



# Comunicazione sulla valutazione degli accordi verticali alla luce delle disposizioni in materia di concorrenza <sup>1</sup>

(Comunicazione sugli accordi verticali, ComVert)

## Decisione della Commissione della concorrenza del 12 dicembre 2022

Considerate le ragioni illustrate di seguito, la Commissione della concorrenza (COMCO) pubblica la presente comunicazione.

- I. Ai sensi dell'articolo 6 della Legge federale del 6 ottobre 1995 sui cartelli e altre limitazioni della concorrenza (LCart; RS 251), la Commissione della concorrenza può descrivere nelle comunicazioni le esigenze in virtù delle quali gli accordi in materia di concorrenza vengono di norma considerati giustificati da motivi di efficienza economica giusta l'articolo 5 capoverso 2 LCart. Applicando per analogia l'articolo 6 LCart, la COMCO può pubblicare nelle comunicazioni anche altri principi riguardanti l'applicazione della legge, quando sussiste il bisogno di una maggiore certezza del diritto.
- II. Alcuni tipi di accordi verticali possono incrementare l'efficienza economica nell'ambito di una catena produttiva o distributiva permettendo un migliore coordinamento tra le imprese partecipanti. In particolare, possono contribuire a ridurre i costi delle transazioni commerciali e i costi di distribuzione delle parti e possono altresì ottimizzare i loro investimenti e le loro vendite.
- III. La probabilità che tali incrementi di efficienza possano controbilanciare gli eventuali effetti anticoncorrenziali derivanti dalle restrizioni contenute negli accordi verticali dipende dal grado di potere di mercato delle parti dell'accordo e soprattutto dalla misura in cui tali imprese sono esposte alla concorrenza di altri fornitori di merci e servizi, che i loro clienti considerano intercambiabili o sostituibili sulla base delle caratteristiche, dei prezzi e dell'uso dei prodotti offerti (concorrenza «interbrand»). La Commissione della concorrenza parte dal presupposto che gli accordi verticali, in generale, portano ad un miglioramento della produzione o della distribuzione, a condizione che nessuna impresa partecipante detenga una quota di mercato superiore al 30 % sul mercato rilevante e che non si tratti di un accordo qualitativamente grave.
- IV. Nel quadro della revisione della LCart del 2003 sono state inserite, con l'articolo 5 capoverso 4 LCart, nuove fattispecie allo scopo di impedire imposizioni di prezzi di rivendita e ripartizioni del mercato svizzero nonché di promuovere la concorrenza all'interno dei mercati (concorrenza «intrabrand»). Secondo l'articolo 5 capoverso 4 LCart, la soppressione della concorrenza efficace è presunta nel caso in cui si convengono prezzi minimi o fissi (imposizione di prezzi di rivendita) e se si prevedono clausole che assegnano determinate zone e che stabiliscono un divieto della vendita passiva a distributori o a clienti finali.
- V. Nella revisione della LCart del 2003 il legislatore ha espresso la sua volontà, nell'ambito degli accordi verticali, di considerare la determinazione di prezzi minimi o fissi, così come le clausole che assegnano determinate zone, come pratiche potenzialmente

---

<sup>1</sup> Fa fede il testo che verrà pubblicato nel Foglio federale.

particolarmente nocive. La COMCO ha concretizzato la volontà del legislatore nelle proprie decisioni e ha emanato dei criteri per la valutazione degli accordi verticali già nella Comunicazione riguardante la valutazione degli accordi verticali alla luce delle disposizioni in materia di concorrenza del 2 luglio 2007 (Comunicazione sugli accordi verticali 2007), in particolare riguardo alla confutazione della presunzione della soppressione della concorrenza efficace (art. 5 cpv. 4 LCart), alla notabilità (art. 5 cpv. 1 LCart) e ai motivi di efficienza economica (art. 5 cpv. 2 LCart); ha poi precisato questi criteri nella Comunicazione riguardante la valutazione degli accordi verticali alla luce delle disposizioni in materia di concorrenza del 28 giugno 2010 (Comunicazione sugli accordi verticali 2010). Il 22 maggio 2017 la Comunicazione sugli accordi verticali 2010 è stata adattata alla giurisdizione della sentenza GABA del Tribunale federale.<sup>2</sup>

