

Provvedimento n. 7571 (I165) **ACCORDI PER LA FORNITURA DI
CARBURANTI**

L'AUTORITA' GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 7 ottobre 1999;

SENTITO il Relatore Professor Michele Grillo;

VISTA la legge 10 ottobre 1990, n. 287;

VISTA l'*Indagine conoscitiva sui prezzi dei carburanti per autotrazione*, conclusa dall'Autorità con provvedimento n. 4374bis/IC18, del 24 ottobre 1996;

VISTE le segnalazioni pervenute in data 16 agosto 1995, 23 marzo e 24 luglio 1998, 9 e 26 luglio 1999;

VISTE le informazioni trasmesse all'Autorità in data 31 ottobre 1995 e 16 dicembre 1998 dalla società Agip Petroli Spa; in data 31 ottobre 1995 da Unione Petrolifera; in data 3 e 7 novembre 1995 dalla società Fina Italiana Spa; in data 6 novembre 1995 dalla società Esso Italiana Spa; in data 10 novembre 1995 dalla società Anonima Petroli Italiana Spa; in data 10 novembre e 18 dicembre 1995 dalla società Shell Italia Spa; in data 14 novembre 1995 dalla società Erg Petroli Spa; in data 20 novembre 1995 dalla società Italiana Petroli Spa; in data 22 dicembre 1995 dalla società Tamoil Petroli Spa; in data 7 novembre 1995 dalla società Kuwait Petroleum Italia Spa;

VISTA la documentazione in possesso dell'Autorità;

CONSIDERATI i seguenti elementi;

A. IL FATTO

I. Le parti

1. AGIP PETROLI Spa (di seguito AGIP PETROLI) è una società che opera nel *downstream* petrolifero in Italia e all'estero, con una forte integrazione tra il sistema d'approvvigionamento greggi, la struttura di raffinazione e le attività di commercializzazione dei prodotti. AGIP PETROLI è una società controllata al 100% dall'ENI Spa. ENI è una *holding*, attualmente controllata dal Ministero del Tesoro italiano.

2. ITALIANA PETROLI Spa (di seguito IP), è una società del Gruppo ENI che svolge attività di produzione e commercializzazione di prodotti petroliferi. A seguito della fusione per incorporazione di Agip Spa in ENI Spa, il capitale sociale di IP è detenuto da ENI Spa e da AgipPetroli Spa.

3. ANONIMA PETROLI ITALIANA Spa (di seguito API) opera nel settore della raffinazione del petrolio grezzo e nella commercializzazione e distribuzione all'ingrosso e al consumo di prodotti petroliferi raffinati, anche mediante una rete di impianti per la distribuzione di carburanti per autotrazione. Il capitale sociale di API è detenuto per il 51,2% dalla società Api Holding Spa.

4. ERG PETROLI Spa (di seguito ERG) è una società attiva nel settore della raffinazione, commercializzazione e distribuzione di prodotti petroliferi. ERG risulta controllata da Erg Spa e da persone fisiche.

5. ESSO ITALIANA Spa (di seguito ESSO) svolge attività di raffinazione di petrolio greggio e di commercializzazione di prodotti petroliferi. Il capitale sociale di ESSO è detenuto per il 90% dalla Exxon Corporation e per il 10% dalla Exxon Overseas Corporation.

6. FINA ITALIANA Spa (di seguito FINA) è una società interamente controllata da Fina Europe Sa, che opera nell'ambito dell'industria del commercio degli olii minerali e prodotti petroliferi e nell'ambito delle attività industriali, commerciali, accessorie, ausiliarie e strumentali alla distribuzione di carburanti, compresa la gestione diretta o indiretta di pubblici servizi.

7. Kuwait Petroleum Italia Spa (di seguito KUWAIT) svolge attività di raffinazione e commercializzazione in rete ed extra-rete di prodotti petroliferi. Il capitale sociale di KUWAIT è detenuto al 99,91% dalla Kuwait Petroleum Europe Bv, facente capo alla holding Kuwait Petroleum Corporation, compagnia di stato del Kuwait.

8. SHELL ITALIA Spa (di seguito SHELL) è una società che svolge attività di produzione e commercializzazione di prodotti petroliferi. SHELL è controllata da Shell Petroleum Company Ltd e da Bv Nederlandse Internationale Industrie En.

