pratiche messe in atto da Irish Sugar vi è stato il ricorso a metodi diversi da quelli applicati alla normale concorrenza di prodotti o servizi sulla base dei risultati commerciali, che ha ostacolato sia la salvaguardia del grado di concorrenza ancora esistente sul mercato che la crescita di tale concorrenza. Si conclude pertanto che Irish Sugar ha abusato della propria posizione dominante sul mercato dello zucchero in Irlanda⁽⁸³⁾.

- (115) La constatazione dell'esistenza di una posizione dominante non comporta di per sé alcun addebito nei confronti dell'impresa interessata, ma significa solo che questa, indipendentemente dalle cause di tale posizione, è tenuta in modo particolare a non compromettere col suo comportamento lo svolgimento di una concorrenza effettiva e non falsata nel mercato comune⁽⁸⁴⁾. Il fatto che la quota attribuita comporti per Irish Sugar certe responsabilità nell'ambito dell'organizzazione comune dei mercati dello zucchero, e che anche a causa di ciò l'impresa detenga una posizione dominante sul mercato irlandese, non la dispensa dall'obbligo di non commettere abusi. L'articolo 1 del regolamento n. 26 del Consiglio del 4 aprile 1962, relativo all'applicazione di alcune regole di concorrenza alla produzione e al commercio dei prodotti agricoli⁽⁸⁵⁾, modificato dal regolamento n. 49⁽⁸⁶⁾, prevede che gli articoli da 85 a 90 del trattato si applichino a tutti gli accordi, decisioni e pratiche di cui all'articolo 85, paragrafo 1 e all'articolo 86 del trattato, riguardanti la produzione o il commercio dei prodotti elencati all'allegato II del trattato. Mentre per l'applicazione dell'articolo 85 il regolamento di cui sopra prevede certe eccezioni, l'articolo 86 si applica senza alcuna eccezione nel settore dell'agricoltura.
- (116) Per difendere il proprio mercato Irish Sugar ha fatto ricorso a diverse forme di abuso che sono state utilizzate in alternanza o in combinazione reciproca, ogni volta che se ne è avvertita l'esigenza per tutto il periodo dal 1985.
- (117) Le iniziative messe in pratica da Irish Sugar prima del 1990 in materia di restrizioni ai trasporti, da entrambe le società in materia di sconti «frontiera», sconti all'esportazione e sconti di fedeltà, e da SDL in materia di scambio di prodotti e di prezzi selettivi, sono state intraprese sulla base di una posizione di dominio congiunto.
- (118) Dalle prove documentali contenute nel fascicolo la Commissione conclude che Irish Sugar e/o SDL hanno messo in atto le seguenti pratiche illegali che, come sopra indicato, si iscrivono in una politica complessiva e persistente di protezione del mercato nazionale di Irish Sugar per lo zucchero sia industriale che al dettaglio.

I. Misure destinate a proteggere il mercato interno contro la concorrenza delle importazioni da altri Stati membri

i) Importazioni dalla Francia

- (119) A decorrere dal 1985 Irish Sugar e SDL sono intervenute per ostacolare la concorrenza dello zucchero industriale e al dettaglio importato dalla Francia. Le iniziative messe in pratica consistevano nel limitare il trasporto di zucchero francese in Irlanda, nel fissare i prezzi secondo criteri selettivi, compresa la concessione di uno sconto di fedeltà, e nello scambio di prodotti.

Limitazioni al trasporto

- (120) Nel 1985 Irish Sugar è intervenuta per impedire ad ASI di far trasportare in Irlanda dalla compagnia di navigazione statale B&I lo zucchero acquistato in Francia. A tal fine Irish Sugar ha esercitato pressioni sul vettore e quest'ultimo ha ceduto. Se è vero che all'epoca B&I non era l'unica compagnia di trasporto sulle rotte marittime tra la Francia e l'Irlanda, è anche vero che essa era legata ad ASI da un contratto e costituiva per l'impresa un trasportatore economicamente conveniente. L'iniziativa di Irish Sugar ha avuto l'inevitabile effetto di limitare le attività di importazione di zucchero francese di ASI, con il risultato che quest'ultima ha avviato un'azione in giudizio contro B&I ed Irish Sugar.
- (121) Irish Sugar ha ammesso alla Commissione di aver avvertito B&I che non avrebbe più utilizzato i suoi servizi se B&I avesse continuato a trasportare zucchero CFS dalla Francia all'Irlanda. Irish Sugar sostiene tuttavia di essersi sentita minacciata dalla concorrenza di CFS, un produttore di zucchero di dimensioni molto maggiori, e di aver ritenuto inoltre che la prestazione di servizi di trasporto a CFS fosse all'epoca in contrasto con gli obblighi di B&I nei confronti del loro azionista comune, ossia lo Stato irlandese.
- (122) La Commissione non ritiene valida questa giustificazione. Le pressioni esercitate su un vettore per impedirgli di trasportare beni concorrenti non possono essere considerate normale prassi commerciale. L'oggetto e l'effetto di questa iniziativa era la protezione della posizione di Irish Sugar in Irlanda e, pertanto, la restrizione di concorrenza su questo mercato a scapito dei consumatori. Date queste circostanze si conclude che, esercitando pressioni sulla compagnia di navigazione B&I per indurla a non trasportare più zucchero francese per conto di ASI, Irish Sugar ha violato l'articolo 86.

Prezzi selettivi

- (123) In una nota recante la data dell'8 marzo 1988, inviata ai membri dell'esecutivo Irish Sugar/SDL/JCC e riguardante l'importazione di zucchero francese, il signor Keleghan (all'epoca direttore alle vendite di SDL) enuncia una politica di prezzi bassi su base selettiva per i clienti potenziali di ASI. Questi prezzi non erano destinati ai clienti in

generale, neanche a quelli di maggior conto. Una tale politica si configura come una violazione del principio, enunciato nella sentenza Michelin/Commissione⁽⁸⁷⁾, secondo il quale un'impresa in posizione dominante è tenuta in modo particolare a non diminuire ulteriormente il grado di concorrenza restante sul mercato.

Scambio di prodotti

- (124) È provato alla Commissione che quando nel 1988 ASI ha immesso sul mercato la confezione da 1 kg di zucchero al dettaglio «Eurolux» di CFS, SDL ha convenuto con un grossista e con un dettagliante di scambiare lo zucchero Eurolux con zucchero proprio. Questa iniziativa è stata ammessa da Irish Sugar alla Commissione. Tuttavia secondo Irish Sugar, contrariamente a quanto affermato nella deposizione giurata del signor Brennan, funzionario incaricato di rappresentare il Director of Consumer Affairs and Fair Trade davanti all'Alta corte irlandese, non vi sarebbe stata minaccia di sanzioni pecuniarie. Per Irish Sugar lo scambio di prodotti costituisce una reazione all'insufficiente domanda rilevata per il prodotto francese, che non era stato adeguatamente commercializzato. Lo scambio di prodotti non avrebbe pertanto avuto l'effetto di ostacolare l'insediamento di CFS sul mercato irlandese.
- (125) È difficile accettare la versione che Irish Sugar fornisce delle circostanze nelle quali è avvenuto lo scambio di prodotti. Nel caso di ADM lo scambio ha avuto luogo pochissimi giorni dopo il 15 aprile 1988, data in cui ADM ha inviato a tutti i suoi membri (i punti di vendita della catena Londis) un bollettino in cui comunicava la disponibilità di zucchero Eurolux. Le parti non hanno pertanto lasciato trascorrere un periodo di tempo sufficiente per il lancio, il posizionamento e la commercializzazione del nuovo prodotto. Per quanto riguarda Kelly's, dalla deposizione del signor Brennan risulta che il prodotto all'inizio si è venduto bene: non si spiega dunque perché Kelly's abbia dovuto improvvisamente scambiare lo zucchero Eurolux con un pari quantitativo del prodotto corrispondente di Irish Sugar. La Commissione conclude pertanto che in entrambi i casi l'obiettivo palesemente perseguito da Irish Sugar con lo scambio di prodotti è stato di impedire ad Eurolux di conquistarsi una presenza sul mercato irlandese e ottenere così il necessario avviamento commerciale. Lo scambio in quanto tale ha avuto l'effetto di ostacolare l'ingresso sul mercato irlandese di un nuovo prodotto che avrebbe fatto concorrenza alla marca Siúcra di Irish Sugar. Va osservato inoltre che l'intervento del signor Comerford (direttore generale di Irish Sugar) alla riunione del consiglio di amministrazione di SDL del 28 giugno 1988 dimostra che all'epoca Irish Sugar non vedeva la concorrenza di Eurolux come una questione di importanza secondaria. Irish Sugar era stata informata da ASI dell'azione svolta da SDL.
- (126) Lo scambio di prodotti da parte di un'impresa dominante costituisce un abuso ai sensi dell'arti-

colo 86 in tutti i casi in cui ha come oggetto o effetto la restrizione o eliminazione della concorrenza da parte di un nuovo soggetto sul mercato⁽⁸⁸⁾. È questa per l'appunto la situazione nel caso in esame. Di fatto lo scambio di prodotti ha portato al consolidamento della posizione, detenuta congiuntamente da Irish Sugar e da SDL, di quasi monopolio nella fornitura di zucchero sul mercato.