- VI. La presente comunicazione si basa sulla Comunicazione sugli accordi verticali 2010 (stato 22 maggio 2017), la quale faceva riferimento al Regolamento (UE) n. 330/2010 della Commissione del 20 aprile 2010 relativo all'applicazione dell'articolo 101 paragrafo 3 del trattato sul funzionamento dell'Unione europea a categorie di accordi verticali e pratiche concordate (GU 2010 L 102/1) nonché alla comunicazione della Commissione relativa alle linee direttrici sulle restrizioni verticali (GU 2010 C 130/1). Le basi giuridiche europee sono state sostituite dal Regolamento (UE) n. 2022/720 della Commissione del 10 maggio 2022 relativo all'applicazione dell'articolo 101 paragrafo 3, del trattato sul funzionamento dell'Unione europea a categorie di accordi verticali e pratiche concordate (GU 2022 L 134/4), entrato in vigore il 1 giugno 2022 e alla relativa Comunicazione della Commissione Orientamenti sulle restrizioni verticali (GU 2022 C 248/1).
- VII. Considerando le condizioni legali ed economiche vigenti in Svizzera, l'attuale revisione della comunicazione tiene conto della prassi più recente dei tribunali e della COMCO e degli adattamenti nel diritto europeo. Nell'ambito degli accordi verticali, questa revisione assicura che, anche in futuro, in Svizzera vengano possibilmente applicate le stesse regole che nell'Unione europea. Inoltre evita l'isolamento dei mercati svizzeri e porta ad un aumento della certezza del diritto. In questo ambito le regole europee (cfr. punto VI) valgono per analogia anche per la Svizzera.
- VIII. L'articolo 12 ComVert precisa gli accordi per i quali, secondo l'articolo 5 capoverso 4 LCart, vi è la presunzione che portino ad una soppressione della concorrenza efficace. L'articolo 13 ComVert mette in evidenza che per confutare la presunzione occorre procedere ad un apprezzamento globale del mercato (concorrenza «intra-brand» e «inter-brand» sul mercato rilevante).
- IX. L'articolo 14 lettera a ComVert precisa che accordi secondo l'articolo 5 capoverso 4 LCart soddisfanno, in linea di massima, il criterio della notabilità di cui all'articolo 5 capoverso 1 LCart se la presunzione può essere confutata. Per quanto riguarda tutti gli altri accordi verticali in materia di concorrenza, secondo l'articolo 14 lettera b ComVert si deve tenere conto di criteri sia qualitativi che quantitativi e la ponderazione di questi due criteri è effettuata caso per caso tramite una valutazione globale. L'articolo 15 ComVert elenca gli accordi che, a causa del loro oggetto, sono considerati qualitativamente gravi. Per questo tipo di accordi si applicano delle esigenze più basse da un punto di vista quantitativo per poterli qualificare come limitazioni alla concorrenza notabili rispetto agli accordi qualitativamente non gravi.
- X. L'articolo 16 ComVert precisa che accordi verticali in materia di concorrenza i quali non rientrano nell'articolo 12 ComVert o nell'articolo 15 lettera b–f ComVert, di regola, non intralciano notevolmente la concorrenza nel caso in cui non viene superata la soglia della quota di mercato del 15 % e se l'accordo in questione non ha un effetto cumulativo con altri accordi sul mercato (casi di importanza minore). Se invece la soglia della quota

---

<sup>2</sup> DTF 143 II 297, *Gaba*.

di mercato del 15 % viene superata o se l'accordo ha un effetto cumulativo con altri accordi sul mercato, e se viene superata la quota di mercato del 5 %, l'intralcio alla concorrenza viene esaminato nei singoli casi.

- XI. Se la presunzione della soppressione di una concorrenza efficace può essere confutata e se esiste un accordo che rappresenta un notevole intralcio alla concorrenza, occorre esaminare se l'accordo può essere giustificato da motivi di efficienza economica. Nell'articolo 18 ComVert sono descritte le esigenze in virtù delle quali gli accordi verticali in materia di concorrenza vengono di norma considerati giustificati da motivi di efficienza economica giusta l'articolo 5 capoverso 2 LCart. Se non vi sono motivi di efficienza, l'accordo è illecito. Accordi verticali illeciti ai sensi dell'articolo 5 capoverso 4 LCart sono passibili di sanzioni secondo l'articolo 49 LCart, anche quando la presunzione della soppressione della concorrenza efficace può essere confutata.
- XII. La presente comunicazione non vincola i tribunali civili, il Tribunale amministrativo federale e il Tribunale federale nell'interpretazione delle disposizioni del diritto in materia di cartelli.

## **A. Definizioni**

### **Articolo 1** Accordi verticali in materia di concorrenza

Per accordi verticali in materia di concorrenza si intendono le convenzioni con o senza forza obbligatoria, nonché le pratiche concordate (cfr. art. 4 cpv. 1 LCart) da imprese collocate a un livello di mercato diverso che si prefiggono o provocano una limitazione della concorrenza e che si riferiscono alle condizioni commerciali in base alle quali le imprese partecipanti possono acquistare, vendere o rivendere determinati beni o servizi.

