

## COMUNICATO STAMPA

### **PASTA: ANTITRUST SANZIONA AZIENDE PRODUTTRICI E ASSOCIAZIONI DI CATEGORIA PER INTESE RESTRITTIVE DELLA CONCORRENZA**

**Le multe, pari complessivamente a 12.496.333 euro, sono state determinate tenendo conto dell'eccezionale incremento del costo della materia prima e della situazione di difficoltà del settore. Valutati, caso per caso, il ruolo specifico svolto dalle aziende nella realizzazione degli accordi, le iniziative tese a contenere gli aumenti, le perdite di bilancio registrate nell'ultimo triennio.**

L'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato, nella riunione del 25 febbraio 2009, ha deliberato che le società Amato, Barilla, Colussi, De Cecco, Divella, Garofalo, Nestlé, Rummo, Zara, Berruto, Delverde, Granoro, Riscossa, Tandoi, Cellino, Chirico, De Matteis, Di Martino, Fabianelli, Ferrara, Liguori, Mennucci, Russo, La Molisana, Tamma, Valdigrano, insieme all'Unipi, Unione Industriali Pastai Italiani, hanno posto in essere un'intesa restrittiva della concorrenza finalizzata a concertare gli aumenti del prezzo di vendita della pasta secca di semola da praticare al settore distributivo, sanzionata con multe per complessivi 12.495.333 euro. Sono invece risultate estranee all'intesa, a diverso titolo, le società Gazzola, Mantovanelle e Felicetti, nei confronti delle quali era stata ugualmente avviata l'istruttoria.

I produttori sanzionati sono rappresentativi della stragrande maggioranza del mercato nazionale della pasta (circa il 90%) e Unipi è l'associazione di categoria più rappresentativa del settore.

L'Autorità ha sanzionato, con 1000 euro, anche l'intesa realizzata da Unionalimentari, Unione Nazionale della Piccola e Media Industria Alimentare che, in quanto associazione d'impresa, ha divulgato una propria determinazione per indirizzare gli associati verso un aumento uniforme di prezzo.

Nella determinazione dell'importo base delle sanzioni l'Autorità ha ampiamente tenuto conto della situazione economica del settore della pasta, in considerazione dell'eccezionale incremento subito dal costo della materia prima nonché della complessiva situazione di progressivo peggioramento delle *performance* economiche delle imprese del settore.

Le due intese hanno di fatto interessato l'intero mercato della produzione della pasta ed hanno avuto effetti evidenti sul mercato in termini di aumento medio dei prezzi di cessione alla grande distribuzione organizzata e, conseguentemente, del prezzo finale praticato dai distributori ai consumatori.

In particolare l'intesa realizzata da Unipi e dai 26 produttori è durata dall'ottobre 2006 almeno fino al primo marzo 2008. Dal maggio 2006 al maggio 2008 il prezzo di vendita della pasta al canale distributivo ha registrato un incremento medio pari al 51,8%, in buona parte trasferito al consumatore, visto che il prezzo finale è cresciuto nello stesso periodo del 36 per cento.

### **L'INTESA TRA 26 AZIENDE PRODUTTRICI E L'UNIPI**

L'intesa è stata realizzata dall'ottobre 2006 fino almeno al primo marzo 2008, attraverso diverse condotte, tra le quali la partecipazione alle riunioni presso l'Unipi, la quale ha concorso alla realizzazione dell'accordo anti-concorrenziale comunicando al settore pastaio, ai clienti e alla pubblica opinione gli aumenti prestabiliti, facilitandone la realizzazione. Una volta raggiunta l'intesa sull'aumento da praticare al settore distributivo, ciascuna impresa, tenendo conto dei valori di riferimento concordati, ha deciso la propria politica di prezzo, secondo le proprie caratteristiche di posizionamento sul mercato e di struttura dei costi. Nell'istruttoria l'Antitrust non ha dunque contestato la necessità delle singole aziende di procedere ad autonomi aumenti di prezzo, a fronte di un incremento del costo della materia prima, ma la

decisione congiunta e le modalità anticoncorrenziali con le quali si è arrivati agli aumenti stessi.

Secondo l'Antitrust i copiosi documenti rinvenuti nel corso dell'istruttoria dimostrano inequivocabilmente che le imprese hanno concertato una comune strategia di aumenti dei prezzi. Questo ha permesso alle aziende di piccole dimensioni, caratterizzate da costi produttivi più elevati (dovuti a una minore efficienza produttiva) di aumentare i prezzi: le catene distributive, in presenza di incrementi generalizzati, sono state infatti costrette ad accettare i nuovi listini. Da parte loro le imprese maggiori, che non volevano essere le sole ad aumentare i prezzi, hanno azzerato il rischio di perdere significative quote di mercato.

