



Ns. Rif. 0118CU-2004

Vignola, 24 gennaio 2005

Raccomandata A/R

Spett.le Autorità Garante della  
Concorrenza e del Mercato  
Via G. Verdi n. 6/A  
00198 ROMA (RM)

Raccomandata A/R

Spett.le Autorità per le Garanzie  
Nelle Comunicazioni  
Centro Direzionale – Isola B5 (Torre Francesco)  
80143 NAPOLI (NA)

Oggetto: **esposto denuncia di creazione di posizione dominante e di azioni ed intese restrittive della concorrenza (legge 10 ottobre 1990 n. 287)**

I sottoscritti meglio generalizzati e qualificati in calce a lato della sottoscrizione della presente, operatori del settore ortofrutticolo e consumatori, espressamente domiciliati ai fini della presente presso la Associazione UNICO – Unione Nazionale Italiana Commercio Ortofrutticolo con sede in Vignola (MO) alla via Jacopo Barozzi, civico 10,

#### **RILEVATO CHE**

- si registra in contemporanea sia la diminuzione dei prezzi praticati all'origine sulle produzioni ortofrutticole e delle materie prime per i trasformati dai produttori agricoli italiani e sia l'aumento dei prezzi praticati al consumo nel mercato nazionale delle medesime derrate nonché del prodotto finito dei trasformati;
- nel corso degli ultimi anni sono stati rilevati prezzi al dettaglio dei prodotti ortofrutticoli praticati dalle strutture della grande distribuzione organizzata (G.D.O.) di gran lunga superiori rispetto ai prezzi praticati dal canale distributivo tradizionale (ambulante e negozianti) sino a verificare nel 2004 che i prezzi praticati dalla G.D.O. sono superiori del 25% su 33 settimane di rilevazione (Fonte ISMEA, [www.ismea.it/OsservatorioPressi/osservatorioprezzi.asp](http://www.ismea.it/OsservatorioPressi/osservatorioprezzi.asp));
- nel corso degli ultimi anni la quota nazionale di produzione di ortofrutticoli e trasformati venduta da parte della cooperazione e/o veicolata attraverso le organizzazioni dei produttori ed altri organismi collettivi è enormemente aumentata; si tenga conto che le sole OP veicolano circa il 32,5% della Produzione Lorda Venduta agricola nazionale (Fonte [www.unaproa.it](http://www.unaproa.it));
- nel corso degli ultimi anni la quota delle vendite del mercato interno del consumo di ortofrutticoli e trasformati gestita dalla G.D.O. è in corso di costante crescita ed ha ormai raggiunto in modo stabile il 39,7% del predetto mercato (Fonte: relazione ISMEA , Comitato di Filiera Ortofrutticola, Ministero dell'Agricoltura Roma, 10/09 u.s.);
- la cessione delle proprie produzioni da parte dei produttori agricoli attraverso gli organismi collettivi - cooperazione, associazione produttori, consorzi - avviene (nell'ambito del rapporto sociale in cui il produttore agricolo assume la veste di socio dell'organismo collettivo) mediante l'uso di contratti di conferimento in cui il socio produttore agricolo è "conferente" e cede la propria produzione "conferendola" all'ente collettivo "conferitario" con un abbassamento se non proprio annullamento della tutela giuridica del produttore in quanto la cessione per conferimento avviene senza alcun controllo terzo con riguardo ai cali, agli scarti quantitativi ed alla selezione e con lo sdoppiamento dell'effetto traslativo della proprietà della merce che si concretizza all'atto della

#### **U.N.I.C.O.**

• **Unione Nazionale Italiana Commercio Ortofrutticolo**  
Tel. 059 776 777 fax 059 771 442 E-mail: [unico.ortofrutta@libero.it](mailto:unico.ortofrutta@libero.it)  
Via Jacopo Barozzi, 10 - 41058 Vignola (Modena)

cessione da parte dell'ente collettivo (fase a cui ai conferenti è vietato partecipare essendogli consentito esclusivamente un controllo posteriore sui conti dell'organismo).