Sconto di fedeltà

- (127) L'accordo fra SDL e ADM, che garantiva a quest'ultima un prezzo vantaggioso a condizione che venisse realizzato un certo livello di acquisti (ossia il prezzo previsto per [3x] tonnellate se ne avesse acquistate [x]) non era evidentemente un normale sconto quantitativo, ma rappresentava piuttosto uno sconto «su obiettivo» o di fedeltà che aveva l'effetto di vincolare il cliente al fornitore dominante. Si è trattato pertanto di una violazione dell'articolo 86, concordata da SDL e finanziata da Irish Sugar.

ii) Importazioni dall'Irlanda del Nord

Sconti selettivi (prezzi discriminatori), compresi gli sconti «frontiera»

- (128) Irish Sugar e SDL sono intervenute per limitare le importazioni dell'Irlanda del Nord, particolarmente nel periodo fra il 1985 e il 1988, attuando una politica di prezzi selettivi o discriminatori sul mercato dello zucchero in Irlanda che prevedeva fra l'altro la concessione di agevolazioni speciali a determinati clienti. In particolare veniva accordato uno sconto speciale (sconto «frontiera») a certi clienti situati nelle zone di frontiera con l'Irlanda del Nord. Questo sconto, che è stato oggetto di aperte discussioni tra Irish Sugar e SDL ed è stato finanziato da Irish Sugar, si prefiggeva di ridurre le importazioni di confezioni al dettaglio a minor prezzo dall'Irlanda del Nord. Lo sconto «frontiera» non era connesso a fattori economici oggettivi, come il volume di vendita dei clienti, ma veniva usato e modulato ogniquale volta si temeva che la differenza di prezzo rispetto all'Irlanda del Nord potesse incentivare le vendite transfrontaliere.
- (129) L'applicazione dello sconto «frontiera» costituisce un abuso della posizione dominante detenuta da Irish Sugar e SDL ai sensi dell'articolo 86: con questa prassi infatti le due imprese hanno applicato condizioni dissimili a transazioni equivalenti con altri partner commerciali, ponendo in una situazione di svantaggio competitivo coloro che non avevano diritto allo sconto. Quest'ultimo inol-

tre era destinato a scoraggiare (come infatti è avvenuto) le importazioni di zucchero dall'Irlanda del Nord, che si trattasse di importazioni dei concorrenti di Irish Sugar o di reimportazioni dello zucchero di questa stessa impresa, delimitando così i mercati a danno dei clienti. Lo sconto «frontiera» rientra pertanto in una politica di divisione dei mercati e di estromissione dei concorrenti. Lo sconto non era fondato su giustificazioni economiche oggettive, come i quantitativi acquistati dal cliente, i costi di trasporto e di commercializzazione o le eventuali attività promozionali, di magazzinaggio, di assistenza o d'altro genere svolte dal cliente in questione, ma veniva accordato unicamente in base alla sede di attività del dettagliante, tenendo presente in particolare se il cliente fosse o no stabilito nelle zone di frontiera con l'Irlanda del Nord. Una tale pratica di prezzi selettivi o discriminatori è stata condannata in causa precedenti dalla Commissione e dalla Corte di giustizia⁽⁸⁹⁾.

- (130) In generale Irish Sugar non nega di aver messo in atto, insieme a SDL, pratiche destinate a competere con le importazioni a basso prezzo dall'Irlanda del Nord. Tuttavia Irish Sugar asserisce che la Commissione dovrebbe valutare i comportamenti in questione sulla base del contesto economico e fattuale. L'impresa fa presente in particolare che i comportamenti in questione sono stati messi in atto principalmente dal 1984 al 1986, all'epoca cioè della guerra dei prezzi tra British Sugar e Tate & Lyle che ha avuto fra i suoi teatri di scontro anche l'Irlanda del Nord. Irish Sugar sostiene che, date le gravi perdite subite all'epoca, non avrebbe potuto far fronte a queste importazioni a basso costo abbassando i propri prezzi al livello concorrente.
- (131) Nella sua risposta alla comunicazione degli addebiti Irish Sugar ha inoltre sostenuto che la sua politica di prezzi selettivi, nei confronti delle importazioni sia francesi che nordirlandesi, costituiva una misura di carattere difensivo. Citando una disposizione contenuta nella decisione della Commissione relativa a provvedimenti provvisori nel caso ECS/AKZO⁽⁹⁰⁾, l'impresa sostiene che «non costituisce comportamento abusivo da parte di un fornitore dominante allineare i propri prezzi sulle offerte concorrenti presentate ai suoi attuali clienti»⁽⁹¹⁾. In sostanza Irish Sugar sostiene di aver cercato di tutelare la propria redditività in quanto impresa fornitrice di zucchero e che tali misure avrebbero dovuto garantire la sua capacità di svolgere il suo ruolo nell'ambito della politica agricola comune, riducendo gli scambi transfrontalieri dei suoi stessi prodotti che causavano un aumento delle sue perdite e minacciavano la sua redditività, scambi che erano resi possibili unicamente da differenziali di prezzo non imputabili all'impresa e aggravati dalla strategia espansionistica in materia di prezzi che veniva messa in atto da imprese trasformatrici di maggiori dimensioni in altri Stati membri.

- (132) Irish Sugar cita inoltre la decisione della Commissione nel caso PBP Industries plc⁽⁹²⁾, secondo la quale le riduzioni di prezzo offerte da BPB Industries ai clienti situati in un'area geografica specifica, in cui si trovava a fronteggiare la concorrenza di Lafarge UK Ltd, non costituivano un abuso di posizione dominante poiché «si configuravano come una riduzione di prezzi modesta» (4-5,5 %) e «non erano in sé predatorie, né rientravano in un progetto di allineamento sistematico».
- (133) Va osservato in primo luogo che la politica di prezzi selettivi praticata da Irish Sugar e da SDL è andata significativamente oltre le pratiche citate dalle due imprese. Valga in particolare l'esempio degli sconti «frontiera» che, come dimostrato ai paragrafi precedenti, sono stati offerti ad una molteplicità di clienti in varie contee di frontiera in periodi diversi e hanno comportato sconti pari almeno al [superiori a 5,5 %]⁽⁹³⁾. In entrambi i casi, inoltre, l'applicazione di prezzi selettivi rientrava in una politica sistematica volta a disincentivare le importazioni sul mercato in cui le due imprese detenevano congiuntamente una posizione dominante e a restringere pertanto per limitta concorrenza in esso presente. In quanto alle offerte presentate a potenziali clienti ASI, esse erano destinate ad impedire la crescita di una piccola impresa che importava zucchero industriale e al dettaglio sul mercato irlandese.
- (134) È fuor di dubbio che un'impresa in posizione dominante ha il diritto di difendere tale posizione facendo concorrenza ad altre imprese sullo stesso mercato. Tuttavia l'impresa dominante non deve cercare di proposito e praticare effettivamente l'estromissione dei concorrenti ed è tenuta in modo particolare a non diminuire ulteriormente il grado di concorrenza ancora esistente sul mercato⁽⁹⁴⁾. Certe imprese che possono caratterizzarsi come forti o addirittura dominanti su un determinato mercato geografico si troveranno in una posizione diversa su altri mercati geografici in cui fronteggiano un'impresa dominante locale. Al fine di salvaguardare una concorrenza effettiva è tuttavia necessario proteggere la concorrenza esercitata da imprese aventi importanza secondaria sul mercato geografico in cui si manifesta il predominio (indipendentemente dalla loro posizione su mercati geografici distinti ai fini della valutazione di tale predominio) contro comportamenti dell'impresa dominante che mirano ad estrometterle dal mercato, non grazie ad una maggiore efficienza o a prestazioni di più elevata qualità, ma mediante un abuso del proprio potere sul mercato. Nella sua decisione finale nel caso ECS/AKZO⁽⁹⁵⁾ la Commissione ha ritenuto che una società con una quota di mercato del 50 % o più mettesse in atto un comportamento abusivo offrendo selettivamente bassi prezzi ai clienti di una piccola impresa concorrente e mantenendo contemporaneamente prezzi sensibilmente più elevati per i propri clienti esistenti. Questo principio è stato confermato dalla

Corte. Nel periodo in cui ha cercato di limitare le importazioni Irish Sugar deteneva oltre il 90 % del mercato irlandese sia industriale che al dettaglio.

- (135) La Commissione conclude che tutte le pratiche summenzionate, ossia gli sconti «frontiera», le restrizioni al trasporto, lo scambio di prodotti e lo sconto di fedeltà sono state dirette allo stesso fine: la protezione della posizione di mercato di Irish Sugar in Irlanda. L'effetto cumulativo di queste pratiche ha contribuito a precludere tale mercato ai concorrenti. La Commissione conclude pertanto che attuando tali pratiche Irish Sugar e SDL hanno abusato di una posizione dominante congiunta.

II. Comportamento in materia di prezzi che penalizza determinate categorie di clienti

i) Sconti all'esportazione di zucchero

- (136) Concedendo sconti a certi clienti a seconda della destinazione finale dello zucchero, Irish Sugar abusa della propria posizione dominante attuando discriminazioni di prezzo, applicando cioè condizioni dissimili per prestazioni equivalenti ai sensi dell'articolo 86, paragrafo c) e mettendo così in essere una situazione di svantaggio competitivo.
- (137) In primo luogo, sussiste discriminazione nell'ambito del sistema di sconti all'esportazione, poiché vi sono «esportatori» che non ne beneficiano alla stessa misura di altri, o perché esportano una percentuale ridotta della propria produzione, o perché Irish Sugar decide di concedere loro uno sconto relativamente basso per la quota esportata. Alcune società documentano i quantitativi effettivamente esportati, mentre in altri casi ci si limita a dare per scontato che venga esportata una percentuale consistente. Irish Sugar ha sostenuto che una delle ragioni principali alla base del sistema di sconti all'esportazione è rappresentata dall'esistenza di fluttuazioni valutarie e dalle variazioni intervenute in altri fattori di costo per gli esportatori; i fatti però dimostrano, e Irish Sugar ammette, che una volta concordato con una società un particolare livello di sconto, in generale lo si è applicato per anni sebbene del frattempo fossero subentrati cambiamenti nei tassi di cambio relativi e in altri costi dei fattori di produzione. Nella risposta alla comunicazione degli addebiti Irish Sugar ha dichiarato che «modificherà» il proprio sistema di sconti all'esportazione, ad esempio, sottoponendo a verifica le richieste di sconto.
- (138) Inoltre il sistema di sconti è di per sé discriminatorio. Il fatto che lo zucchero industriale sia trasformato ed esportato in altri Stati membri non cam-

bia la natura della prestazione, e non vi è pertanto nessuna differenza nella natura del prodotto venduto o nei costi di consegna a carico di Irish Sugar.

- (139) Irish Sugar sostiene poi che nel corso del periodo in questione è aumentato il volume dei generi alimentari di produzione industriale importati in Irlanda. Si tratta a sua giudizio, in parte, «dello sviluppo di nuove alleanze commerciali in Irlanda ... tra gruppi d'acquisto britannici e irlandesi, nonché tra gruppi irlandesi e del continente europeo. Questi cambiamenti si sono tradotti in un significativo aumento della concorrenza, nonché nell'applicazione di diversi prezzi e condizioni commerciali, da parte dei grandi produttori di generi alimentari, supermercati e gruppi d'acquisto del Regno Unito. All'inizio questo fenomeno si è manifestato indirettamente, passando attraverso l'Irlanda del Nord, ... ma più di recente si è manifestato direttamente in Irlanda.»⁽⁹⁶⁾

I produttori alimentari irlandesi che riforniscono il mercato nazionale (compresi, come ammette Irish Sugar, i confezionatori di zucchero) si sono dunque trovati alle prese con un aumento della concorrenza e con maggiori difficoltà sul mercato. Inoltre, secondo Irish Sugar, sembra trattarsi di una tendenza costante, mentre i tassi di cambio, per loro stessa natura, fluttuano in entrambe le direzioni. Irish Sugar ha però costantemente scelto di praticare una politica discriminatoria in materia di prezzi contro i produttori alimentari nazionali.

