

**Luiss**

Libera Università  
Internazionale  
degli Studi Sociali

**Guido Carli**

**CERADI**

Centro di ricerca per il diritto d'impresa

# **L'Autorità Antitrust e le imprese dominanti sul mercato**

**Marcello Clarich**

**Novembre 2003**

© Luiss Guido Carli. La riproduzione è autorizzata con indicazione della fonte o come altrimenti specificato. Qualora sia richiesta un'autorizzazione preliminare per la riproduzione o l'impiego di informazioni testuali e multimediali, tale autorizzazione annulla e sostituisce quella generale di cui sopra, indicando esplicitamente ogni altra restrizione

(\*) Autorità Antitrust e imprese dominanti sul mercato, ovvero una convivenza difficile ma che può trovare un punto di equilibrio. Il provvedimento emanato ieri dall'Authority della concorrenza, che ha accertato un abuso di posizione dominante a carico di Autogrill, ma non ha irrogato alcuna sanzione è un esempio di come sia possibile "salvare capra e cavoli": ottenere cioè il rispetto delle regole della concorrenza e stigmatizzare comportamenti illeciti, senza infierire sulle imprese colte in fallo. Ma come si è arrivati a questo risultato e che morale trarne? Bisogna partire da un dato di fatto. Autogrill ha goduto per molti anni di una posizione di quasi monopolio nel mercato della ristorazione autostradale in Italia.

Il suo fatturato è infatti l'80% dell'intero mercato. Non solo. La dominanza sul mercato era resa stabile da una barriera di tipo regolamentare: la necessità di ottenere concessioni amministrative all'esercizio dell'attività rilasciate dalla società che gestisce l'autostrada o dalle società petrolifere. Per lungo tempo i concessionari della ristorazione sono stati scelti su base discrezionale e solo dal 2002 è stato previsto un meccanismo di gara competitiva. La società Autostrade ha in programma di assegnare in questo modo quasi un terzo delle aree di servizio sulla propria rete nazionale.

In questa situazione, la sola possibilità di ingresso sul mercato dei potenziali concorrenti, soprattutto stranieri, era l'acquisizione di qualche piccolo ristoratore autostradale, come, nel nostro caso, Ristop, con una quota di mercato di circa il 5%. Da qui il "peccato" imputato ad Autogrill di anticipare o contrastare le mosse dei possibili avversari con un politica di acquisizioni.

---

(\*) Articolo pubblicato sul Sole 24 Ore del 29 luglio 2003

Colta in fallo dall'Autorità Antitrust, anche in seguito a una denuncia da parte di uno dei giganti mondiali nel settore della ristorazione industriale qual è il gruppo Compass (17 miliardi di euro di fatturato), Autogrill ha reagito in modo collaborativo. Aperta nel settembre scorso l'istruttoria formale nei suoi confronti, Autogrill non solo si è difesa davanti all'Autorità Antitrust, ma ha anche deciso di abbandonare il proprio disegno strategico. Ha risolto pertanto i contratti stipulati con Ristop, lasciando nelle tasche di quest'ultima metà della caparra confirmatoria. Non è intervenuta più nelle successive trattative di Ristop che è stata poi acquistata da una società autostradale. La stessa Compass ha potuto entrare indisturbata nel mercato italiano con un'altra acquisizione.

Insomma, gli effetti escludenti nei confronti di potenziali concorrenti non si sono verificati. Di tutto questo ha tenuto conto l'Autorità Antitrust nel provvedimento di chiusura dell'istruttoria che non ha irrogato alcuna sanzione.

La legge antitrust infatti, in modo lungimirante, lascia aperte soluzioni quasi indolori. In caso di abuso di posizione dominante o di intesa restrittiva della concorrenza prevede infatti come primo rimedio la diffida a cessare dai comportamenti ritenuti illeciti. Nel caso Autogrill, la desistenza spontanea ha reso superflua anche questa misura minima. Solo se l'infrazione è giudicata grave, l'Autorità irroga anche una sanzione, a sua volta graduata in funzione della gravità e della durata dell'infrazione (art.15 della legge 287/90). Gli importi possono essere stratosferici, come ben sanno le imprese petrolifere e le assicurazioni incappate negli ultimi anni in multe salatissime.

Una storia edificante isolata? In realtà, anche altre imprese e altre Authorities stanno poco a poco scoprendo la via del dialogo e della collaborazione. Che ha anche un altro vantaggio: evita che tutte le decisioni

finiscano sotto la lente del giudice amministrativo, le cui sentenze hanno dato adito, a loro volta, in questi anni a discussioni e polemiche.

Come ben sapevano già gli illuministi scozzesi, il mercato è un aggeglio delicato che richiede interventi con mano ferma, ma leggera. Forse solo oggi si sta apprendendo questa lezione.