9. TAMOIL PETROLI Spa (di seguito TAMOIL) è una società che opera nel mercato della raffinazione e della commercializzazione di prodotti petroliferi. TAMOIL PETROLI è controllata dalla società Tamoil Italia Spa, che a sua volta fa capo alla società Oilinvest Netherlands Bv.

10. Unione petrolifera è una associazione che raggruppa le principali aziende petrolifere operanti in Italia nel settore della distribuzione e raffinazione del petrolio. Tale associazione, che aderisce a CONFINDUSTRIA, è stata costituita nel 1948 allo scopo di tutelare gli interessi economici, tecnici e sindacali comuni al settore, assumendone la rappresentanza nei rapporti con le competenti Autorità, Enti e Associazioni e promuovendo e coordinando le opportune iniziative.

11. ASSOPETROLI-Federazione Nazionale Commercio Petroli, è la federazione nazionale dei grossisti rivenditori di carburanti in rete (le aziende aderenti sono oltre 600). ASSOPETROLI aderisce a Confcommercio (Confederazione Generale Italiana del Commercio).

12. Consorzio Grandi Reti è una società consortile a responsabilità limitata a cui aderiscono circa 30 società, che operano nel settore della distribuzione di carburanti, tramite punti vendita stradali, di prodotti petroliferi e che sono concessionarie di oltre 5 impianti (c.d. "retisti"). La grande maggioranza degli impianti delle società consorziate è convenzionata con le società petrolifere attraverso contratti di fornitura di carburanti in esclusiva, di durata determinata e con l'impegno di contraddistinguere l'impianto con colori della società petrolifera (contratti di convenzionamento).

13. FEDERPETROLI è una federazione rappresentativa di diverse aziende distributrici prodotti petroliferi liquidi in Italia.

14. FAIB-Confesercenti è la Federazione Italiana Benzinai, costituita nel 1963 dalle associazioni di gestori emiliani e toscani. Nel 1970 FAIB ha costituito, insieme con altre associazioni, la Confesercenti (Federazione italiana esercenti attività commerciali, turistiche e dei servizi).

15. FEGICA-Cisl è la Federazione gestori impianti di carburanti e affini aderente a Cisl.

16. FIGISC-Confcommercio è la Federazione Italiana Gestori Impianti Stradali Carburanti aderente a Confcommercio.

17. Il CODACONS è un'associazione di consumatori di livello nazionale.

18. Il CODACONS LOMBARDIA è anch'essa un'associazione di consumatori di livello regionale.

19. L'UTI è l'Unione dei Trasportatori Italiani.

II. Le segnalazioni ricevute

20. La FIGISC-Confindustria (in data 16 agosto 1995, 23 marzo 1998 e, successivamente, 28 agosto 1998); l'associazione di consumatori CODACONS (in data 24 luglio 1998); l'UNIONE TRASPORTATORI ITALIANI e CODACONS LOMBARDIA (in data 9 e 26 luglio 1999) hanno segnalato: (i) presunte restrizioni della concorrenza nel settore della distribuzione di carburante per autotrazione riferibili agli accordi tra le associazioni delle società petrolifere e le associazioni di categoria dei gestori degli impianti di distribuzione, aventi per oggetto le modalità di vendita del carburante dalle società petrolifere al gestore; (ii) l'andamento parallelo e crescente, nell'entità e nei tempi, dei prezzi di vendita dei carburanti per autotrazione.

III. Il mercato rilevante

21. Il mercato rilevante ai fini del procedimento in oggetto è quello della distribuzione sulla rete, stradale e autostradale, dei carburanti per autotrazione (benzina super, benzina senza piombo, gasolio) a livello nazionale, per le conseguenze sia della normativa di settore sia della contrattazione tra società petrolifere e associazioni dei gestori.

22. I fatti oggetto del presente provvedimento si riferiscono, in particolare, a comportamenti posti in essere dagli operatori presenti in tutte le fasi della distribuzione di carburante: le società petrolifere, che forniscono di carburante gli impianti di distribuzione sulla rete stradale e autostradale e le associazioni dei gestori degli impianti, che provvedono alla vendita al consumatore finale.