- (140) La Commissione non accetta l'argomentazione addotta da Irish Sugar, secondo la quale gli sconti all'esportazione non rivestirebbero carattere discriminatorio perché i produttori che scelgono di vendere unicamente sul mercato nazionale «non si trovano in una situazione di svantaggio competitivo»⁽⁹⁷⁾ rispetto agli esportatori. Irish Sugar ignora il fatto che, in un'economia aperta agli scambi con altri Stati membri, fattori come le fluttuazioni valutarie influiscono su tutte le imprese che producono beni oggetto di scambio, che questi siano destinati «al mercato nazionale» oppure «all'esportazione». Un cliente «nazionale» di Irish Sugar in concorrenza con un'impresa di un altro Stato membro sul mercato irlandese si troverà chiaramente svantaggiato rispetto ad un cliente «esportatore» sovvenzionato, in concorrenza con la stessa impresa «straniera» nello Stato membro d'origine di quest'ultima. Nel mettere l'accento sul rapporto fra i suoi clienti Irish Sugar ha ignorato il fatto che questi possono trovarsi in una situazione di svantaggio competitivo nei confronti di terzi.
- (141) In secondo luogo Irish Sugar non tiene conto del fatto che gli sconti all'esportazione rappresentano una sovvenzione interna dello zucchero destinato

al mercato irlandese. Come già osservato, infatti, il regime di sconti all'esportazione viene spesso applicato all'insieme dei volumi acquistati, senza alcun controllo sui quantitativi esportati dopo la trasformazione. Del resto, questo fenomeno di sovvenzione interna persisterebbe anche se il sistema fosse soggetto ad adeguate verifiche: ciò perché, dal punto di vista del cliente, gli acquisti effettuati sono identici, indipendentemente dal fatto che la destinazione finale sia rappresentata dal mercato interno o dall'esportazione. Gli sconti concessi vengono semplicemente incorporati nel calcolo del costo medio di tutti gli acquisti nella contabilità interna dell'impresa, per dare il prezzo di costo medio dello zucchero. Questo prezzo di costo della materia prima è utilizzato per tutti i tipi di produzione.

- (142) Nella causa *United Brands/Commissione*⁽⁹⁸⁾ la Corte ha conferito un'accezione ancora più ampia al concetto di svantaggio competitivo, concludendo che *United Brands* aveva attuato discriminazioni sul prezzo delle banane verdi fra distributori-maturatori attivi in diversi Stati membri «a seconda dello Stato membro in cui i clienti hanno sede» e posto certi distributori-maturatori in una situazione di svantaggio competitivo «essendo la concorrenza in questo modo falsata rispetto a quello che sarebbe stato il suo andamento naturale». La Corte ha pertanto condannato la discriminazione geografica di prezzo praticata da *United Brands*, malgrado l'esistenza di condizioni di mercato diverse negli Stati membri in cui gli acquirenti svolgevano la propria attività.
- (143) Il sistema di sconti all'esportazione ha inoltre l'effetto di creare disparità di situazione concorrenziale tra i confezionatori di zucchero ed Irish Sugar a livello di rivendita; esso presenta pertanto elementi delle disparità verticali riscontrate fra distributori-maturatori e UBC nella decisione *Chiquita*⁽⁹⁹⁾. Anche in questo caso, limitandosi a stabilire un raffronto reciproco tra i clienti, Irish Sugar ignora il loro rapporto di concorrenza con i terzi, compresa la stessa Irish Sugar.
- (144) A confermare la natura discriminatoria del regime di sconti all'esportazione è poi la sua incompatibilità con gli obiettivi del regime comune dello zucchero. Come ha sottolineato la stessa Irish Sugar, l'Irlanda è trattata come area deficitaria da tale regime, che fissa il prezzo d'intervento per questo prodotto ad un livello più elevato al fine di incoraggiarne le importazioni. Tuttavia gli sconti all'esportazione praticati dall'impresa sono tali da falsare il funzionamento del regime, sovvenzionando le esportazioni di zucchero dall'Irlanda verso altri Stati membri, fungendo da barriera alle importazioni ed aumentando l'isolamento del mercato nazionale.

ii) *Discriminazione attiva contro le imprese confezionatrici concorrenti*

Prezzo praticato per lo zucchero industriale

- (145) Se è vero che il sistema di sconti all'esportazione istituito da Irish Sugar potrebbe non avere come obiettivo precipuo la discriminazione nei confronti delle imprese confezionatrici concorrenti, il sistema di sconti supplementari è improntato ad una logica più attivamente discriminatoria. Non solo Irish Sugar applica condizioni dissimili a prestazioni equivalenti, ma si rileva anche incapace di fornire una giustificazione che non si configuri come un tentativo di difendere a posteriori la propria politica di discriminazione nei confronti delle imprese in questione. Le spiegazioni fornite da Irish Sugar per la concessione di sconti alle imprese «esorcipienti» e «in rapida crescita» si applicano con altrettanta validità ad almeno due delle imprese concorrenti.
- (146) Irish Sugar sostiene che la prassi consistente nel negare sconti alle imprese rivali non costituisce abuso perché tali imprese «non possono essere poste in una posizione di svantaggio competitivo nei confronti degli altri clienti industriali, in quanto le imprese confezionatrici non competono con questi ultimi»⁽¹⁰⁰⁾. Questa spiegazione ignora quanto statuito dalla Corte nella causa United Brands/Commissione⁽¹⁰¹⁾, e cioè che al gioco della domanda e dell'offerta tra fornitore e acquirente iniziale, e non al mercato sul quale si svolge l'attività dell'acquirente, dovrebbe farsi riferimento nel valutare se vi sia stata effettivamente discriminazione. Le imprese confezionatrici hanno acquistato da Irish Sugar esattamente lo stesso prodotto (zucchero industriale sfuso) che gli altri clienti, con le stesse condizioni standard di vendita e termini di consegna.
- (147) Inoltre, nella sua decisione Napier Brown/British Sugar⁽¹⁰²⁾ la Commissione è giunta alla conclusione che, nel rifiutare di fornire zucchero esclusivamente di barbabietola a Napier Brown, che su questo prodotto avrebbe potuto ricevere un contributo per il magazzino dalla Comunità europea e ottenere così di fatto una riduzione del prezzo di costo, British Sugar aveva attuato una discriminazione nei confronti di questa impresa rispetto ad altri clienti (non confezionatori di zucchero) ai quali veniva garantita la fornitura di zucchero di barbabietola. La Commissione ha ritenuto che, nel negare zucchero esclusivamente di barbabietola a Napier Brown (aumentando così di fatto il prezzo relativo dello zucchero) per fornirlo invece ad altre imprese non confezionatrici di zucchero, British Sugar abbia applicato «nei rapporti commerciali con altri contraenti condizioni dissimili per prestazioni equivalenti, determinando così per questi ultimi uno svantaggio per la concorrenza».
- (148) Per contro l'opinione secondo la quale le imprese confezionatrici di zucchero concorrenti non soffrirebbero alcuno svantaggio sotto il profilo della concorrenza implicherebbe, se spinta fino alla sua conclusione logica, che i fornitori in posizione dominante hanno il diritto di decidere unilateralmente in merito alle condizioni di concorrenza e ai mercati del prodotto in cui i loro clienti svolgono la propria attività, compreso il diritto di determinare la sostituibilità dei diversi prodotti da questi fabbricati e suddividere di conseguenza la propria clientela in diverse categorie di prezzo. In tale logica i prezzi fissati in una categoria arbitrariamente determinata non dovrebbero necessariamente presentare alcun rapporto, in termini di volumi venduti o altri costi di consegna, con i prezzi nelle altre categorie.
- (149) Essendo un'impresa in posizione dominante, indipendentemente dalle ragioni per le quali ha conseguito tale posizione, Irish Sugar non dovrebbe «ostacolare lo sviluppo del grado di concorrenza ancora esistente su un mercato nel quale, proprio in conseguenza del fatto che vi opera tale impresa, il grado di concorrenza sia già sminuito» [Hofmann-La-Roche/Commissione, citato nella causa Tetrapak⁽¹⁰³⁾]. Il suo sistema di sconti attesta un chiaro abuso di posizione dominante.
- (150) Inoltre, sebbene un'impresa in posizione dominante non sia tenuta per legge né ad applicare prezzi identici, né a rendere pubbliche le condizioni da lei applicate, la mancanza stessa di trasparenza che caratterizza l'intero sistema di sconti di Irish Sugar, compresi gli sconti all'esportazione (in cui né l'entità degli sconti, né i volumi cui essi si riferiscono si presentano uniformi, né sono comunicati per iscritto ai clienti), può configurarsi come un abuso di posizione dominante. Nella causa Michelin il sistema di sconti della società è stato condannato dalla Commissione come discriminatorio per il suo carattere disorganico e non obiettivo (ossia non raffrontabile tra un cliente e l'altro), nonché per il fatto di venire comunicato solo verbalmente. Inoltre l'avvocato generale ha concluso che il comportamento consistente nell'istituire un sistema di premi e sconti stabiliti su base individuale e quindi non comunicati in anticipo e uniformemente a tutti i rivenditori poteva comportare discriminazioni tra essi e costituiva già di per sé un abuso ai sensi dell'articolo 86⁽¹⁰⁴⁾. Il sistema di sconti di Irish Sugar, variabile e non trasparente, offre una facile opportunità di restringere la già limitata concorrenza sul mercato irlandese dello zucchero industriale.