### **Articolo 2** Vendite attive

Per vendite attive si intende il fatto di contattare in maniera mirata clienti mediante visite, lettere, e-mail, telefonate o altri mezzi di comunicazione diretta, o mediante azioni di pubblicità e promozione mirate, offline o online, ad esempio attraverso: media cartacei o digitali, compresi i media online; strumenti di confronto dei prezzi o pubblicità sui motori di ricerca, destinati a clienti in determinati territori o a gruppi di clienti; la gestione di un sito internet con un dominio di primo livello che corrisponde a determinati territori; l'offerta su un sito internet di opzioni linguistiche comunemente utilizzate in determinati territori, quando tali lingue siano diverse da quelle comunemente utilizzate nella zona in cui è stabilito l'acquirente.

### **Articolo 3** Vendite passive

Per vendite passive si intendono vendite effettuate in risposta a richieste spontanee di singoli clienti, comprese la consegna di beni o la prestazione di servizi al cliente, senza che la vendita sia stata avviata sollecitando attivamente particolari clienti, gruppi di clienti o territori, incluse le vendite risultanti dalla partecipazione ad appalti pubblici o dalla risposta a bandi di gara privati.

### **Articolo 4** Sistema di distribuzione esclusiva

Per sistema di distribuzione esclusiva si intende un sistema di distribuzione nel quale il fornitore assegna una zona o un gruppo di clienti esclusivamente a sé stesso o a un massimo di cinque acquirenti e impone restrizioni che impediscono a tutti gli altri acquirenti di vendere attivamente nella zona esclusiva o al gruppo di clienti esclusivo.

## **Articolo 5** Sistema di distribuzione selettiva

<sup>1</sup> Per sistema di distribuzione selettiva si intende un sistema di distribuzione nel quale il fornitore si impegna a vendere i beni o servizi oggetto del contratto, direttamente o indirettamente, solo a distributori selezionati sulla base di criteri specificati e nel quale questi distributori si impegnano a non vendere tali beni o servizi a rivenditori non autorizzati nella zona che il fornitore ha riservato a tale sistema.

<sup>2</sup> Per distribuzione selettiva puramente qualitativa si intende un sistema di distribuzione in cui la scelta dei distributori avviene esclusivamente in base a criteri qualitativi oggettivi richiesti dal genere di prodotto in questione.

## **Articolo 6** Forniture incrociate

Per forniture incrociate si intendono le forniture reciproche tra distributori che operano a livelli di mercato identici o diversi all'interno di un sistema di distribuzione selettiva.

## **Articolo 7** Obblighi di non concorrenza

Per obbligo di non concorrenza si intende:

- (i) qualsiasi obbligo, diretto o indiretto, che impone all'acquirente di non produrre, acquistare, vendere o rivendere beni o servizi in concorrenza con i beni o servizi oggetto del contratto, ovvero
- (ii) qualsiasi obbligo, diretto o indiretto, che impone all'acquirente di acquistare dal fornitore o da un'altra impresa da questi indicata più dell'80 % degli acquisti annui complessivi dei beni o servizi oggetto del contratto, e dei relativi succedanei, effettuati dall'acquirente stesso sul mercato rilevante, calcolati sulla base del valore o, se tale è la normale prassi del settore, del volume dei suoi acquisti effettuati nell'anno civile precedente.

## **Articolo 8** Know-how

Per know-how si intende un patrimonio di conoscenze pratiche non brevettate, derivanti da esperienze e da prove eseguite dal fornitore, patrimonio che è:

- (i) segreto, vale a dire non generalmente noto, né facilmente accessibile;
- (ii) sostanziale, vale a dire comprensivo di conoscenze significative e utili all'acquirente per l'uso, la vendita o la rivendita dei beni o dei servizi contrattuali;
- (iii) individuato, vale a dire descritto in modo sufficientemente esauriente, tale da consentire di verificare se risponde ai criteri di segretezza e di sostanzialità.

## **Articolo 9** Servizi di intermediazione online

Per servizi di intermediazione online si intendono quei servizi che consentono alle imprese di offrire beni o servizi:

- (i) ad altre imprese, al fine di agevolare l'avvio di transazioni dirette tra tali imprese; o
- (ii) ai consumatori finali, al fine di agevolare l'avvio di transazioni dirette tra dette imprese e i consumatori finali;

indipendentemente dal fatto che tali operazioni siano concluse e dal luogo in cui sono concluse.