23. Il mercato della distribuzione di carburanti è un oligopolio caratterizzato da un elevato grado di concentrazione. La quota di mercato delle prime due imprese è pari al 60,3% nel caso delle benzine e al 61,7% in quello del gasolio. La quota di mercato delle prime quattro imprese eguaglia, rispettivamente, il 77,8% e il 79%. L'arena competitiva è composta da imprese integrate verticalmente in tutte le fasi a monte (raffinazione, logistica).

24. Le quote di mercato delle imprese petrolifere risultano sostanzialmente invariate nel corso del tempo o solo marginalmente modificate, a seguito di operazioni di concentrazione o permuta di impianti che hanno portato, soprattutto nel periodo 1996-98, a incrementi nel numero di impianti di distribuzione di alcune società petrolifere.

25. I "prezzi consigliati" delle nove società petrolifere, nel periodo gennaio 1991-primo trimestre 1996, hanno manifestato una convergenza particolarmente elevata, che è confermata anche nel periodo più recente¹.

26. Al 1° gennaio 1998, la rete italiana stradale e autostradale, di distribuzione di carburanti per autotrazione risultava composta da circa 27.100 impianti, di cui almeno 25.900 delle società petrolifere, di loro diretta proprietà (oltre i due terzi del totale) o loro legati da contratti di esclusiva di marchio. I restanti punti vendita sono invece impianti che non recano i colori delle società petrolifere².

IV. La normativa vigente relativa ai prezzi

27. La disciplina nazionale dei prezzi dei carburanti per autotrazione è mutata a partire dal 1991, anno in cui si è passati da un regime di "prezzi amministrati" a un regime di "sorveglianza", in base al quale le società petrolifere hanno comunicato al CIP il prezzo franco partenza, il prezzo franco punto vendita e il prezzo massimo da praticare al consumo finale.

28. La delibera CIPE del 13 aprile 1994³ e il Decreto del Ministro dell'Industria del 7 maggio 1994⁴ hanno previsto che le società petrolifere indichino ai propri gestori e al Ministero dell'Industria i "prezzi consigliati" per la vendita al pubblico dei carburanti.

¹ Cfr. Autorità garante della concorrenza e del mercato, *Indagine conoscitiva sui prezzi dei carburanti per autotrazione, supplemento "Bollettino"*, n. 44, 1996.

² Cfr. Unione Petrolifera, *Relazione annuale 1999*, p. 37.

³ "Gazzetta Ufficiale", 22 aprile 1994, n. 93.

29. La delibera CIPE dell'aprile 1994, al contempo, riconosce "la libertà di determinazione dei prezzi dei prodotti petroliferi da parte dei soggetti interessati al ciclo produttivo e distributivo", quindi anche da parte dei gestori degli impianti di distribuzione.

30. Secondo la normativa vigente, quindi, il gestore degli impianti di distribuzione di carburanti è un rivenditore di prodotti petroliferi, cui è riconosciuto il diritto di partecipare al processo di formazione del prezzo finale. Tale facoltà viene ribadita anche nei contratti stipulati fra le parti nel 1994 e nel 1997 (cfr., *infra*, ¶ 31 e sg.).

31. L'attività di gestione degli impianti di distribuzione dei carburanti è svolta dai gestori cui le società petrolifere cedono, con contratto di comodato gratuito (con durata minima di sei anni, a seguito del Decreto Legislativo n. 32/98), l'uso degli impianti di distribuzione e delle attrezzature. I gestori stipulano con le società petrolifere un contratto di fornitura di carburanti, con il vincolo di acquisto esclusivo. Per quanto concerne la vendita di prodotti *non-oil*, invece, il rapporto contrattuale fra società petrolifera e gestore può essere di affitto di azienda o di locazione locali e delle aree adibite a tali attività.

V. I meccanismi di negoziazione tra le società petrolifere e i gestori degli impianti di distribuzione

32. Le modalità di fissazione del prezzo di vendita del carburante dalle società petrolifere ai gestori di impianti di distribuzione sono definite, secondo quanto previsto da un "verbale di intesa" del 29 aprile 1994 e dai successivi accordi del 29 luglio 1997 e del 23 luglio 1998 (di seguito "gli accordi") tra le società petrolifere e i grossisti (rappresentate da Unione Petrolifera, Assopetroli, Federpetroli e Consorzio Grandi Reti) e le associazioni dei gestori (FAIB-Confesercenti, FEGICA-Cisl, FIGISC-Confcommercio), in base a due diverse metodologie di negoziazione: la c.d. "negoziiazione diretta" e la "negoziiazione articolata".