Sconti «su obiettivo» e prezzi selettivi

- (151) Nella primavera del 1994 Irish Sugar aveva offerto ai principali grossisti alimentari in Irlanda sconti subordinati a certi aumenti dei loro acquisti di Siúcra da 1 kg su un arco di tre mesi. Il periodo di

riferimento utilizzato per calcolare l'aumento era il semestre aprile-settembre 1993. Nell'ottobre 1994 è stato offerto ai grossisti un altro sconto «su obiettivo» per lo zucchero Siúcra, con lo stesso periodo di riferimento. Ai primi di dicembre 1994 Irish Sugar ha offerto alla grande catena al dettaglio [...] uno sconto basato sull'obiettivo, o «incentivo», di un aumento concordato dei suoi acquisti Siúcra da 1 kg nel 1995, in un momento in cui Irish Sugar si trovava in concorrenza con Burcom per la fornitura a [...] di confezioni di zucchero da 1 kg da commercializzare con marca propria. Sebbene Burcom abbia cessato definitivamente l'attività alla metà di dicembre, resta vero che all'epoca in cui era stato prospettato e concordato lo sconto «su obiettivo» Irish Sugar si trovava in concorrenza con Burcom per le forniture a [...] e che lo sconto avrebbe avuto con ogni probabilità l'effetto di vincolare [...] ad Irish Sugar. Nel 1995 Irish Sugar ha offerto uno sconto «su obiettivo» al gruppo [...], uno dei maggiori clienti di Gem Pack, anche in questo caso per un periodo di un anno. Non è affatto provato che da allora Irish Sugar abbia desistito dall'offrire tali sconti.

(152) La concessione, da parte di un'impresa in posizione dominante, di sconti subordinati ad un determinato obiettivo, ossia all'acquisto di quantitativi superiori a quelli precedentemente comprati dal cliente, si configura come una violazione dell'articolo 86 perché chiaramente destinata a legare strettamente i clienti all'impresa dominante e a rendere difficile ai concorrenti conquistarsi una posizione sul mercato. Come statuito dalla Corte nella causa Michelin/Commissione⁽¹⁰⁵⁾, l'effetto di tali pratiche è accentuato dalle notevoli differenze tra la quota di mercato dell'impresa dominante e quelle dei suoi principali concorrenti. Inoltre, dato che cinque concorrenti nazionali avevano tutti lanciato nuove marche sul mercato al dettaglio nell'estate del 1993 (ossia dopo l'inizio del periodo di riferimento per le promozioni 1994 ai grossisti), gli sconti-volume concessi da Irish Sugar nella primavera e nell'ottobre 1994, che si basavano sugli acquisti effettuati durante l'estate precedente, devono essere stati strettamente connessi al fabbisogno totale di zucchero al dettaglio del cliente. Gli unici altri confezionatori di zucchero presenti sul mercato del dettaglio prima della metà del 1993 rappresentavano il 5% circa delle vendite. La stessa Irish Sugar aveva notato che i grossisti avevano fatto scorta di confezioni Siúcra da 1 kg durante la promozione della primavera 1994 e successivamente ridotto l'acquisto di queste confezioni. Questa accumulazione di scorte deve avere influito negativamente sugli acquisti effettuati presso le imprese concorrenti.

(153) Il fatto che gli sconti dipendessero dal raggiungimento di certi obiettivi, ossia dall'acquisto di determinati volumi, non basta a caratterizzarli come sconti sul quantitativo, di norma del tutto legittimi. Gli sconti sul quantitativo sono normal-

mente accordati su singole ordinazioni (non connesse agli acquisti effettuati dal cliente su un determinato arco di tempo) in cambio delle economie di costo realizzate dal fornitore. Non è questo il caso degli sconti concessi da Irish Sugar a certi clienti, che si basavano su singoli obiettivi settimanali, mensili o annuali. Siffatti sconti «su obiettivo» sono considerati abuso di posizione dominante ai sensi dell'articolo 86.

(154) Siffatti sconti comportavano poi una discriminazione in materia di prezzo fra i diversi clienti, facendo dipendere la loro concessione da aumenti percentuali anziché da volumi assoluti di acquisto. Inoltre l'entità dello sconto variava da cliente a cliente. Le offerte «su obiettivo» presentate a particolari clienti di imprese rivali, come [...] e il gruppo [...], comportavano anch'esse una fissazione di prezzi selettiva e discriminatoria. Come statuito nella causa Michelin/Commissione⁽¹⁰⁶⁾, un'impresa in posizione dominante è tenuta in modo particolare a non diminuire ulteriormente il grado di concorrenza ancora esistente sul mercato; offrendo prezzi speciali ai clienti di concorrenti molto più deboli sul mercato, Irish Sugar ha ovviamente trasgredito tale obbligo. Gli sconti «su obiettivo» offerti a tutti i grossisti nel 1993 e a particolari clienti di imprese concorrenti nel 1994/95 rientravano in una politica volta a limitare la crescita della concorrenza esercitata dalle imprese irlandesi confezionatrici di zucchero.

D. Effetto sugli scambi tra Stati membri

(155) Nella causa Société Technique Minière/Maschinenbau Ulm, la Corte di giustizia ha statuito che il comportamento anticoncorrenziale incide sul commercio tra Stati membri in tutti i casi in cui appare ragionevolmente probabile, «in base ad un complesso di elementi oggettivi di diritto o di fatto, che [esso] eserciti un'influenza diretta o indiretta, attuale o potenziale, sulle correnti degli scambi fra Stati membri, influenza atta ad ostacolare la realizzazione di un mercato unico tra detti Stati.»⁽¹⁰⁷⁾

(156) Va osservato, a tale proposito, che i suddetti abusi praticati da Irish Sugar e/o SDL per difendere il proprio mercato nazionale dalle importazioni hanno avuto l'oggetto e l'effetto di proteggere la posizione dell'unico produttore di zucchero in Irlanda contro la concorrenza dello zucchero importato o reimportato dall'Irlanda del Nord e dalla Francia. In particolare le pressioni esercitate sulla società di navigazione B & I, lo sconto di fedeltà concesso ad ADM e lo scambio di zucchero Eurolux contro zucchero Siúcra hanno influito sul volume dello zucchero importato dalla Francia, mentre lo sconto «frontiera» ha inciso sulla (re)importazione di zucchero dell'Irlanda del Nord. La Commissione conclude pertanto che gli abusi

hanno inciso sugli scambi fra Stati membri ai sensi dell'articolo 86.

- (157) La prassi, seguita da Irish Sugar, di concedere sconti all'esportazione sullo zucchero esportato in forma lavorata verso altri Stati membri è atta a provocare distorsioni degli scambi sia per lo zucchero industriale, sia per i generi alimentari contenenti una significativa percentuale di zucchero, e pertanto ad incidere sugli scambi fra Stati membri.
- (158) I tentativi compiuti da Irish Sugar per limitare la concorrenza delle imprese confezionatrici di zucchero rivali hanno avuto anch'essi un effetto sugli scambi tra Stati membri. Tra le imprese confezionatrici che hanno iniziato a competere con Irish Sugar alla metà del 1993, una (ASI) utilizzava solo zucchero importato, una (Burcom) utilizzava zucchero sia importato che irlandese e le altre utilizzavano solo zucchero irlandese. Le iniziative messe in atto cumulativamente da Irish Sugar per ostacolare la crescita della concorrenza sul mercato al dettaglio in Irlanda, aventi (come già in Napier Brown British Sugar) l'intento o il prevedibile risultato di accelerare l'estromissione dei concorrenti dal mercato, esercitano pertanto un effetto potenziale sulla struttura della concorrenza e degli scambi all'interno del mercato comune e, quindi, sugli scambi tra Stati membri ai sensi dell'articolo 86.

E. *Portata sostanziale della restrizione*

- (159) Irish Sugar è l'unica società trasformatrice di zucchero in tutta l'isola (Repubblica d'Irlanda e Irlanda del Nord) e, nel corso del periodo in questione, ha detenuto almeno il 90% del mercato industriale e l'88% del mercato al dettaglio irlandese. Per tutto questo periodo i prezzi sui due mercati in questione sono stati tra i più elevati della Comunità. Le pratiche messe in atto da Irish Sugar e SDL per limitare la concorrenza delle importazioni di zucchero industriale e al dettaglio e la politica praticata da Irish Sugar, consistente nel sovvenzionare le esportazioni di zucchero lavorato dall'Irlanda e nel limitare la concorrenza delle imprese nazionali confezionatrici di zucchero, hanno pertanto costituito una sostanziale limitazione della concorrenza e hanno inciso sugli scambi fra Stati membri.

REGOLAMENTO n. 17, ARTICOLO 3

- (160) Ai sensi del regolamento n. 17, articolo 3, se la Commissione constata, su domanda o d'ufficio, un'infrazione alle disposizioni dell'articolo 85 o dell'articolo 86 del trattato, può obbligare, mediante decisione, le imprese ed associazioni di imprese interessate a porre fine all'infrazione constatata.

- (161) Per quanto riguarda le iniziative adottate tra il 1985 e il 1990 per limitare le importazioni di zucchero da altri Stati membri, la Commissione non dispone di prove che confermino il persistere di tali pratiche. È per contro provato il persistere sia della fissazione di prezzi discriminatori per lo zucchero industriale, o per sovvenzionare le esportazioni di zucchero, o per penalizzare le imprese concorrenti, sia della fissazione selettiva dei prezzi, compresi gli sconti «su obiettivo», ai clienti di imprese concorrenti confezionatrici di zucchero al dettaglio. È pertanto necessario che la Commissione inviti Irish Sugar a porre termine, se già non l'ha fatto, alle infrazioni di cui sopra, e ad astenersi d'ora in poi da qualsiasi accordo o comportamento che possa avere un simile oggetto od effetto.

- (162) Si ritiene inoltre necessario invitare Irish Sugar ad informare, ad opportune scadenze, la Commissione circa i prezzi addebitati ai clienti per lo zucchero industriale e al dettaglio, nonché circa i volumi venduti agli stessi clienti, così che possa essere verificata l'ottemperanza alla presente decisione. L'obbligo fatto ad Irish Sugar di astenersi dal praticare prezzi selettivi o discriminatori non è soggetto a limiti di tempo, ma si ritiene opportuno che il periodo durante il quale Irish Sugar dovrà presentare tali informazioni sia limitato a tre anni.