## B. Regole

### Articolo 10 Campo d'applicazione

<sup>1</sup> La presente comunicazione vale per gli accordi verticali in materia di concorrenza.

<sup>2</sup> La presente comunicazione non si applica agli accordi verticali conclusi tra imprese concorrenti. Tale esenzione si applica tuttavia se imprese concorrenti concludono un accordo verticale non reciproco e se ricorre una delle condizioni seguenti:

- a) il fornitore opera, a monte, come produttore, importatore o grossista e, a valle, come importatore, grossista o distributore di beni, mentre l'acquirente opera a valle come importatore, grossista o distributore e non è un'impresa concorrente a monte, livello al quale acquista i beni oggetto del contratto, o
- b) il fornitore è un prestatore di servizi a differenti livelli della catena commerciale, mentre l'acquirente fornisce i propri beni o servizi al livello del commercio al dettaglio e non è un'impresa concorrente al livello della catena commerciale in cui acquista i servizi oggetto del contratto.

<sup>3</sup> Le deroghe di cui al paragrafo 2 lettera a e b non si applicano agli scambi di informazioni tra fornitore e acquirente che non sono direttamente connessi all'esecuzione dell'accordo verticale o necessari per migliorare la produzione o la distribuzione dei beni o servizi oggetto del contratto o che non soddisfano nessuna di queste due condizioni.

<sup>4</sup> Le deroghe di cui al paragrafo 2 lettera a e b non si applicano agli accordi verticali relativi alla fornitura di servizi di intermediazione online in cui il fornitore di tali servizi è un'impresa concorrente sul mercato rilevante per la vendita dei beni o servizi oggetto dell'intermediazione.

<sup>5</sup> L'applicazione della presente comunicazione non esclude che una fattispecie costituisca, del tutto o in parte, un accordo orizzontale in materia di concorrenza secondo l'articolo 5 capoverso 3 LCart o sia prevista dall'articolo 7 LCart. In tal caso questa fattispecie deve essere esaminata, indipendentemente dalla presente comunicazione, secondo le pertinenti disposizioni della legge sui cartelli.

<sup>6</sup> La presente comunicazione non si applica agli accordi verticali che contengono disposizioni concernenti la cessione all'acquirente o l'utilizzazione da parte dell'acquirente di diritti di proprietà intellettuale, a condizione che queste disposizioni costituiscano l'oggetto principale di tali accordi e che esse non si riferiscano direttamente all'utilizzazione, alla vendita o alla rivendita di beni o di servizi da parte dell'acquirente o dei suoi clienti.

### Articolo 11 Relazioni con altre comunicazioni PMI

La presente Comunicazione prevale sulla Comunicazione relativa agli accordi con effetto limitato sul mercato (Comunicazione PMI)<sup>3</sup>.

### Articolo 12 Presunzioni di illiceità

<sup>1</sup> Nel caso degli accordi verticali in materia di concorrenza si presume che vi sia soppressione della concorrenza efficace secondo l'articolo 5 capoverso 4 LCart quando hanno per oggetto:

- a) la determinazione di prezzi minimi o fissi, ovvero la restrizione della facoltà dell'acquirente di determinare il proprio prezzo di vendita;
- b) l'assegnazione di zone, per quanto vi si escludano vendite da parte di distributori esterni (protezione territoriale assoluta). Ciò include in particolare la restrizione della zona in cui

---

<sup>3</sup> Decisione della Commissione della concorrenza del 19.12.2005 (FF 2006 803), disponibile all'indirizzo [www.comco.ch](http://www.comco.ch) > In diritto e documentazione > Comunicazioni.

l'acquirente può vendere i beni o servizi oggetto del contratto, a meno che non sussista un'eccezione secondo l'articolo 15 lettere b-d.

<sup>2</sup> L'articolo 5 capoverso 4 LCart si applica anche agli accordi che portano indirettamente a prezzi minimi o fissi oppure ad una protezione territoriale assoluta.

<sup>3</sup> L'articolo 5 capoverso 4 LCart si applica anche agli accordi in forma di raccomandazioni, basati su una convenzione o su una pratica concordata bilaterale, nella misura in cui si prefiggono o provocano una determinazione di prezzi minimi o fissi oppure una protezione territoriale assoluta.

### **Articolo 13** Confutazione della presunzione

Per la confutazione della presunzione della soppressione della concorrenza efficace è determinante un apprezzamento globale del mercato, tenendo conto della concorrenza «intrabrand» e «interbrand». L'elemento decisivo è l'esistenza di sufficiente concorrenza «intrabrand» o «interbrand» sul mercato rilevante oppure l'esistenza di una combinazione delle due che porta a una sufficiente concorrenza efficace.

