

REGOLE IN MATERIA DI CONCORRENZA

IN BREVE

CARTELLI

Gli accordi tra imprese concorrenti in materia di prezzi, quantitativi, zone o gruppi di clienti sono in genere particolarmente dannosi. Essi sono vietati e comportano sanzioni elevate.



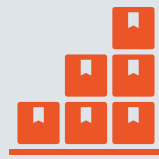
ACCORDO SUI PREZZI

I concorrenti si accordano sui prezzi.

Esempi: accordi su prezzi e componenti dei prezzi, sconti, margini, accordi sugli appalti

Casi specifici: [libor](#), [spedizionieri aerei](#), [costruzione stradale nei Grigioni](#), [zincherie](#)

[Raccomandazioni](#)



ACCORDO SUI QUANTITATIVI

I concorrenti si dividono un mercato in base a quote o limitano la quantità di prodotti.

Esempi: limitazione dei quantitativi di beni o servizi da produrre, acquistare o consegnare

Casi specifici: [grossisti di impianti sanitari](#)

[Raccomandazioni](#)



ACCORDI SULLA RIPARTIZIONE DEI MERCATI

I concorrenti si ripartiscono gruppi di clienti o zone di mercato.

Esempi: accordi sugli appalti

Casi specifici: [benzina alchilata](#), [See-Gaster](#), [pulizia delle gallerie](#)

[Raccomandazioni](#)

FISSAZIONE DEI PREZZI E PROTEZIONE TERRITORIALE

Gli accordi sui prezzi di rivendita o sull'isolamento del mercato svizzero tra fornitore e acquirente sono particolarmente dannosi se non hanno alcuna giustificazione economica. Sono vietati e comportano sanzioni elevate.

IMPOSIZIONE DI PREZZI DI RIVENDITA

Fornitore e acquirente si accordano sui prezzi di rivendita.

Esempi: Il fornitore induce l'acquirente ad attenersi alle raccomandazioni sui prezzi.

Casi specifici: [articoli sportivi di montagna](#), [medicamenti fuorilista](#)

[Raccomandazioni](#)

PROTEZIONE TERRITORIALE ASSOLUTA

Fornitore e acquirente concordano che agli ordini non sollecitati dalla Svizzera non dovrà essere dato seguito.

Esempi: divieti di esportazione nei contratti di distribuzione esteri

Casi specifici: [BMW](#), [Gaba](#), [Nikon](#)

[Raccomandazioni](#)

ABUSO DI POSIZIONE DOMINANTE

Le imprese abusano della loro posizione dominante o dominante relativa sul mercato. Tale abuso comporta sanzioni elevate.

ABUSO DI POSIZIONE DOMINANTE

La posizione di mercato deve essere valutata caso per caso, una quota di mercato del 50% è un'indicazione di posizione dominante; la posizione dominante sul mercato è ammessa, ma il suo abuso è vietato.

Esempi: rifiuto di relazionicommerciali, limitazioni di terzi nei loro mercati di vendita

Casi specifici: [ADSL](#), [DCC](#), [mercato del gas](#), [Naxoo](#), [ATS](#), [sport sulla PayTV](#)

ABUSO DELLA POSIZIONE DOMINANTE RELATIVA

L'impresa dipendente non dispone di sufficienti e ragionevolmente esigibili opzioni alternative; la dipendenza deve essere valutata caso per caso. La posizione dominante relativa sul mercato è ammessa, ma il suo abuso è vietato.

Casi specifici: [mercato sanitario](#), [settore deilibri](#), [settore automobilistico](#)

Circolare: [Posizione dominante relativa](#)

ALTRI TEMI



SCAMBIO DI INFORMAZIONI

Lo scambio di informazioni sensibili tra concorrenti è problematico.

Esempi: scambio di informazioni su prezzi e componenti di prezzo, sconti, costi, margini

Casi specifici: [ASCOPA](#), [leasing](#)

[Raccomandazioni](#)



RACCOMANDAZIONI DI PREZZO DI ASSOCIAZIONI

Le raccomandazioni di prezzo delle associazioni sono problematiche.

Esempi: schemi di calcolo con prezzi

Casi specifici: [USPI Neuchâtel \(DPC 2012/3 657\)](#) cartello tra istruttori di guida nell'Alto Vallese

[Raccomandazioni](#)



CONSORZI

In generale, i consorzi sono leciti.

Esempi: imprese che possono presentare un'offerta solo congiuntamente

Casi specifici: [rapporto annuale COMCO 2013 \(DPC 2014/1 1\)](#)

[Raccomandazioni](#)

CONTATTI E DENUNCE

Gli operatori di mercato possono contattare le autorità in materia di concorrenza in caso di domande o incertezze e presentare denunce e autodenunce.

CONTATTI

+41 58 462 20 40

[Modulo di contatto](#)

DENUNCIA

[Comportamenti illeciti](#)

[Accordi sugli appalti](#)

AUTODENUNCIA

[Informazioni e opuscolo](#)