REGOLAMENTO n. 17, ARTICOLO 15

- (163) Ai sensi del regolamento n. 17, articolo 15, le infrazioni dell'articolo 86 sono passibili di ammende fino ad 1 milione di ECU o pari al 10% del fatturato realizzato dall'impresa durante l'esercizio sociale precedente, scegliendo la più ingente fra queste due cifre. Occorre tener conto, oltre che della gravità dell'infrazione, anche della sua durata.
- (164) Secondo l'articolo 1, paragrafo 1, lettera b) del regolamento (CEE) n. 2988/74 del Consiglio, del 26 novembre 1974, relativo alla prescrizione in materia di azione e di esecuzione nel settore del diritto dei trasporti e della concorrenza della Comunità economica europea⁽¹⁰⁸⁾, il potere della Commissione di comminare ammende o sanzioni per le infrazioni alle disposizioni dell'articolo 86 è soggetto ad un termine di prescrizione di cinque anni. Il paragrafo 2 dello stesso articolo prevede che tale termine cominci a decorrere dal giorno in cui è stata commessa l'infrazione. L'articolo 2, paragrafo 1 del regolamento prevede che la prescrizione dell'azione si interrompa con qualsiasi atto della Commissione ai fini dell'accertamento o della repressione dell'infrazione. Fra gli atti interruttivi della prescrizione vi sono gli accertamenti effettuati ai sensi dell'articolo 14 del regolamento n. 17. L'articolo 2, paragrafo 3 del regolamento prevede che, per effetto dell'interruzione, si inizi un nuovo periodo di prescrizione.

(165) Il 25 e 26 settembre 1990, funzionari della Commissione hanno compiuto accertamenti presso la sede di Irish Sugar a Dublino. Il 7 e 8 febbraio 1991, si sono svolti accertamenti negli uffici di SDL a Dublino e, il 13 febbraio 1991, presso la sede di McKinney a Belfast. Il 16 gennaio 1995 funzionari della Commissione hanno compiuto accertamenti presso gli uffici di Greencore a Dublino e di Irish Sugar a Carlow.

(166) In considerazione di quanto sopra, occorre stabilire quali azioni specifiche di Irish Sugar e di SDL possono essere prese in considerazione ai fini dell'imposizione di ammende. Le restrizioni al trasporto non sono soggette ad ammende. L'azione specifica in questione va situata intorno al luglio-agosto 1985. Sebbene dalla documentazione risulti che le parti avrebbero raggiunto una composizione extragiudiziale, compreso il pagamento di un'indennità a CFS da parte di Irish Sugar, nel corso del 1986, non è improbabile che in realtà l'azione di Irish Sugar ed i suoi effetti abbiano avuto termine prima del settembre 1985. La Commissione ritiene tuttavia che si sia trattato di un grave abuso della posizione dominante congiunta di Irish Sugar sui mercati dello zucchero industriale e al dettaglio in Irlanda.

(167) Gli altri esempi di comportamento abusivo da parte di Irish Sugar e/o SDL (lo scambio di prodotti e lo sconto di fedeltà, gli sconti «frontiera», gli sconti all'esportazione di zucchero, la discriminazione in materia di prezzi contro le imprese concorrenti, gli sconti «su obiettivo» e la fissazione di prezzi selettivi) non sono soggetti a prescrizione ai fini dell'imposizione di ammende. Con questi comportamenti Irish Sugar ha cercato di preservare o rafforzare la propria posizione dominante e, nel periodo precedente il febbraio 1990, Irish Sugar e SDL hanno cercato, con il loro comportamento, di salvaguardare la propria posizione di dominio congiunto. Va poi osservato che le norme comunitarie in materia di concorrenza sono state sufficientemente sviluppate da precedenti decisioni della Commissione e sentenze della Corte di giustizia e del Tribunale di primo grado, o risultano sufficientemente chiare dalle disposizioni del trattato CE nei settori cui si riferiscono tali abusi, e che pertanto ad Irish Sugar e/o a SDL non avrebbe dovuto sfuggire il carattere illecito delle loro azioni. La Commissione ritiene pertanto che Irish Sugar abbia abusato intenzionalmente o quantomeno per negligenza della sua posizione dominante e che, prima del febbraio 1990, Irish Sugar e SDL abbiano abusato intenzionalmente o quantomeno per negligenza della propria posizione dominante congiunta. La Commissione intende pertanto imporre ad Irish Sugar un'ammenda per le infrazioni da lei commesse nonché, in misura adeguata, data la sua qualità di successore, per le infrazioni commesse da SDL prima del febbraio 1990.

Nel fissare l'ammenda da infliggere nel presente caso la Commissione terrà particolarmente conto dei fattori seguenti:

Gravità dell'infrazione

— Si tratta in tutti i casi di abusi rilevanti destinati a produrre gli stessi effetti, ossia danneggiare

gravemente o addirittura eliminare qualsiasi forma di concorrenza, sia dello zucchero importato prodotto in altri Stati membri, sia delle reimportazioni del proprio zucchero o di zucchero confezionato da imprese concorrenti, sebbene la Commissione ammetta che, stando alle prove documentali di cui dispone, lo scambio di prodotti non abbia riguardato che modeste quantità.

— Lo zucchero è un ingrediente importante nell'industria alimentare e, venduto al dettaglio, viene consumato praticamente da ogni famiglia: le ripercussioni di un comportamento anticoncorrenziale sono perciò molto vaste.

— Irish Sugar è l'impresa fornitrice dominante in Irlanda e ha energeticamente difeso il proprio «mercato nazionale» contro qualsiasi forma di concorrenza esercitata dalle importazioni. Ha praticato una forma di fissazione discriminatoria dei prezzi il cui effetto è stato di sovvenzionare le esportazioni di zucchero verso altri Stati membri e di falsare il mercato comune; ha inoltre cercato di tutelarsi contro le imprese confezionatrici concorrenti, indipendentemente dal fatto che queste utilizzassero zucchero importato o il suo stesso zucchero industriale.

— Con queste infrazioni Irish Sugar ha potuto preservare in Irlanda un livello di prezzi per lo zucchero al dettaglio significativamente più elevato di quello vigente in altri Stati membri, particolarmente nell'Irlanda del Nord, e mantenere i prezzi franco stabilimento, particolarmente dello zucchero per consumo «nazionale», a livelli che si situano tra i più elevati della Comunità, a scapito dei consumatori sia industriali che finali in Irlanda.

Durata dell'infrazione

— Lo scambio di prodotti e lo sconto di fedeltà sono stati praticati nel 1988, in un periodo in cui Irish Sugar e SDL abusavano della propria posizione dominante congiunta cercando di limitare le importazioni di zucchero dalla Francia.

— Gli sconti «frontiera» sono stati praticati in determinati periodi tra il 1986 e il 1990, quando Irish Sugar e SDL abusavano della propria posizione dominante congiunta cercando di limitare le importazioni di zucchero dall'Irlanda del Nord.

— La discriminazione di prezzo contro le imprese confezionatrici concorrenti risale alla metà del 1993, quando varie società hanno cominciato a fare concorrenza ad Irish Sugar sul mercato al dettaglio. Gli sconti «su obiettivo» e i prezzi selettivi rientrano anch'essi in una politica volta a limitare la concorrenza degli altri confezionatori di zucchero e sono stati praticati in determinate occasioni a partire dal 1993.

— Gli sconti all'esportazione di zucchero esistono da prima del 1985 e Irish Sugar ha dichiarato che il sistema risale agli anni '70.

Infrazione deliberata o negligente delle norme di concorrenza

- Gli abusi rappresentano gravi infrazioni delle regole di concorrenza della Comunità. In diversi casi siffatti comportamenti sono stati riconosciuti come abusi di posizione dominante dalla Corte di giustizia. Irish Sugar e/o SDL avrebbero pertanto dovuto essere consapevoli dell'illiceità delle proprie azioni.
- La società madre di Irish Sugar, Greencore, ha pubblicato nel settembre 1992 un «Manuale sul rispetto del diritto della concorrenza», destinato ai suoi dipendenti, in cui veniva messa in chiaro la potenziale illiceità di certe pratiche, come l'imposizione di prezzi discriminatori e il pagamento di sconti di fedeltà «o simili» da parte di un'impresa in posizione dominante. Tuttavia, malgrado l'esistenza del manuale, pratiche come gli sconti all'esportazione, la discriminazione in materia di prezzi contro imprese concorrenti, la fissazione di prezzi selettivi e gli sconti «su obiettivo» sono tutte proseguite o sono state messe in atto da dipendenti di Greencore dopo il settembre 1992.

Dati rilevanti di carattere commerciale

- Nell'esercizio che ha avuto termine il 27 settembre 1996, Irish Sugar rappresentava il 29% del fatturato aggregato di Greencore, pari a 134,7 milioni di IEP, e il 56% dell'utile di gestione aggregato della stessa impresa, pari a 27,2 milioni di IEP. Circa l'80% delle vendite di Irish Sugar sono effettuate in Irlanda,

HA ADOTTATO LA PRESENTE DECISIONE:

Articolo 1

Irish Sugar plc ha violato l'articolo 86 del trattato CE ricorrendo — nel quadro di una politica complessiva e persistente di protezione della propria posizione sul mercato dello zucchero in Irlanda — a metodi diversi da quelli che disciplinano la normale concorrenza dei prodotti e dei servizi sulla base dei risultati commerciali, con l'effetto di ostacolare la salvaguardia del grado di concorrenza ancora esistente sul mercato o la crescita di tale concorrenza. A tal fine Irish Sugar (e/o Sugar Distributors Limited nel periodo precedente il febbraio 1990) ha messo in atto i seguenti comportamenti abusivi sul mercato dello zucchero cristallizzato per vendita al dettaglio e industriale in Irlanda:

- 1) Nel periodo tra il 1986 e il 1988 ha concesso uno sconto speciale («sconto frontiera») a certi dettaglianti stabiliti nelle zone di frontiera con l'Irlanda del Nord e ha concesso prezzi selettivamente bassi ai clienti di un importatore di zucchero francese.
- 2) Nel 1988 ha concordato con un grossista e un dettagliante lo scambio di prodotti di zucchero al dettaglio concorrenti, in ragione di una confezione da

1 kg di zucchero Eurolux della Compagnie Française de Sucrierie contro una confezione di zucchero di sua produzione.