### **Articolo 14** Notevoli limitazioni della concorrenza

Nell'analisi dell'esistenza di un intralcio notevole alla concorrenza ai sensi dell'articolo 5 capoverso 1 LCart dev'essere preso in considerazione che:

- a) accordi secondo l'articolo 5 capoverso 4 LCart (cfr. art. 12 ComVert) soddisfanno, in linea di massima, il criterio della notabilità secondo l'articolo 5 capoverso 1 LCart se la presunzione può essere confutata;
- b) tutti gli altri accordi verticali in materia di concorrenza vengono esaminati sulla base di criteri qualitativi e quantitativi. La ponderazione di questi due criteri è effettuata caso per caso tramite una valutazione globale. Un accordo in materia di concorrenza qualitativamente grave (cfr. art. 15 ComVert) può essere considerato notevole anche in caso di effetti a livello quantitativo insignificanti. Viceversa, un intralcio dalle conseguenze quantitativamente importanti può portare ad intralciare notevolmente la concorrenza, anche se esso non è qualitativamente grave.

### **Articolo 15** Accordi in materia di concorrenza qualitativamente gravi

Accordi non compresi dall'articolo 5 capoverso 4 LCart sono considerati qualitativamente gravi se hanno per oggetto quanto segue:

- a) [...] <sup>4</sup>
- b) qualora il fornitore gestisca un sistema di distribuzione esclusiva, la restrizione relativa alla zona in cui, o ai clienti ai quali, il distributore esclusivo può vendere attivamente o passivamente i beni o servizi oggetto del contratto, eccettuate le seguenti restrizioni:
  - (i) la restrizione delle vendite attive da parte del distributore esclusivo e dei suoi clienti diretti in una zona o a un gruppo di clienti riservati al fornitore o assegnati dal fornitore esclusivamente a un massimo di altri cinque distributori esclusivi;
  - (ii) la restrizione delle vendite attive o passive da parte del distributore esclusivo e dei suoi clienti a distributori non autorizzati situati in una zona in cui il fornitore gestisce un sistema di distribuzione selettiva dei beni o servizi oggetto del contratto;
  - (iii) la restrizione relativa al luogo di stabilimento del distributore esclusivo;

---

<sup>4</sup> Emendato il 22.05.2017 (cfr. consid. V.).

- (iv) la restrizione delle vendite attive o passive agli utenti finali da parte di un distributore esclusivo operante al livello del commercio all'ingrosso;
  - (v) la restrizione della facoltà del distributore esclusivo di vendere attivamente o passivamente componenti, forniti a fini di incorporazione, a clienti che userebbero tali componenti per fabbricare beni simili a quelli prodotti dal fornitore.
- c) qualora il fornitore gestisca un sistema di distribuzione selettiva:
- (i) la restrizione relativa alla zona in cui, o ai clienti ai quali, i membri del sistema di distribuzione selettiva possono attivamente o passivamente vendere i beni o i servizi oggetto del contratto, eccettuate le seguenti restrizioni:
    1. la restrizione delle vendite attive da parte dei membri del sistema di distribuzione selettiva e dei loro clienti diretti in una zona o a un gruppo di clienti riservati al fornitore o assegnati dal fornitore esclusivamente a un massimo di altri cinque distributori esclusivi;
    2. la restrizione delle vendite attive o passive da parte dei membri del sistema di distribuzione selettiva e dei loro clienti a distributori non autorizzati situati all'interno della zona in cui opera il sistema di distribuzione selettiva;
    3. la restrizione relativa al luogo di stabilimento dei membri del sistema di distribuzione selettiva;
    4. la restrizione delle vendite attive o passive agli utenti finali da parte dei membri del sistema di distribuzione selettiva operanti al livello del commercio all'ingrosso;
    5. la restrizione della facoltà di vendere attivamente o passivamente componenti, forniti a fini di incorporazione, a clienti che userebbero tali componenti per fabbricare beni simili a quelli prodotti dal fornitore;
  - (ii) la restrizione delle forniture incrociate tra i membri del sistema di distribuzione selettiva che operano allo stesso o a diversi livelli commerciali;
  - (iii) la restrizione delle vendite attive o passive agli utenti finali da parte dei membri del sistema di distribuzione selettiva operanti a livello del commercio al dettaglio, fatta salva la lettera c, punto i), 1) e 3);
- d) qualora il fornitore non utilizzi né un sistema di distribuzione esclusiva né un sistema di distribuzione selettiva, la restrizione relativa alla zona in cui o al gruppo di clienti ai quali un acquirente può vendere attivamente o passivamente i beni o servizi oggetto del contratto, eccettuate le seguenti restrizioni:
- (i) la restrizione delle vendite attive da parte dell'acquirente e dei suoi clienti diretti in una zona o a un gruppo di clienti riservati al fornitore o assegnati in esclusiva dal fornitore a un massimo di cinque distributori esclusivi;
  - (ii) la restrizione delle vendite attive o passive da parte dell'acquirente e dei suoi clienti a distributori non autorizzati situati in una zona in cui il fornitore gestisce un sistema di distribuzione selettiva dei beni o servizi oggetto del contratto;
  - (iii) la restrizione relativa al luogo di stabilimento dell'acquirente;
  - (iv) la restrizione delle vendite attive o passive agli utenti finali da parte di un acquirente operante al livello del commercio all'ingrosso;
  - (v) la restrizione della facoltà dell'acquirente di vendere attivamente o passivamente componenti, forniti a fini di incorporazione, a clienti che userebbero tali componenti per fabbricare beni simili a quelli prodotti dal fornitore;