33. La metodologia della negoziazione diretta si riferisce ai rapporti con i gestori di grande dimensione⁵, mentre la negoziazione articolata si riferisce a tutti gli altri distributori con dimensione medio-piccola. Le due tipologie contrattuali si differenziano, inoltre, per il fatto che la negoziazione diretta prevede due diverse fasi di trattative, una prima fra società petrolifera e associazioni dei gestori e una seconda direttamente con il singolo gestore. La negoziazione articolata, invece, viene svolta fra la singola società petrolifera e le associazioni dei gestori degli impianti di distribuzione che ne portano il marchio.

34. I rapporti contrattuali tra imprese petrolifere e gestori si articolano quindi nelle seguenti fasi:
stipulazione di accordi generali tra associazioni delle società petrolifere e associazioni dei gestori degli impianti di distribuzione, aventi per oggetto la definizione delle modalità di negoziazione tra le singole imprese e i gestori;

contrattazione tra la singola società petrolifera e le associazioni sindacali cui aderisce la propria rete distributiva, volta alla fissazione dei parametri oggetto di negoziazione;

nel caso di negoziazione diretta, contrattazione tra la singola impresa petrolifera e il singolo gestore, per ridefinire i parametri fissati al punto 2 alla luce delle specifiche caratteristiche del distributore.

a) La negoziazione diretta

35. Relativamente alla negoziazione diretta, gli "accordi" quadro stipulati tra le associazioni delle società petrolifere e dei gestori (fase 1 della trattativa) definiscono il contenuto di un "conto economico standard" relativo a un "gestore rappresentativo" utilizzato come schema comune di contrattazione nelle successive fasi. Scopo di tale conto economico, una volta che la singola società petrolifera ha definito con le associazioni dei gestori (fase 2) e con il singolo distributore (fase 3) l'ammontare delle voci che lo compongono, è anche quello di fissare il prezzo al quale le società petrolifere vendono i carburanti ai gestori degli impianti di distribuzione.

36. Gli accordi generali (fase 1), stipulati a partire dal 1994, individuano una serie di *parametri comuni* a tutte le società petrolifere, riferiti ai costi e ai ricavi complessivi di ciascun impianto di

⁴ "Gazzetta Ufficiale", 16 maggio 1994, n. 112.

⁵ Si tratta degli impianti di distribuzione che hanno erogato volumi di carburanti superiori a 2800 kl annui o a 2000 kl con almeno 2 attività collaterali o che hanno impianti self-service post pagamento.

distribuzione. Le voci di costo da inserire nello schema di "conto economico standard" sono: il "costo del lavoro; [gli] oneri finanziari; [gli] oneri derivanti dalla gestione di iniziative promozionali connesse al sistema di vendita post pay (preventivamente concordate dall'Azienda con il gestore); [le] spese generali; [l'] apprezzamento economico dell'attività prestata dal gestore (indipendente dall'utile di impresa che l'imprenditore deve perseguire)"⁶.

37. Le voci di costo del "conto economico standard", compreso l'"apprezzamento economico dell'attività prestata dal gestore", sono definite dal meccanismo della negoziazione diretta come "parametri di riferimento" esogeni, senza alcuna relazione con le quantità di carburante erogato o erogabile dal gestore, in base alle proprie potenzialità.

38. I ricavi sono rappresentati dallo "sconto fra prezzo di acquisto e prezzo di cessione al pubblico dei carburanti" [cd "ricavi oil"] e dai "proventi derivanti dalla cessione al pubblico di lubrificanti e merci diverse [cd ricavi non oil] (per le quali si terrà conto della serie storica delle loro vendite e della potenzialità effettiva dell'impianto concordata, su dati obiettivi, con il gestore). L'eventuale quantificazione dei ricavi aggiuntivi dovrà tenere conto di tutte le voci di costo connesse"⁷.