- 3) Nel 1988 ha concordato con il cliente potenziale di un concorrente uno sconto di fedeltà, ossia uno sconto subordinato all'approvvigionamento del cliente presso Irish Sugar per la totalità o gran parte del suo fabbisogno di zucchero al dettaglio.
- 4) Nel periodo successivo (almeno) al 1985 ha messo in atto un sistema di «sconti all'esportazione di zucchero», ossia sconti concessi sullo zucchero esportato in forma lavorata verso altri Stati membri, che costituisce una discriminazione contro i clienti del settore industriale che riforniscono il mercato interno irlandese.
- 5) Nel periodo successivo al 1993 ha praticato una politica di prezzi discriminatori contro le imprese confezionatrici di zucchero concorrenti che si approvvigionavano o si approvvigionano in zucchero industriale presso Irish Sugar.
- 6) Nel periodo successivo al 1993 ha attuato una politica che si ripercuote negativamente sulla posizione competitiva di altre imprese irlandesi confezionatrici sul mercato dello zucchero al dettaglio, in particolare:
 - i) concedendo a gruppi di grossisti in Irlanda, in certi periodi del 1994, sconti che dipendevano da un aumento degli acquisti di zucchero al dettaglio presso Irish Sugar e avevano l'effetto di legare questi gruppi ad Irish Sugar a scapito delle imprese concorrenti;
 - ii) concedendo a certi clienti di imprese confezionatrici concorrenti, nel dicembre 1994 e nel febbraio 1995, sconti di carattere selettivo subordinati all'aumento degli acquisti di zucchero al dettaglio presso Irish Sugar su un periodo di dodici mesi, destinati pertanto a limitare la concorrenza delle imprese confezionatrici di zucchero concorrenti.

Articolo 2

Per le infrazioni di cui all'articolo 1 viene imposta ad Irish Sugar plc un'ammenda di 8 800 000 ECU.

Tale importo è versato, in ecu, entro tre mesi dalla notifica della presente decisione, sul conto bancario n. 310-0933000-43 della Commissione delle Comunità europee, Banque Bruxelles Lambert, Agence européenne, rond-point Schuman 5, B-1040 Bruxelles. Dopo lo scadere di tale periodo è automaticamente imposto il pagamento di interessi al tasso praticato dall'istituto monetario europeo per le operazioni in ecu, in vigore nel primo giorno lavorativo del mese in cui viene adottata la presente decisione, maggiorato di 3,5 punti percentuali, ossia 7,5 punti percentuali.

Articolo 3

Irish Sugar pone termine immediatamente all'infrazione di cui all'articolo 1, punti da 4 a 6, nella misura in cui non lo abbia già fatto.

Irish Sugar si astiene dal ripetere qualsiasi atto o comportamento descritto all'articolo 1, punti da 4 a 6, e dall'adottare misure di effetto equivalente.

In particolare, Irish Sugar si astiene dall'applicare condizioni dissimili a prestazioni equivalenti sul mercato dello zucchero industriale, come gli sconti all'esportazione di zucchero e altri sconti che, non presentando alcun rapporto con la quantità di zucchero fornita e con i costi della transazione, costituiscono una discriminazione contro le imprese confezionatrici di zucchero concorrenti. Irish Sugar ne informa i suoi clienti sul mercato dello zucchero industriale, per iscritto, entro tre mesi dalla data di notifica della presente decisione.

Irish Sugar si astiene inoltre dal praticare una politica di fissazione dei prezzi dello zucchero al dettaglio che si ripercuota negativamente sulla posizione concorrenziale di altre imprese confezionatrici di zucchero, compresa la fissazione di prezzi selettivi per clienti di imprese confezionatrici concorrenti e la concessione di sconti «su obiettivo» a clienti sul mercato dello zucchero al dettaglio. Irish Sugar informa per iscritto, entro tre mesi dalla data di notifica della presente decisione, quelli fra i suoi clienti che beneficiano attualmente di sconti, o ai quali sono stati offerti sconti subordinati al conseguimento di particolari volumi o all'aumento dei volumi di acquisto presso Irish Sugar, che tali sconti non sono più d'applicazione.

Articolo 4

Per un periodo di tre anni dalla data di notifica della presente decisione, entro i tre mesi successivi alla fine di

ciascun anno civile, Irish Sugar trasmette alla Commissione un listino dei prezzi, compresi tutti gli eventuali ristorni e sconti, offerti nell'anno precedente, ai suoi clienti sul mercato dello zucchero industriale e al dettaglio, specificando i quantitativi di zucchero acquistati dai singoli clienti nell'anno in questione.

Articolo 5

Una penalità di mora di 1 000 ECU è imposta ad Irish Sugar per ogni giorno di ritardo nell'adempimento degli obblighi specificamente fissati agli articoli 3 e 4, successivamente allo scadere del periodo di tre mesi impartito per la loro esecuzione.

Articolo 6

Irish Sugar plc, Athy Road, Carlow, Irlanda, è destinataria della presente decisione.

La presente decisione costituisce titolo esecutivo ai sensi dell'articolo 192 del trattato CE.

Fatto a Bruxelles, il 14 maggio 1997.

Per la Commissione

Karel VAN MIERT

Membro della Commissione

NOTE

- (¹) GU 13 del 21. 2. 1962, pag. 204/62.
- (²) GU 127 del 20. 8. 1963, pag. 2268/63.
- (³) Regolamento (CEE) n. 793/72 del Consiglio (GU L 94 del 21. 4. 1972, pag. 1) e regolamento (CEE) n. 2103/77 della Commissione (GU L 246 del 27. 9. 1977, pag. 12).
- (⁴) Per maggior completezza di particolari sui tre diversi tipi di zucchero cfr. i paragrafi da 2.62 a 2.73 della relazione della UK Monopolies and Mergers Commission «MMC» «On the existing and proposed mergers between Tate & Lyle plc or Ferruzzi Finanziaria Spa and S&W Berisford» (HMSO Cmd 89 del febbraio 1987) e i paragrafi da 4.30 a 4.32 della relazione MMC «Tate & Lyle plc and British Sugar plc» (HMSO Cmd 1435 del febbraio 1991).
- (⁵) Regolamento (CEE) n. 1785/81 del Consiglio (GU L 177 dell'1. 7. 1991, pag. 4) e successivi atti su questo basati.
- (⁶) Regolamento (CE) n. 1101/95 del Consiglio (GU L 110 del 17. 5. 1995, pag. 1).
- (⁷) Cfr. nota 4 sopra.
- (⁸) Il consumo pro capite irlandese 1994/1995, calcolato in base agli acquisti di zucchero allo stato naturale (per consumo diretto o lavorazione industriale) quali risultano dalla tabella 1, è stato di 0,044 tonnellate rispetto ad una media, per l'Europa dei Dodici, di 0,035 tonnellate. Se si prendono in considerazione le importazioni ed esportazioni di zucchero trasformato, il consumo nazionale irlandese totale pro capite 1994/1995 è stato di 0,039 tonnellate rispetto ad una media, per l'Europa dei Dodici, di 0,034 tonnellate (Fonte: statistiche campagna provvisoria 1994/1995).
- (⁹) Fonte: Facts about Ireland, pubblicazione del governo irlandese, 1995.
- (¹⁰) Nella versione pubblicata della presente decisione alcuni dati saranno d'ora in avanti omessi, conformemente alle disposizioni dell'articolo 21 del regolamento n. 17 concernente i segreti relativi agli affari.
- (¹¹) Il costo del trasporto dello zucchero in sacchi dalla Francia è aumentato da 30 IEP circa a 45 IEP la tonnellata tra il 1985 e il 1994. I costi di trasporto per l'importazione di zucchero sfuso sarebbero stati mediamente superiori di 40-50 IEP la tonnellata in questo stesso periodo. Fino al 1990 la differenza media tra il prezzo di sostegno effettivo in Francia e il prezzo di mercato in Irlanda è stata di circa 50 IEP, rendendo così commercialmente redditizia l'importazione di zucchero in sacchi, ma non del prodotto sfuso.
- (¹²) Con il passaggio degli utenti industriali al silo, il mercato dello zucchero in sacchi si è ridotto da 30 000 tonnellate agli inizi degli anni '80 a meno di 7 000 tonnellate oggi.
- (¹³) Vedi ad esempio il riferimento, al considerando 57, al «riconosciuto vantaggio di marca dei prodotti Siúcra».
- (¹⁴) Fonte: Piano aziendale gruppo Greencore 1993/1994-1997/1998 del giugno 1994, allegato 4 alla comunicazione degli addebiti del 25 marzo 1996.
- (¹⁵) Fonte: Piano aziendale del gruppo Greencore del giugno 1994, allegato 4 alla comunicazione degli addebiti del 25 marzo 1996.
- (¹⁶) Risposta del 1° settembre 1993 di di Irish Sugar all'iniziale comunicazione degli addebiti, punto 12.
- (¹⁷) Secondo il verbale della riunione del consiglio d'amministrazione SDL del 1° luglio 1982, allegato 3 alla comunicazione degli addebiti del 25 marzo 1996.
- (¹⁸) I sig.ri Gray, Comerford, Garavan, Hogan, Keleghan, Lyons e Tully.
- (¹⁹) Cfr. ad esempio il verbale delle riunioni del comitato di gestione di McKinney del 29 aprile 1986, 15 gennaio 1987, 16 marzo 1987 e 14 dicembre 1987.
- (²⁰) Nella sua risposta alla comunicazione degli addebiti del 12 luglio 1996, punto 3.3.4.
- (²¹) [...].
- (²²) Cfr. considerando 71.
- (²³) Allegato 4 alla comunicazione degli addebiti del 25 marzo 1996.
- (²⁴) In inglese nel testo originale:
«Present situation in home retail market ... In relation to packet sugar being produced by Round Tower, it was noted that a gap of approximately [...] per tonne existed between their average selling price and the price of "Siúcra" (Irish Sugar) product. On this problem it was agreed that CSET (Irish Sugar) should ensure that Round Tower were not enjoying advantageous arrangements with their supplier or shipper ...».
- (²⁵) In inglese nel testo originale:
«17 July 1985 — Chris Comerford (Managing Director of Irish Sugar) — Brendan Byrd (representing B&I) — B&I will not be handling any French sugar from Monday 22 July. Last years tonnage 228 × 20 = 4560 — Year to date 91 × 20 = 1820 — 1420 to April ... Charles Lyons gave promise to Brendan Byrd that Tanktrans (a subsidiary of Irish Sugar) would put extra business in B&I ...».
«1 August 1985 — B&I advised P. C. (Peter Cunningham of ASI) that CSET (Irish Sugar) applied pressure to them not to deliver to PC — Crude and deceitful attempt to put pressure on PC prior to discussions. PC had meeting with Alex Spain (director of B&I).»
- (²⁶) In inglese nel testo originale:
«... We have established that it would cost approx. [...] to bring all customers to a maximum of [...] per tonne. (...) I do not envisage dropping prices to all customers, thereby involving the heavy cost referred to above, however, where we meet up with new low prices we must respond carefully and ensure that we hold customers at all levels no matter how small. This I am aware is a slightly risky step, as we may have some very small users enjoying terms equal to or better than some bigger ones. I feel this is a risk we must take however. In the meantime we have initiated increased vigilance at Industrial Customers level with a view to establishing the extent of any increased activity by ASI.»