- gli organismi collettivi della produzione e della trasformazione di cui sopra possono esercitare un potere di influenza sui produttori agricoli associati in quanto intermediano ed in misura vieppiù maggiore ne sono assegnatari diretti in luogo e per conto degli stessi produttori, le quote degli aiuti alla produzione ed al reddito erogati dall'U.E.

### **RILEVATO INOLTRE CHE**

- a partire dal dicembre 2002 – gennaio 2003 con la campagna sul “prezzo delle zucchine” (allora col pretesto dell'introduzione dell'euro) e sino ad oggi (Cfr.: I servizi delle due ultime settimane di novembre del TG5 e la pervicace costanza di Unomatina della rete RAIUNO) con interventi contemporanei su diversi mezzi di informazione, televisivi e della carta stampata, sia nazionali e sia regionali, dai contenuti omogeneamente univoci, tanto da far trasparire una regia unica che soprassiede ad una vera e propria campagna di stampa preordinata, si sta operando il discredito sistematico dei commercianti al dettaglio, degli operatori commerciali all'ingrosso e degli agricoltori della filiera ortofrutticola, ovvero la filiera distributiva del tradizionale commercio mediante l'amplificazione, fondata sulla indebita generalizzazione di casi del tutto particolari e la enfattizzazione di situazioni prive di valenza generale ed evitando volutamente di tenere conto dei dati effettivi e reali opportunamente rilevati dalle statistiche nazionali accettate, con l'accusa di speculazione sui prezzi dei prodotti ortofrutticoli freschi;

- con la medesima contestualità sia di tempi e sia di modi gli stessi organi di informazione sostengono, senza operare alcuna verifica con le risultanze dei dati che emergono dalle statistiche nazionali, che la G.D.O. è meritoria di concorrere alla calmierazione dei prezzi al consumo degli ortofrutticoli freschi, in assoluto dispregio e contraddizione con i dati effettivi e reali;

- a confermare l'ipotesi di una regia per una vera e propria campagna di informazione vi è il fatto che le stesse testate di informazione non fanno passare censurandole o stravolgendole le informazioni di contenuto difforme tese a dimostrare che la speculazione sui prezzi al consumo degli ortofrutticoli freschi non sia ascrivibile alla filiera del tradizionale commercio.

### **CONSIDERATO CHE**

- è del tutto ingiustificato quanto contraddittorio, probabilmente dipendente da interventi restrittivi della concorrenza e della libera formazione dei prezzi sul mercato oltre che di accordi occulti che la G.D.O. (la quale impiega un numero di passaggi ed intermediazioni commerciali minori rispetto a quello a cui soggiace la filiera del commercio tradizionale per cui si deve presumere che dovendo remunerare un numero inferiore di ricarichi la G.D.O. possa praticare dei prezzi finali al consumo inferiori rispetto a quelli praticati dalla filiera del commercio tradizionale) pratici dei prezzi finali al consumo superiori a quelli praticati dalla filiera del commercio tradizionale (dettaglianti e ambulanti).

- si rende parimenti evidente come la campagna di stampa in premessa notata si accompagna in modo coerente con siffatti interventi restrittivi ed occulti che alterano la formazione dei prezzi al consumo concorrendo in tal modo a favorire la posizione di mercato della G.D.O.

### **CONSIDERATO, INOLTRE**

- il pericolo imminente rappresentato dalla concreta possibilità che, forte della propria forza economica e del possibile collegamento con gli organismi collettivi della produzione e della trasformazione (cooperazione, consorzi e associazioni di produttori), realizzandosi un accordo tra oligopoli di fatto, la G.D.O. applichi delle pratiche predatorie ricorrendo anche alla vendita sottocosto al fine di sottrarre quote rilevanti di merci all'offerta della filiera del commercio tradizionale con la precisa finalità di incrementare ulteriormente le proprie quote di mercato del fresco e raggiungere il totale controllo di tutto il mercato interno del consumo dell'ortofrutta e del mercato di esportazione.