39. In base alle informazioni fornite dalle società petrolifere all'Autorità, relative al 1995, l'uniformità dello schema di negoziazione diretta tra le società petrolifere e i gestori non si è limitata soltanto alla definizione di questi *parametri comuni* (voci di ricavi e costi), ma si è estesa anche all'*entità* (livello) delle varie voci di costo e di ricavo, in cui si articolano i parametri previsti dall'accordo del 1994.

40. Sulla base del "conto economico standard" definito dagli accordi, l'ammontare di ricavi *oil* spettanti al gestore per la vendita dei carburanti si ricava come differenza tra tutte le voci di costo (sopra specificate) e i ricavi *non-oil*.

41. Il volume di carburante erogato dal singolo punto vendita è determinato contrattualmente sulla base del consuntivo dell'anno precedente corretto dei fattori positivi e negativi noti o prevedibili al momento della negoziazione.

42. Dividendo i ricavi *oil* per il volume di carburanti erogato dal singolo gestore definito contrattualmente, viene determinato lo "sconto" per unità di carburante acquistato, cioè il margine di lire al litro che l'impresa petrolifera garantisce a tale gestore sul "prezzo consigliato" per la vendita finale.

43. Il prezzo di acquisto del carburante che il gestore riconosce alla società petrolifera si ricava, residualmente, dalla differenza tra il "prezzo consigliato" al pubblico dall'impresa petrolifera e lo "sconto" che essa riconosce al singolo gestore.

44. In estrema sintesi, il meccanismo della negoziazione diretta consente di determinare contrattualmente l'ammontare dei ricavi *oil*, lo "sconto" al gestore sul prezzo di acquisto di carburanti dalla società petrolifera, che viene applicato sul "prezzo consigliato" alla vendita finale e, infine, il prezzo di acquisto del carburante, che viene fornito in esclusiva al gestore dalla società petrolifera.

b) La negoziazione articolata

45. La "negoziatura articolata", adottata per impianti di distribuzione di media e piccola dimensione, prevede due distinte fasi: la prima, tra associazione dei gestori e associazioni delle società petrolifere, con cui viene fissata la modalità di contrattazione, ovvero l'esistenza di più fasce di sconto a favore del gestore in funzione del suo erogato storico (fase 1); la seconda fase, tra singola società petrolifera e associazioni dei gestori, che fissa il numero di fasce e l'esatta percentuale di sconto per ognuna di tali fasce (fase 2).

46. Determinato lo schema di negoziazione tra associazioni delle imprese petrolifere e associazioni dei gestori e fissate le fasce di sconto, nonché l'ammontare, nel corso della trattativa fra la singola società petrolifera e le associazioni dei gestori, il meccanismo viene poi applicato in modo automatico ai singoli gestori. Nell'accordo del 1994 è stabilito che l'adeguamento annuale degli sconti sarà effettuato secondo una

⁶ Verbale di intesa, Roma, 29 aprile 1994, p. 2.

⁷ Verbale di intesa, Roma, 29 aprile 1994, p. 2.

logica di "price cap" ovvero in correlazione al tasso di inflazione e all'andamento della produttività aziendale, a livello nazionale su rete ordinaria.

B. IL DIRITTO

47. "Gli accordi" descritti appaiono aver prodotto molteplici conseguenze, di tipo orizzontale e verticale, sul gioco della concorrenza nel mercato nazionale della distribuzione sulla rete stradale e autostradale dei carburanti per autotrazione.

I. Gli effetti verticali degli "accordi"

48. I meccanismi contrattuali previsti dagli "accordi", nel caso della negoziazione sia diretta sia articolata, sono in grado di riflettersi sul prezzo al quale i gestori acquistano i carburanti dalle società petrolifere.

49. La negoziazione diretta consente alle società petrolifere di disincentivare i gestori da fissare prezzi finali diversi dal "prezzo consigliato" e dal praticare, quindi, un'effettiva concorrenza di prezzo all'interno di ogni singola rete distributiva.