- (27) ASI forniva inoltre cristallino biondo, uno zucchero speciale, a Shamrock Foods Limited.
- (28) In inglese nel testo originale:
«... With regard to the retail market, Mr Keleghan advised the board that as he had forecast at the March meeting, ASI did launch a retail pack on the market. While they had so far been unsuccessful in their launch, it was his belief that they would succeed in getting some small quantities of sugar into some independent retail shops ...
Mr Comerford (Managing Director of Irish Sugar) stated that the sugar industry has never before faced a challenge such as we were now facing. If we did not succeed in meeting this challenge, then the future of the sugar industry in Ireland would be very bleak indeed. He was quite pleased with the response so far to the challenge but was concerned about the cost to both (Irish Sugar) and (SDL) which would be very high ...»
- (29) In inglese nel testo originale:
«At the said meeting Mr Keleghan informed Mr Lane that if the quantity of sugar purchased from the defendant (about [...] tonnes per annum) was reduced then the defendant (SDL) would "bonus back" their sugar. In effect this meant that ADM could not sell or compete and they lost their bonus from the defendant. Mr Lane informed Mr Keleghan that he had a large quantity of the first delivery of Eurolux Granulated Sugar in his warehouse unsold. Mr Keleghan offered to buy this sugar to sell to manufacturing industry and he agreed to allow the amount he received for it as a credit in ADM's account. (...) The amount of Eurolux sugar purchased by the defendant was 21.01 metric tonnes.»
- (30) In inglese nel testo originale:
«I say that in reply to my question as to why more sugar was not ordered, Mr Lane replied that he considered the market was not ready for Eurolux sugar at present. He added that ADM had an agreement with SDL whereby ADM normally buy [x] tonnes of sugar and get this at the [3x] tonne rate, which is a more advantageous rate. If they were to reduce the amount of sugar purchased this agreement would no longer be of effect and they would not be able to obtain the sugar from the defendant (SDL) at the [3x] tonne rate.»
- (31) In inglese nel testo originale:
«if he wasn't able to shift it they would swap it for him.»
- (32) In inglese nel testo originale:
«Dear Mr Comerford
I am writing to bring to your attention unfair trade practices being initiated either directly by your company or by Sugar Distributors Limited which is controlled by you in relation to our efforts to market our Eurolux 1 kg Retail Sugar in Ireland. We have requested the Director of Consumer Affairs and Fair Trading to investigate specific difficulties we are experiencing.
Specifically this letter is to advise you that we object very strongly to your companies substitution of our product in the Spar retailer, Kelly's of Boyle. With or without the agreement of the proprietor this action contravenes existing legislation and we respectfully demand that you restore our product here and in other instances where this practice has occurred.
We specifically object to the use of oppressive tactics on other individual retailers who are enjoying the benefits of Eurolux and would continue to do so if left unthreatened.
We seek your assurance that you will desist from restrictive practices and unfair trading and compete with us on equal terms as we are entitled to expect under the rules of the European Community.»
- (33) In inglese nel testo originale:
«Volume of sugar imported across border in November/December estimated at 700 tonnes with an acceleration in January.
Sales to Wholesalers in border area over the last two months as follows: (...)
Mr A. J. Hogan (General Manager Marketing of Irish Sugar) suggested we remove [...] /tonne rebates currently given in Northern Ireland. This would have a double benefit in increased Northern prices plus reducing rebate required in South. This action to be taken while attempting to get B. S. C. (British Sugar) and Tate & Lyle to follow but our price to be increased in any case.
Mr Keleghan's (Sales Director of SDL) view was that there were only two alternatives.
(a) National rebates in the South. He suggested [...] /tonne on a National basis with [...] in border areas for February/March. Estimated cost £ [...].
(b) Remove present £ [...] border area rebate as this was impossible to maintain on a selective basis and restrict supplies of McKinney sugar to the Northern Ireland wholesalers who are currently supplying the Southern trader.
After discussion it was decided to implement the latter alternative. In the meantime efforts are to be continued to get B. S. C. and Tate & Lyle to increase prices.»
- (34) In inglese nel testo originale:
«Tate & Lyle were gaining some additional sales because of restriction of supplies of McKinney sugar in the border area.»
- (35) In inglese nel testo originale:
«Since the last packet sugar price increase in October 1984 (...) a substantial differential has existed between home market prices and the price of competitive imported product, the latter including re-imported McKinney packets and bagged sugar. (...) The activities of Round Tower Foods Limited which is currently packing and seeling an estimated 40 tonnes of packet sugar per week (...) are a continuing cause of concern and, at this stage, are but one feature of the actual/potential competition picture which threatens the price and market share dominance of "Siucra" packet sugars in the Republic of Ireland market.»
- (36) In inglese nel testo originale:
«(i) take no action; (ii) reduce market selling prices to all customers by IRI£ [...] per tonne, thereby equalising the selling prices North and South; This action should totally eliminate all import/competitive problems but would be both unnecessary and impossible from a financial point of view; (iii) reduce selling prices by £ [...], which should be sufficient to confine cross-border imports to border areas and keep the level of packing by Round Tower Foods Limited to at or below the current level, but would not deal with the demands of multiples, etc., for equal pricing North and South; (iv) Operate a selective coordinated programme to take account of the most vulnerable areas, with the objective of maintaining shelf prices at the current level. This is the recommended strategy and SDL believe that, given the excellent relationships which exist in the market place coupled with the

recognizing that it cannot be guaranteed to withstand increased pressures from Round Tower Foods Limited/importers. If the latter situation occurs serious consideration will have to be given to the more expensive options listed.»

- (37) In inglese nel testo originale:
«(i) continue with [...] per parcel promotion in Donegal area and extend promotion in Monaghan/Dundalk area (border area); (...); (iv) Particular problems have arisen with A. D. M. because of the nature of that grouping. The cost of temporary rebate arrangements entered into with A. D. M. are set out in Appendix E4. and it is expected that additional expenditure of £ [...] p. a. will arise with this customer.»
- (38) In inglese nel testo originale:
«Recommendations and implications re Gold Seal Sugars: 1R continue as we are, i. e. rebating as the necessity arises. Presently we rebate to: [...]. Through [...] we rebate to many independent outlets the largest being [...]. Imp. (implication) This method is exceedingly dangerous both legally and commercially. Legally on the basis of selective pricing. Commercially on the same basis except that the selectivity is in favour of our smaller customers i. e. [...] ... ex area manager [...]. is a user of less than [...] t p. a. and has a nett price of ... [...] who purchase from [...] to [...] t. p. a. or more than [...] tonnes collectively ...»
- (39) In inglese nel testo originale:
«Mr C. M. Lyons (Managing Director of SDL) said that, in the light of the very low Northern Ireland prices already discussed, it was essential to maintain the IR [...] per parcel [15 × 1 kg bags] Border promotional allowance. It was agreed to continue this promotion for the reason stated.»
- (40) In inglese nel testo originale:
«1. [...].
I spoke yesterday with Joe Lane who rang regarding the position on the [...] per parcel for July. (...) I advised him to extend the same situation for July. He went through the individual customers he had taken back and these amounted to [...] customers out of a total of [...] that he has given it to. The other [...] are loyal ones who have always remained with him but who were under pressure in the areas involved.»
- (41) In inglese nel testo originale:
«whilst the drop in packet sugar sales was of concern, it had to be born in mind that approximately [...] tonnes of the reduction was attributable to reduced cross-border sales of McKinney sugars.»
- (42) Il documento non è datato, ma con ogni probabilità risale all'ottobre 1986 o intorno a tale data.
- (43) In inglese nel testo originale:
«2. BSC and Tate & Lyle cut their prices (we have not followed) by a further £12/13 in small Border Cash & Carry's (none of whom would reach 300 tonnes of sugar per year) who were only too pleased to stock their product as McKinneys was price marked and could not be used for Cross Border Traffic.
We have a serious problem therefore with prices to low in these Cash & Carry's and Cross Border Merchants purchasing and dumping in the South which is now costing C. S. E. T. (Irish Sugar) approximately £ [...] per annum to discount in the Border area in the South as well as losing [...] retail packet market share in Northern Ireland. The problem is potentially far more serious as the amount of discounting is growing and it could trigger a National discount which could cost up to £ [...] million ...»
- (44) In inglese nel testo originale:
«Mr Keleghan reported that the [...] £ per parcel rebate had been reduced to [...] p per parcel in all areas except in Donegal. It was agreed that the Donegal rebate be reduced to [...] p from December 1st, 1986.»
- (45) In inglese nel testo originale:
«Mr C. M. Lyons said that the reduction of the cross-Border rebate from £ [...] to [...] p per parcel had worked out well without any major problems and the reduction had not resulted in any increase in the small amount of B. S. C. and T&L sugar being imported. Mr M. Leyden confirmed a similar reaction in the Western area.»
- (46) In inglese nel testo originale:
«reflected both reduced cross-border sales and also the loss of major UK contract by this customer.»
- (47) In inglese nel testo originale:
«Border rebates had been removed in July 1987 but might have to be reintroduced in early 1988. Round Tower appeared to have adopted a more national policy in recent times ...».
- (48) In inglese nell'originale:
«the recent £20.00 increase in Northern Ireland packet sugar prices, coupled with the strengthening of sterling against the Irish Punt, had reduced cross-border imports significantly ...»
- (49) In inglese nell'originale:
«increases in the pricing of BSC and Tate & Lyle sugars had helped to stabilise that market and reduce the amounts of sugar coming across Border.»
- (50) In inglese nel testo originale:
«Mr T. G. Keleghan said there was a potential threat to the home market from cross-Border imports from the North. He said that if this threat materialised it was important to react speedily with appropriate counter measures. These would include price marking on McKinney sugar and appropriate promotional activity on the home market ...»
- (51) Fornite da Irish Sugar in risposta a richieste di informazioni e copiate nel corso di un'ispezione effettuata presso la sede della società il 16 gennaio 1995.
- (52) Secondo quanto risulta dagli stralci del verbale delle riunioni tra Irish Sugar e i distributori di zucchero durante gli anni '80, forniti da Irish Sugar il 18 maggio 1995.
- (53) In inglese nel testo originale:
«has been of the order of £ [...] to £ for each tonne of sugar utilised in the manufacture of the export product.»
- (54) Le modalità di pagamento variano infatti da un cliente all'altro, cosicché per alcuni gli sconti all'esportazione vengono pagati unicamente per i volumi (documentati) di zucchero effettivamente esportato (definito «zucchero all'esportazione» da alcuni clienti come [...]) mentre per altri si calcola un ribasso medio che è pagato per tutti gli acquisti di zucchero, destinati al consumo interno o all'esportazione. Certo è che gli sconti concessi per i volumi esportati possono essere significativamente superiori alla cifra di [...] IEP la tonnellata.