- e) la pratica di impedire l'uso efficace di internet da parte dell'acquirente o dei suoi clienti per vendere i beni o servizi oggetto del contratto, in quanto tale pratica limita la zona in cui, o i clienti ai quali, i beni o servizi oggetto del contratto possono essere venduti ai sensi delle lettere b, c o d, fatta salva la possibilità di imporre all'acquirente:
  - (i) altre restrizioni delle vendite online; o
  - (ii) restrizioni della pubblicità online che non hanno lo scopo di impedire l'uso di un intero canale pubblicitario online;
- f) la restrizione, pattuita tra un fornitore di componenti e un acquirente che incorpora tali componenti, della facoltà del fornitore di vendere tali componenti come pezzi di ricambio a utenti finali, a riparatori, grossisti o altri prestatori di servizi non incaricati dall'acquirente della riparazione o della manutenzione dei propri beni;
- g) l'obbligo di non concorrenza diretto o indiretto, la cui durata sia indeterminata o superiore a cinque anni; il limite di cinque anni non si applica se:
  - (i) i beni o servizi oggetto del contratto sono venduti dall'acquirente in locali e terreni di proprietà del fornitore o da questi locati o affittati presso terzi non collegati all'acquirente, e
  - (ii) la durata dell'obbligo di non concorrenza non sia superiore al periodo di occupazione dei locali e terreni da parte dell'acquirente;
- h) l'obbligo diretto o indiretto che imponga all'acquirente, una volta giunto a scadenza l'accordo, di non produrre, acquistare, vendere o rivendere determinati beni o servizi; ciò non si applica qualora risultino soddisfatte tutte le seguenti condizioni:
  - (i) l'obbligo si riferisce a beni o servizi in concorrenza con i beni o servizi contrattuali;
  - (ii) è limitato ai locali e terreni in cui l'acquirente ha operato durante il periodo contrattuale;
  - (iii) è indispensabile per proteggere il «know-how» trasferito dal fornitore all'acquirente;
  - (iv) la durata dell'obbligo è limitata a un periodo di un anno a decorrere dalla scadenza dell'accordo;
- i) obblighi diretti o indiretti che impediscono ai membri di un sistema di distribuzione selettiva di vendere marchi di determinati fornitori concorrenti;
- j) obblighi diretti o indiretti, che impediscono agli acquirenti dei servizi di intermediazione online di offrire, vendere o rivendere beni o servizi agli utenti finali a condizioni più favorevoli ricorrendo a servizi di intermediazione online concorrenti.

#### **Articolo 16** Mancanza di notabilità secondo le quote di mercato

<sup>1</sup> Gli accordi verticali in materia di concorrenza che non sono contemplati all'articolo 12 ComVert o all'articolo 15 lettera b-f ComVert non costituiscono di regola un notevole intralcio alla concorrenza se nessuna impresa partecipante detiene una quota di mercato superiore al 15 % su un mercato rilevante toccato dall'accordo.

<sup>2</sup> Quando la concorrenza in un mercato rilevante è limitata dall'effetto cumulativo di accordi verticali conclusi da diversi fornitori o distributori per la vendita di beni o servizi (effetto cumulativo di preclusione di reti parallele di accordi verticali che hanno effetti simili sul mercato), la soglia della quota di mercato menzionata al capoverso 1 è ridotta al 5 %. I singoli fornitori o distributori con una quota di mercato non superiore al 5 % non sono normalmente considerati in grado di contribuire in modo significativo all'effetto cumulativo di preclusione. È improbabile che si verifichi un effetto cumulativo di preclusione se meno del 30 % del mercato rilevante è coperto da (reti di) accordi verticali coesistenti che hanno effetti simili sul mercato.