50. Lo "sconto" sul prezzo di acquisto dai carburanti riconosciuto al singolo gestore, come si è visto, si ottiene dividendo i cosiddetti ricavi *oil* per i volumi di carburanti erogati definiti contrattualmente. Il gestore che volesse fissare un prezzo diverso (ad es. inferiore) da quello "consigliato" e che, come risultato, aumentasse il volume dei carburanti erogati, subirebbe, pertanto, una contrazione nell'ammontare dello "sconto" a lui applicato sul prezzo di acquisto dei carburanti nella successiva fase negoziale.

51. Infatti, le voci di costo previste dallo schema di "conto economico standard", in particolare il cosiddetto "apprezzamento economico dell'attività prestata dal gestore", sono definite a prescindere dai volumi di carburanti erogati. Un loro aumento, realizzato grazie a una concorrenza di prezzo, comporterebbe, pertanto, per il gestore un maggiore prezzo di acquisto dei carburanti fornitigli dalla società petrolifera.

52. Il disincentivo a fissare prezzi di vendita diversi rispetto a quello consigliato emerge come risultato anche del meccanismo previsto per la negoziazione articolata. In questo caso, gli "sconti" a favore dei gestori sono organizzati in "fasce" decrescenti, a seconda del volume di carburante venduto nel periodo precedente. Qualora il gestore volesse aumentare il proprio reddito dalle attività *oil*, incrementando i volumi erogati e riducendo il prezzo di vendita alla pompa al di sotto del livello "consigliato" dalle società petrolifere, gli verrebbe riconosciuto dalla società petrolifera uno "sconto" inferiore - ovvero un maggiore prezzo di acquisto dei carburanti fornitigli dalla società petrolifera.

53. I meccanismi negoziali previsti dagli "accordi", dunque, sembrano strutturati in modo tale che il "prezzo consigliato" da ciascuna società petrolifera equivalga, di fatto, a un "prezzo imposto". In tal modo sembrano crearsi restrizioni alla concorrenza di prezzo all'interno di ogni singola rete distributiva.

54. Gli "accordi" in questione configurerebbero, pertanto, una violazione delle regole della concorrenza *sotto il profilo verticale*, nei rapporti fra la singola società petrolifera e i gestori degli impianti della rete distributiva che reca il suo marchio, con effetti restrittivi sul livello del prezzo finale dei carburanti, a svantaggio dei consumatori e, quindi, una violazione dell'articolo 2, della legge n. 287/90.

II. Gli effetti orizzontali degli "accordi"

55. Il meccanismo contrattuale utilizzato nella negoziazione diretta e articolata, adottato da ciascuna società petrolifera nei rapporti con i propri gestori, non deriva, in base a quanto si è detto, da un'*autonoma scelta imprenditoriale* ma è il risultato degli "accordi" stipulati tra le associazioni delle società petrolifere e le associazioni dei gestori (fase 1 delle trattative per la negoziazione diretta e articolata). Risulta, inoltre, che le società petrolifere hanno definito in misura largamente convergente anche l'*entità* economica dei parametri oggettivi utilizzati nel "conto economico standard" previsto dagli "accordi".

56. Questi due aspetti inducono a ritenere l'esistenza di un'intesa *orizzontale*, volta a eliminare ogni apprezzabile differenziazione tra le società petrolifere in un ambito - la contrattazione con i propri gestori - che dovrebbe, per definizione, riflettere specifiche e differenti dinamiche aziendali, frutto del diverso grado di efficienza delle varie società petrolifere.

57. In un mercato a struttura oligopolistica, come quello della distribuzione di carburanti, tale intesa appare idonea ad aumentare artificialmente la trasparenza sulle condotte delle imprese ed eliminare l'incertezza sulle rispettive strategie di prezzo.

58. Per questi motivi, l'adozione di identici meccanismi contrattuali, che disincentivano fra l'altro i gestori a deviare dal "prezzo consigliato" dalle società petrolifere, per la vendita finale dei carburanti sulla rete di distribuzione stradale e autostradale, appare in contrasto con il divieto posto dall'articolo 2, della legge n. 287/90.

59. L'adozione di identici meccanismi contrattuali, che facilita comportamenti coordinati fra imprese rivali, potrebbe indurre a ritenere che l'elevata convergenza nei livelli dei "prezzi consigliati" delle società petrolifere, riscontrata già nell'*Indagine conoscitiva sui prezzi dei carburanti per autotrazione* condotta dall'Autorità nel 1996, non sia spontanea ma risulti anch'essa frutto di un'intesa restrittiva della concorrenza, in violazione dell'articolo 2, della legge n. 287/90.