**U.N.I.C.O.**

• **Unione Nazionale Italiana Commercio Ortofrutticolo**  
Tel. 059 776 777 fax 059 771 442 E-mail: unico.ortofrutta@libero.it  
Via Jacopo Barozzi, 10 - 41058 Vignola (Modena)

**Pagina 2**

## TUTTO CIÒ PREMESSO E CONSIDERATO, I SOTTOSCRITTI

### CHIEDONO

#### Alla Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato

1 - di indagare sulle suesposte pratiche lesive della concorrenza nel comparto ortofrutticolo intraprendendo tutte le iniziative utili a ripristinare le garanzie del corretto funzionamento del mercato dei prodotti ortofrutticoli freschi e dei trasformati; in particolare piaccia alla S.V.:

##### 1.A - Accertare quanto segue:

- l'esistenza di accordi di cartello tra la cooperazione e gli organismi associativi dei produttori e tra la cooperazione e la grande distribuzione organizzata o anche l'esistenza di legami finanziari, commerciali e contrattuali tendenti a influenzare, se non proprio eliminare, la libera formazione dei prezzi alla produzione e al consumo;

- l'esplicitazione dei diversi passaggi ed intermediazioni commerciali che coinvolgono la cooperazione, gli organismi collettivi dei produttori e la grande distribuzione organizzata evidenziando le connessioni tra siffatti soggetti e l'ammontare dei prezzi ad iniziare da quelli praticati ai produttori associati dagli organismi collettivi (cooperative, associazioni di produttori e consorzi), di quelli praticati ai loro clienti dai predetti organismi collettivi ed i prezzi spuntati all'acquisto dalla grande distribuzione organizzata con particolare riferimento a quelli delle merci acquistate dagli organismi collettivi predetti.

- che il contratto di conferimento della propria produzione sia per la vendita di fresco ortofrutticolo e sia quale materia prima per la trasformazione posto in essere dagli enti collettivi dei produttori e/o trasformatori (cooperative, associazioni di produttori e consorzi) per assumere le merci dai produttori soci diminuisce, sino a far scomparire del tutto o a rendere insignificanti o di fatto complicate, le tutele giuridiche del conferente in favore della posizione dell'ente collettivo conferitario così che:

a) la offerta dei produttori non concorre alla formazione dei prezzi soggiacendo alla fissazione oligopolistica da parte della domanda degli enti collettivi i quali finiscono con l'integrare una posizione dominante.

b) la cooperazione dispone di una cospicua offerta di derrate a prezzi non determinati dal mercato finendo con l'inficiare la libera formazione dei prezzi sul mercato per tutta la restante parte della filiera (grossisti, mercati generali, dettaglianti, ecc.).

##### 1.B - Provvedere a:

- ingiungere al potere legislativo la modifica della normativa sul conferimento nello specifico settore allo scopo di apportare le necessarie tutele giuridiche al produttore conferente e sospendere l'efficacia delle norme che riducono le tutele giuridiche del conferente.

#### Alla Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni

2 - di indagare sull'esistenza di una campagna di stampa tesa a discreditarla la filiera del commercio tradizionale e a favorire la grande distribuzione organizzata. In particolare piaccia alla S.V.:

##### 2.A - accertare quanto segue:

- la provenienza e/o la fonte delle informazioni nei diversi articoli, interviste e trasmissioni televisive verificando l'esistenza di un "dominus" unico in funzione di regia della campagna informativa;

- in che termine la fonte o la provenienza delle informazioni sia collegata con le organizzazioni di prodotto, la cooperazione e la G.D.O. e se essa abbia potuto, ed in caso affermativo in che modo, influenzare le scelte editoriali e giornalistiche;

- la costante presenza dei medesimi soggetti quali fornitori delle informazioni anche in qualità di esperti o responsabili sindacali del settore rilevando la ragione per cui non è stato ricercato o ottenuto il riscontro delle notizie mediante informazioni a più voci interpellando non solo persone appartenenti alla cooperazione ed alla grande distribuzione organizzata.