## **Articolo 17** Mancanza di notabilità della distribuzione selettiva puramente qualitativa

Gli accordi verticali in materia di concorrenza che hanno quale oggetto la distribuzione selettiva puramente qualitativa non portano a un notevole intralcio alla concorrenza, nella misura in cui sono soddisfatte tre condizioni cumulative:

- (i) la natura del prodotto in questione deve necessitare di un sistema di distribuzione selettiva: ciò significa che un tale sistema deve costituire un'esigenza legittima rispetto alla natura del prodotto in questione allo scopo di preservarne la qualità e di garantirne il corretto uso;
- (ii) i rivenditori devono essere scelti in base a criteri oggettivi di tipo qualitativo. Tali criteri devono essere stabiliti in modo uniforme, essere messi a disposizione di tutti i potenziali rivenditori e applicati in modo non discriminatorio;
- (iii) i criteri definiti non devono andare al di là di ciò che è necessario.

## **Articolo 18** Giustificazione

<sup>1</sup> Se esiste un accordo che rappresenta un notevole intralcio alla concorrenza, occorre esaminare se è considerato giustificato secondo l'articolo 5 capoverso 2 LCart. Se non sono presenti motivi di efficienza economica, l'accordo è illecito.

<sup>2</sup> Di regola gli accordi sono considerati giustificati senza un esame dei singoli casi se la quota del fornitore al mercato rilevante, sul quale il fornitore offre i beni e i servizi contrattuali, e la quota dell'acquirente al mercato rilevante, sul quale l'acquirente acquista i beni e i servizi contrattuali, non superano il 30 %. Fanno eccezione a questa regola gli accordi di cui agli articoli 12 ComVert e 15 ComVert così come gli accordi che, sommati ad altri accordi, hanno conseguenze sul mercato.

<sup>3</sup> Gli accordi che intralciano notevolmente la concorrenza e che non sono contemplati al capoverso 2, sono sottoposti a un esame nei singoli casi. Esiste un motivo giustificativo quando un accordo aumenta l'efficienza economica conformemente all'articolo 5 capoverso 2 LCart – per esempio mediante un'organizzazione più efficace della rete di distribuzione nel senso di un miglioramento dei prodotti o dei processi di fabbricazione oppure di una riduzione dei costi di distribuzione – e quando la restrizione alla concorrenza è necessaria a tale scopo.

<sup>4</sup> Le imprese possono far valere, nell'ambito dei motivi di efficienza economica menzionati all'articolo 5 capoverso 2 LCart, in particolare le giustificazioni seguenti:

- a) la protezione limitata nel tempo degli investimenti necessari alla penetrazione di nuovi mercati geografici o di nuovi mercati dei prodotti;
- b) la necessità di garantire l'uniformità e la qualità dei prodotti contrattuali;
- c) la protezione degli investimenti specifici a una relazione commerciale che non potrebbero essere realizzati in mancanza di clausole contrattuali o lo sarebbero soltanto rischiando perdite considerevoli (rischio di *hold-up*);
- d) il fatto di evitare misure di promozione delle vendite che risulterebbero inefficienti a causa del loro basso livello (p. e. servizi di consulenza alla clientela), che possono verificarsi se un produttore o un distributore ha la possibilità di approfittare degli sforzi promozionali di un altro produttore o distributore (problema del parassitismo o del *free rider*);
- e) il fatto di evitare l'imposizione di un doppio aumento di prezzo, che può verificarsi quando sia il produttore che il distributore dispongono di una posizione dominante sul mercato (problema della doppia marginalizzazione);
- f) la realizzazione di economie di scala nella distribuzione;
- g) la promozione del trasferimento di know-how essenziale;

h) la garanzia di impegni finanziari (p. es. mutui) che non possono essere forniti dal mercato dei capitali.

**Articolo 19** Pubblicazione

La presente comunicazione viene pubblicata nel Foglio federale (art. 6 cpv. 3 LCart).

**Articolo 20** Abrogazione della comunicazione precedente

Con l'entrata in vigore della presente comunicazione è abrogata la Comunicazione sulla valutazione degli accordi verticali alla luce delle disposizioni in materia di concorrenza del 28 giugno 2010<sup>5</sup>.