Tutto ciò premesso e considerato,

RITENUTO che, alla luce delle precedenti considerazioni, le società AGIP PETROLI Spa, ITALIANA PETROLI Spa, ANONIMA PETROLI ITALIANA Spa, ERG PETROLI Spa, ESSO ITALIANA Spa, FINA ITALIANA Spa, KUWAIT PETROLEUM ITALIA Spa, SHELL ITALIA Spa, TAMOIL PETROLI Spa, le associazioni UNIONE PETROLIFERA e ASSOPETROLI, il CONSORZIO GRANDI RETI, le associazioni dei grossisti e dei gestori degli impianti di distribuzione dei carburanti sulla rete stradale e autostradale FEDERPETROLI, FAIB-Confesercenti, FEGICA-Cisl e FIGISC-Confcommercio sembrano aver posto in essere una serie di intese verticali finalizzate alla fissazione del prezzo di vendita finale dei carburanti, in violazione dell'articolo 2 della legge n. 287/90;

RITENUTO che l'adozione, da parte delle società AGIP PETROLI Spa, ITALIANA PETROLI Spa, ANONIMA PETROLI ITALIANA Spa, ERG PETROLI Spa, ESSO ITALIANA Spa, FINA ITALIANA Spa, KUWAIT PETROLEUM ITALIA Spa, SHELL ITALIA Spa e TAMOIL PETROLI Spa, di un identico meccanismo contrattuale che determina, fra l'altro, l'entità degli "sconti" a favore dei gestori delle rispettive reti di distribuzione e che disincentiva qualsiasi scostamento rispetto al "prezzo consigliato" alla vendita finale dalla società petrolifere, sembra derivare da un'intesa orizzontale tra imprese concorrenti, finalizzata a eliminare l'incertezza sul rispetto dei livelli di "prezzo consigliato" da parte di tutte le società petrolifere, in violazione dell'articolo 2 della legge n. 287/90;

RITENUTO, inoltre, che tali condotte delle società AGIP PETROLI Spa, ITALIANA PETROLI Spa, ANONIMA PETROLI ITALIANA Spa, ERG PETROLI Spa, ESSO ITALIANA Spa, FINA ITALIANA Spa, KUWAIT PETROLEUM ITALIA Spa, SHELL ITALIA Spa e TAMOIL PETROLI Spa potrebbero, altresì, configurare un'intesa orizzontale, finalizzata al coordinamento delle rispettive politiche di prezzo, in violazione dell'articolo 2 della legge n. 287/90;

DELIBERA

a) di avviare un'istruttoria ai sensi dell'articolo 14 della legge n. 287/90, nei confronti di AGIP PETROLI Spa, ITALIANA PETROLI Spa, ANONIMA PETROLI ITALIANA Spa, ERG PETROLI Spa, ESSO ITALIANA Spa, FINA ITALIANA Spa, KUWAIT PETROLEUM ITALIA Spa, SHELL ITALIA Spa, TAMOIL PETROLI Spa, UNIONE PETROLIFERA, ASSOPETROLI, CONSORZIO GRANDI RETI, FEDERPETROLI, FAIB-Confesercenti, FEGICA-Cisl e FIGISC-Confcommercio;

b) che il termine di conclusione del procedimento è fissato all'11 maggio 2000;

c) la fissazione del termine di quindici giorni, decorrente dalla data di notificazione del presente provvedimento, entro il quale le parti del presente procedimento possono chiedere di esercitare il diritto di essere sentiti, personalmente o a mezzo di procuratore speciale, nonché del termine di giorni trenta per l'esercizio del diritto stesso;

d) che il responsabile del procedimento è il dott. Alessandro Noce;

e) che gli atti del procedimento possono essere presi in visione presso la Direzione Attività Istruttoria B di questa Autorità dai legali rappresentanti delle parti o da persona da essi delegata.

Il presente provvedimento verrà notificato ai soggetti interessati e pubblicato ai sensi di legge.

IL SEGRETARIO GENERALE
Alberto Pera

IL PRESIDENTE
Giuseppe Tesauro

* * *