- (⁵⁵) In inglese nel testo originale:
«... where PFAs have been granted to a company over a period of time the PFA becomes effectively built in to the company's purchase price and, consequently, the company will demand to receive the same level of rebate.»
- (⁵⁶) In inglese nel testo originale:
«we operate an export rebate arrangement with Irish Biscuits and subject to further discussions with Irish Biscuits we are proposing a rebate of [...] a tonne.»
- (⁵⁷) Nella sua risposta alla comunicazione degli addebiti del 12 luglio 1996, punto 6.2.6.
- (⁵⁸) Nella sua risposta alla comunicazione degli addebiti del 12 luglio 1996, punto 6.3.1.
- (⁵⁹) In inglese nel testo originale:
«charged as if it had purchased [...] tonnes.»
- (⁶⁰) In inglese nel testo originale:
«in its first year of trading (May 1993-4) Burcom purchased [...] tonnes.»
- (⁶¹) Nel corso dell'audizione orale del 26 luglio 1996 (sig. McCluskey).
- (⁶²) Allegato 9 alla comunicazione degli addebiti del 25 marzo 1996.
- (⁶³) In inglese nel testo originale:
«promotional activity in April and May contributed to stock build ups and, therefore, to lower sales levels in June and probably July as well.»
- (⁶⁴) Una nota interna copiata nel corso delle indagini il 16 gennaio 1995 dà atto delle seguenti vendite di Irish Sugar a [...] per il 1994/1995: per [...] tonnellate di confezioni Siúcra da 1 kg, [...] tonnellate di «Siúcra Specials», [...] tonnellate di St Bernard da 1 kg e [...] tonnellate di «St Bernard Specials».
- (⁶⁵) Risposta di Irish Sugar alla comunicazione degli addebiti del 12 luglio 1996, punto 7.3.4.
- (⁶⁶) Audizione orale del 26 luglio 1996 (sig. Power e sig. McCluskey).
- (⁶⁷) Inviato da Irish Sugar alla Commissione il 18 maggio 1995 e contenuto nell'allegato 9 della comunicazione degli addebiti del 25 marzo 1996.
- (⁶⁸) Contenuto nell'allegato 9 della comunicazione degli addebiti del 25 marzo 1996.
- (⁶⁹) Hoffmann-La Roche/Commissione, sentenza del 13 febbraio 1979, causa 85/76, Racc. 1979, pag. 461, osservazione generale 28. Cfr. anche L'Oréal/De Nieuwe AMCK, sentenza dell'11 dicembre 1980, Racc. 1980, pag. 3775.
- (⁷⁰) Decisione 98/518/CEE della Commissione del 18 luglio 1988 (GU L 284 del 19. 10. 1988, pag. 41).
- (⁷¹) Nella sua risposta alla comunicazione degli addebiti del 12 luglio 1996, punti 3.2.1-3.2.7.
- (⁷²) United Brands/Commissione, sentenza del 14 febbraio 1978, causa 27/76, Racc. 1978, pag. 207, osservazione generale 11.
- (⁷³) Sentenza del 16 dicembre 1975, cause riunite 40 a 48, 50, 54-56, 111, 113 e 114/73, Racc. 1975, pag. 1663, osservazioni generali 16, 17 e 24.
- (⁷⁴) Suiker Unie e altri/Commissione, sentenza del 16 dicembre 1975, Racc. 1663 [1975], osservazioni generali 19 e 20.
- (⁷⁵) La tabella 1 dimostra che nel periodo 1986-1994 le importazioni sono sempre state inferiori al 10% del consumo nazionale totale. Fra il 1989 e il 1994 le importazioni hanno rappresentato meno del 5% del consumo nazionale.
- (⁷⁶) Nella sua risposta alla comunicazione degli addebiti del 12 luglio 1996, punto 3.3.6.
- (⁷⁷) Hoffmann-La Roche/Commissione, sentenza del 13 febbraio 1979, causa 85/76, Racc. 461 [1979] osservazioni generali 38 e 39.
- (⁷⁸) Cfr. Michelin/Commissione, sentenza del 9 novembre 1983, causa 322/81, Racc. 1983, pag. 3461, osservazione generale 59.
- (⁷⁹) Nella sua risposta alla comunicazione degli addebiti del 12 luglio 1996, punto 3.3.2.
- (⁸⁰) Caso IV/M 190 Nestlé/Perrier, decisione 92/353/CEE della Commissione del 22 luglio 1992 (GU L 356 del 5. 12. 1992, pag. 1).
- (⁸¹) Decisione 94/893/CE della Commissione (GU L 354 del 31. 12. 1994, pag. 32). Caso IV/M. 430 Procter & Gamble/VP Schickedanz II.
- (⁸²) Cause T-68/89, T-77/89 e T-78/89 Società Italiana Vetro SpA/Commissione, Racc. 1992, pag. II-1403.
- (⁸³) Cfr. Hoffmann-La Roche/Commissione, sentenza del 13 febbraio 1979, Racc. 461 [1979], osservazione generale 91.
- (⁸⁴) Cfr. Michelin/Commissione, sentenza del 9 novembre 1983, Racc. 3461 [1983], osservazione generale 57.
- (⁸⁵) GU 30 del 20. 4. 1962, pag. 993/92; (Edizione speciale 1959-62, pag. 129).
- (⁸⁶) GU 53 dell'1. 7. 1962, pag. 1571/62.
- (⁸⁷) Sentenza del 9 novembre 1983, causa 322/81, Racc. 1983, pag. 3461, osservazione generale 82.
- (⁸⁸) Tetra Pak II, decisione 92/163/CEE della Commissione (GU L 72 del 18. 3. 1992, pag. 1, considerando 165).
- (⁸⁹) Cfr. United Brands/Commissione, sentenza del 14 febbraio 1978, causa 27/76, Racc. 207 [1978], pagg. 298-299, Suiker Unie e altri/Commissione, sentenza del 16 dicembre 1975, Racc. 1663 [1975], pagg. 2000-2005; ECS/AKZO, decisione 85/609/CEE della Commissione (GU L 374 del 31. 12. 1985, pag. 1); Hilti, decisione 88/138/CEE della Commissione (GU L 65 dell'11. 3. 1988, pag. 36-38), confermata successivamente dal Tribunale di primo grado con sentenza del 12 dicembre 1991, causa T-30/89, Racc. 1991, pag. II-1439.
- (⁹⁰) Decisione 83/462/CEE della Commissione (GU L 252 del 13. 9. 1983, pag. 13).
- (⁹¹) Risposta di Irish Sugar alla comunicazione degli addebiti della Commissione del 12 luglio 1996, punti 9.3.3 e 9.3.4, richiamo alla decisione della Commissione del 14 dicembre 1985 nel caso ECS/AKZO.
- (⁹²) Decisione 89/22/CEE della Commissione (GU L 10 del 13. 1. 1989, pag. 50), paragrafi 132 e 133.
- (⁹³) Calcolo basato sugli sconti di [...] IEP al pacco e [...] IEP alla tonnellata, citati nei documenti interni di Irish Sugar e SDL, di cui sopra, e sui prezzi 1985/1986 e 1986/1987 dello zucchero al dettaglio, comunicati da Irish Sugar, di [...] e [...] IEP la tonnellata. Si noti che nel caso di almeno un cliente ([...]) «si renderanno necessarie ... ulteriori spese» (paragrafo 57).
- (⁹⁴) Michelin/Commissione, sentenza del 9 novembre 1983, Racc. 1983, pag. 3461, osservazione generale 57.
- (⁹⁵) Decisione IV/30 698-ECS/AKZO del 14 dicembre 1985, considerando 82, punto iii).

- (⁹⁶) Dichiarazione del sig. Noel McCluskey all'audizione orale del 26 luglio 1996.
- (⁹⁷) Risposta di Irish Sugar alla comunicazione degli addebiti del 12 luglio 1996, punto 5.4.1 (ii).
- (⁹⁸) United Brands/Commissione, sentenza del 14 febbraio 1978, causa 27/76, Racc. 1978, pag. 207.
- (⁹⁹) Decisione 76/353/CEE della Commissione (GU L 95 del 9. 4. 1976, pag. 1).
- (¹⁰⁰) Risposta di Irish Sugar alla comunicazione degli addebiti del 12 luglio 1996, punto 6.4.3 (ii).
- (¹⁰¹) United Brands/Commissione, sentenza del 14 febbraio 1978, causa 27/76 Racc. 1978, pag. 20, osservazioni generali 229 e 230.
- (¹⁰²) Decisione della Commissione del 18 luglio 1988. GU L 284 del 19. 10. 1988, pag. 41, par. 73.
- (¹⁰³) Causa T-83/91, sentenza del tribunale di primo grado del 6 ottobre 1994, Racc. 1994, pag. II-755, osservazione generale 114.
- (¹⁰⁴) Sentenza del 9 novembre 1983, causa 322/81, Racc. 1983, pag. 3461, osservazioni dell'avvocato generale.
- (¹⁰⁵) Sentenza del 9 novembre 1983, causa 322/81, Racc. 1983, pag. 3461, osservazione generale 82.
- (¹⁰⁶) Michelin/Commissione, sentenza del 9 novembre 1983, Racc. 1983, pag. 3461, osservazione generale 57.
- (¹⁰⁷) Société Technique Minière/Maschinenbau Ulm, causa 56/65, Racc. 1966, pag. 235 e pag. 249.
- (¹⁰⁸) GU L 319 del 29. 11. 1974, pag. 1.
-