**Articolo 21** Regolamentazione transitoria

Per il periodo tra il 1° gennaio 2023 e il 31 dicembre 2023 la presente comunicazione non si applica agli accordi in materia di concorrenza entrati in vigore prima del 1° gennaio 2023 che adempiono i criteri della comunicazione abrogata ma non quelli della presente comunicazione.

**Articolo 22** Entrata in vigore

La presente comunicazione entra in vigore il 1° gennaio 2023.

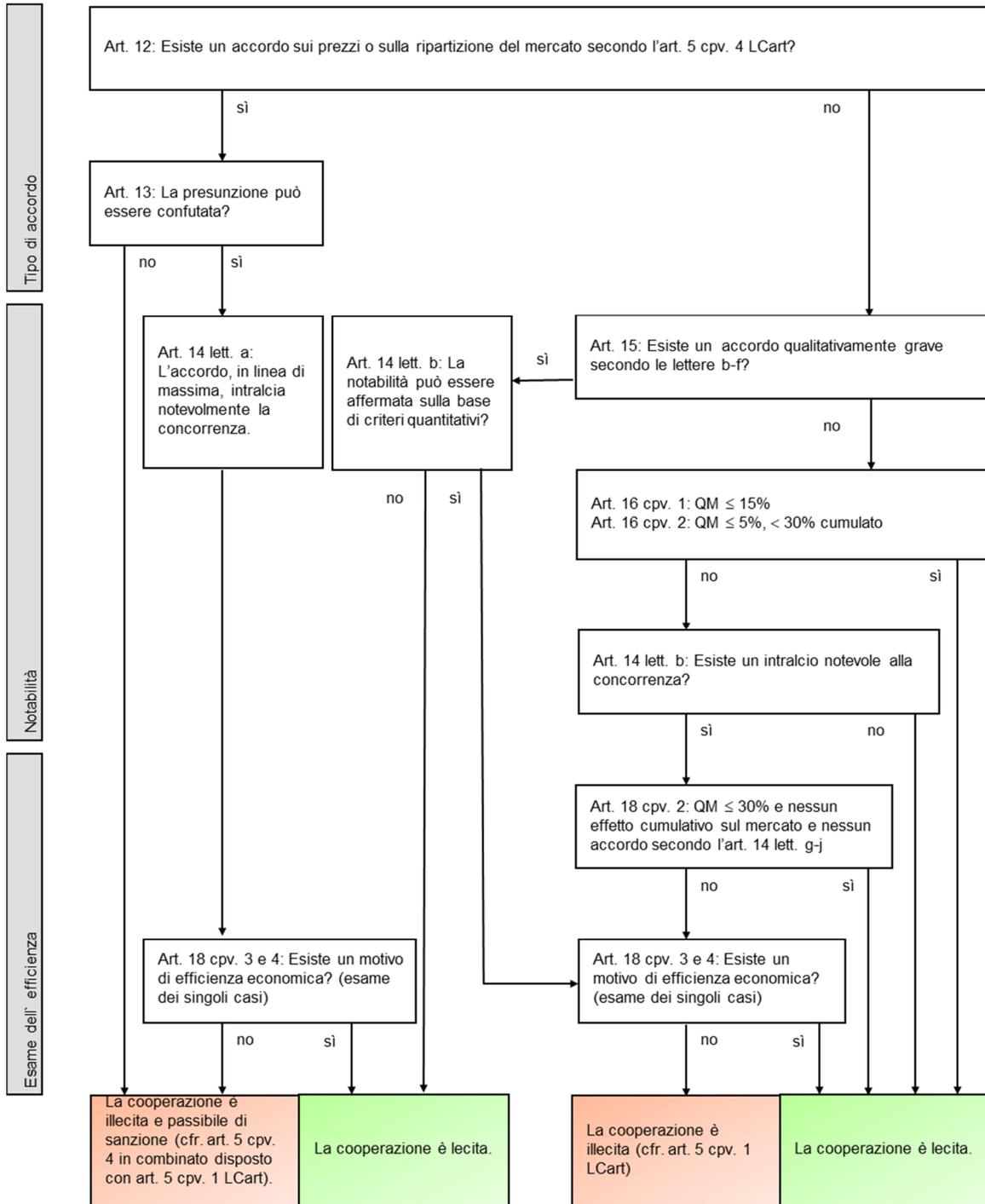
12 dicembre 2022

Commissione della concorrenza  
il Presidente: Andreas Heinemann

---

<sup>5</sup> Decisione della Commissione della concorrenza del 28.06.2010 (FF 2017 3885).

# Appendice 1: Schema per la valutazione degli accordi verticali



QM: Quota di mercato