- la ragione per cui i comunicati stampa del sindacato di filiera del commercio tradizionale (UNICO) non sono mai stati pubblicati, le richieste di partecipazione a trasmissioni in cui si trattava la questione dei prezzi da parte dello stesso sindacato sono state disattese.

##### 2.B - Provvedere a:

- ingiungere ai mezzi di informazione, televisivi, radiofonici e della carta stampata che sino ad oggi non hanno provveduto a pubblicare i comunicati della scrivente associazione e che ci si riserva di depositare nel prosieguo, a rendere noto o alla pubblicazione del seguente testo di comunicato stampa, diffidando i mezzi di informazione

**U.N.I.C.O.**

**Pagina 3**

televisivi a invitare nelle trasmissioni che trattano dei prezzi dei prodotti ortofrutticoli e dei trasformati anche l'associazione UNICO e a tenere comunque conto delle sue posizioni.

3. di essere sentiti riservandosi anche di integrare e specificare i motivi e di produrre ogni ulteriore documentazione a supporto del presente esposto denuncia.

4. di multare adeguatamente i soggetti che a seguito delle indagini poste in essere saranno ritenuti responsabili di aver influenzato la libera formazione dei prezzi o di aver agito riducendo le garanzie di una corretta informazione.

### COMUNICATO STAMPA

#### Frutta e Verdura, Grande Distribuzione più cara

Su trentatré settimane di rilevazioni nel corso del 2004 l'ISMEA, istituto statistico del settore agroalimentare, ha rilevato per il comparto ortofrutticolo prezzi mediamente superiori del 25% in Super e Ipermercati rispetto agli altri canali distributivi (principalmente il tradizionale dettaglio). Dunque **viene finalmente smontato il mito della "filiera corta", che non favorisce nessuno (meno di tutti il consumatore) e che è solo un pretesto per concentrare la distribuzione di frutta e verdura nelle mani di poche grandi catene di Supermercati, che si possano accordare sul prezzo di vendita.** La "filiera lunga", invece, con più passaggi, che arriva fino al bottegaio e al banco del mercato rionale, garantisce, al consumatore un prodotto di qualità, italiano e ad un prezzo inferiore, tutelando l'agricoltura nazionale, che rischia di scomparire scavalcata dai prodotti a basso costo importati dai Paesi in Via di Sviluppo dalla Grande Distribuzione Organizzata (nel 2003 per la prima volta la Bilancia commerciale nazionale dell'ortofrutta è diventata negativa per cui abbiamo importato più fresco di quanto abbiamo esportato). I nostri Governanti prendano atto di questo e diano corso alle riforme strutturali di cui necessita il comparto per essere rilanciato e potere fare concorrenza alla Grande Distribuzione Organizzata, e in particolare la liberalizzazione dei mercati all'ingrosso con l'acquisizione in proprietà e in autogestione da parte dei grossisti, la liberalizzazione dei costi per l'energia, la soppressione dei tributi "politici" (contributi alle camere di commercio, ai consorzi di bonifica, ecc.), la stipula dei contratti di filiera trasparenti per evidenziare al consumatore la ripartizione della catena del valore. Aspettiamo in questo senso un segnale, o sarà la fine dell'intero comparto.

**U.N.I.C.O.**

• **Unione Nazionale Italiana Commercio Ortofrutticolo**  
Tel. 059 776 777 fax 059 771 442 E-mail: unico.ortofrutta@libero.it  
Via Jacopo Barozzi, 10 - 41058 Vignola (Modena)

**Pagina 4**









**U.N.I.C.O.**

• **Unione Nazionale Italiana Commercio Ortofrutticolo**  
Tel. 059 776 777 fax 059 771 442 E-mail: [unico.ortofrutta@libero.it](mailto:unico.ortofrutta@libero.it)  
Via Jacopo Barozzi, 10 - 41058 Vignola (Modena)

**Pagina 9**