L'istruttoria ha dimostrato che alcune società (Amato, Barilla, Divella, Garofalo, Rummo e Zara) hanno inoltre svolto un particolare ruolo di coordinamento dell'organizzazione dell'intesa, operando anche in stretta connessione con Unipi, con riunioni ristrette finalizzate a monitorare l'andamento dei listini e la 'tenuta' dell'intesa.

### **L'INTESA REALIZZATA DA UNIONALIMENTARI**

Unionalimentari ha divulgato, il 31 agosto 2007, una propria determinazione volta ad indirizzare gli associati verso un aumento uniforme di prezzo, fornendo loro, in un settore in cui l'offerta è frazionata in oltre un centinaio di imprese, un evidente punto di riferimento per l'aumento del prezzo del prodotto finito.

### **AGGRAVANTI E ATTENUANTI NEL CALCOLO DELLE SANZIONI**

L'Autorità, nel calcolare le multe relative all'intesa tra le 26 aziende e l'Unipi, ha considerato la durata della partecipazione delle singole imprese all'intesa. In particolare, hanno preso parte all'intesa fin dal 5 ottobre 2006: Unipi, Amato, Barilla, Berruto, Colussi, De Cecco, Divella, Garofalo, Granoro, Nestlé, Riscossa, Rummo e Zara. Delverde e Tandoi hanno preso parte all'intesa dal 28 novembre 2006. Dal 18 luglio 2007 hanno partecipato all'intesa: Chirico, De Matteis, Di Martino, Fabianelli, Ferrara, La Molisana, Liguori, Mennucci, Russo, Tamma e Valdigrano. Cellino, infine, ha preso parte all'intesa dal 26 settembre 2007.

Inoltre, alcune delle parti (Amato, Barilla, Divella, Garofalo, Rummo e Zara) hanno svolto un particolare ruolo di coordinamento nella realizzazione dell'intesa medesima, considerato un aggravante in sede di determinazione della sanzione.

L'Antitrust ha invece applicato una riduzione dell'importo base per le società che hanno registrato perdite d'esercizio (Amato, Berruto, Cellino, Chirico, Di Martino, Fabianelli, Ferrara, Granoro, La Molisana, Liguori, Nestlé, Riscossa, Rummo, Russo, Tamma e Valdigrano). Le iniziative assunte da alcune delle parti, segnatamente le società Barilla, De Cecco, Divella, Garofalo, Amato, Rummo, in corso di istruttoria, finalizzate a limitare l'incremento del prezzo di cessione della pasta, sono state invece valutate dall'Autorità come attenuanti.

L'Antitrust ha infine valutato, al fine di un'ulteriore riduzione della sanzione, il comportamento di Barilla che, in sede di audizione finale, ha dimostrato di voler attenuare le conseguenze dell'infrazione commessa, attraverso l'attuazione di nuove politiche commerciali.

Di seguito le sanzioni irrogate (in euro):

<b>Unipi</b>	<b>12.990</b>
<b>Unionalimentari</b>	<b>1.000</b>
<b>Amato</b>	<b>364.824</b>
<b>Barilla</b>	<b>5.729.630</b>
<b>Berruto</b>	<b>35.543</b>

<b>Cellino</b>	<b>34.482</b>
<b>Chirico</b>	<b>152.811</b>
<b>Colussi</b>	<b>748.002</b>
<b>De Cecco</b>	<b>1.398.804</b>
<b>De Matteis</b>	<b>143.360</b>
<b>Delverde</b>	<b>149.121</b>
<b>Di Martino</b>	<b>21.483</b>
<b>Divella</b>	<b>1.260.972</b>
<b>Fabianelli</b>	<b>26.208</b>
<b>Ferrara</b>	<b>166.978</b>
<b>Garofalo</b>	<b>474.401</b>
<b>Granoro</b>	<b>280.844</b>
<b>La Molisana</b>	<b>60.252</b>
<b>Liguori</b>	<b>96.166</b>
<b>Mennucci</b>	<b>60.540</b>
<b>Nestlé</b>	<b>73.619</b>
<b>Riscossa</b>	<b>72.324</b>
<b>Rummo</b>	<b>476.591</b>
<b>Russo</b>	<b>101.529</b>
<b>Tamma</b>	<b>20.401</b>
<b>Tandoi</b>	<b>359.159</b>
<b>Valdigrano</b>	<b>49.525</b>
<b>Zara</b>	<b>124.774</b>

Roma, 26 febbraio 2009