

Avv. Fabio Todarello
Avv. Giuseppe Fuda
Avv. Massimo Colicchia, LL.M.
Avv. Federico Novelli

Avv. Alessandra Cerreta
Avv. Giuseppe Spennacchio
Avv. Roberta Rossit de Combarieu
Avv. Pietro Giorgetti
Avv. Chiara Berra
Avv. Matilde Battaglia
Avv. Roberto Biasco
Avv. Livia Esposito
Avv. Andrea Conforto
Avv. Claudia Sarrocco, LL.M.
Avv. Alice Colleoni
Avv. Alessandro Concordati
Avv. Alfonso Tuttolomondo
Avv. Luca Ravazzani
Avv. Delia Schiaroli
Avv. Giacomo Guglielmini
Avv. Domenico Laudadio
Dott. Ciro Rolando
Dott. Nicolò Spizzico



Todarello & Partners

Spett.
ASSIFACT – Associazione Italiana per il Factoring
Via Cerva 9,
20121 – Milano

All'attenzione del dott. Diego Tavecchia

A mezzo email

Milano, 6 luglio 2015

Oggetto: compatibilità del Database sulle Abitudini di Pagamento (DAP) con la disciplina antitrust – nota preliminare.

Con riferimento al quesito in oggetto, con la presente nota veniamo a integrare il parere già reso in materia di compatibilità dei rapporti e delle statistiche diffuse da Assifact ai propri membri.

In particolare, ci viene chiesto se la raccolta, elaborazione e diffusione attraverso un database di dati relativi alle abitudini di pagamento dei clienti finali possano presentare delle criticità dal punto di vista della disciplina sulla concorrenza.

Come già illustrato nel precedente parere, ai sensi della normativa antitrust, la condotta degli operatori sul mercato deve essere informata al principio dell'autodeterminazione, in forza del quale ciascuna impresa (e quindi ciascun associato) deve stabilire in piena

Milano
Piazza Velasca, 4 - 20122

Studio Legale Associato
P.IVA E C.F. 062.685.509.66

Gallarate (VA)
Vicolo del Prestino, 2 - 21013

Tel. +39 02 72.00.26.29 - Tel. +39 02 72.00.06.83 - Fax +39 02 72.00.69.77

info@tplex.eu - www.tplex.eu

autonomia le modalità di comportamento sul mercato e dunque le strategie e politiche da assumere.



In tale contesto, dunque, l'attività dell'associazione di imprese ha un ruolo importante di stimolo al miglioramento dell'efficienza dei mercati, sia in termini di condizioni di accesso che di funzionamento degli stessi. Attraverso l'associazione, dunque, le singole imprese possono più facilmente raggiungere obiettivi che, da sole, non riuscirebbero a realizzare.

D'altra parte, le attività delle associazioni sono oggetto di attento scrutinio dell'AGCM poiché potrebbero costituire l'occasione per la definizione ed attuazione da parte degli associati di accordi restrittivi della concorrenza, ovvero il veicolo per il coordinamento dei rispettivi comportamenti nel mercato, in violazione della disciplina della concorrenza. Per tale ragione, dunque, è fondamentale che le attività poste in essere dall'associazione non possano facilitare condotte anticoncorrenziali o porsi in contrasto con la disciplina antitrust.

Con riferimento alla raccolta e scambio di informazioni, come detto, l'associazione può certamente svolgere studi di settore e analisi sull'andamento del mercato per condividerne i risultati con le associate. Allo stesso tempo, nel perseguimento dei propri compiti istituzionali, l'associazione deve evitare di promuovere la circolazione o lo scambio di informazioni commercialmente sensibili che, in quanto ricongducibili alle singole associate, riducono il grado di incertezza delle rispettive politiche sul mercato.

Si era già evidenziato che per identificare il tipo di informazioni rilevanti dal punto di vista della disciplina sulla concorrenza, occorre valutare, in particolare, i seguenti fattori:

- a) Il grado di sensibilità delle informazioni scambiate. Ad esempio, sono state considerate informazioni sensibili quelle relative ai prezzi, ai livelli di produzione o agli obiettivi di mercato, alle politiche di sconto, ai futuri investimenti.
- b) Il livello di aggregazione delle informazioni oggetto del sistema informativo. I dati relativi ai singoli operatori o in forma disaggregata, che permettono di risalire all'operatore a cui si riferiscono, e quindi alla sua condotta presente o futura, possono presentare più criticità rispetto alla circolazione di dati aggregati.
- c) L'attualità dei dati condivisi. Gli scambi di informazioni recenti sono scrutinati con maggiore attenzione rispetto allo scambio di dati "storici", che destano meno preoccupazione poiché obsoleti dal punto di vista commerciale.
- d) La frequenza degli scambi.

Nel caso del Database sulle Abitudini di Pagamento, i dati raccolti e diffusi tra gli operatori non sono relativi agli stessi, ma riguardano i "clienti finali", costituendo dunque una forma atipica di scambio di informazioni.

Le informazioni raccolte nel contesto del DAP, difatti, sono relative al “*ciclo di vita dei crediti commerciali*” (fatture, pagamenti, dati società/PA), e consentono agli operatori aderenti di ricevere, mensilmente, a livello analitico i dati dei soli debitori segnalati e a livello statistico per settori di attività economica e per area geografica tutto l’universo dei debitori censiti nel DAP e nella banca dati iTrade. Come illustrato nella presentazione trasmessa, le informazioni inviate agli operatori includono:



Todarello & Partners

- Durate medie originarie dei crediti
- Tempi medi di pagamento
- Ritardi medi di pagamento
- Crediti pagati in ritardo sul totale
- Riduzione del valore delle fatture (dilution)
- Retrocessioni
- Passaggi a perdita

Pare opportuno anticipare che le informazioni presentate in forma aggregata (per settori di attività economica, per area geografica), con finalità statistiche e di analisi di mercato, non presentano alcuna criticità dal punto di vista della concorrenza.

In merito alle informazioni sui singoli clienti, non sembra che queste, di per sé, possano essere considerate alla stregua di dati “*sensibili commerciali*”, nell’accezione prevista dall’AGCM, poiché **non** riguardano le attività delle imprese associate, i prezzi, le condizioni applicate sul mercato, gli investimenti previsti o altro genere di condotta, bensì, come detto, sono relative le modalità e le tempistiche di pagamento dei crediti commerciali da parte dei debitori (e non già dei clienti del factoring). Ciò che escluderebbe la rilevanza di tale database dal punto di vista antitrust.

D’altra parte, tuttavia, al fine di escludere che tale tipo di scambio di informazioni possa presentare criticità dal punto di vista antitrust, occorrerà valutare, come detto sopra, se lo stesso non riduca artificialmente il grado di incertezza delle rispettive politiche sul mercato, e, di conseguenza, possa alterare la concorrenza.

A mero titolo esemplificativo, uno scambio di informazioni tra operatori relativo al prezzo della materia prima potrebbe essere considerato atto ad impedire o alterare il normale gioco della concorrenza nel momento in cui quest’ultimo determinasse sostanzialmente il prezzo del prodotto finito. In altre parole, sebbene la diffusione dei listini prezzi delle materie prime non costituisca di per sé un’informazione commercialmente sensibile, nel momento in cui, considerato nell’ambito del mercato di cui si tratta, consenta di determinare in anticipo la condotta dei concorrenti (es. il prezzo finale del prodotto), tale scambio diventa una condotta lesiva della concorrenza.

Tornando dunque al caso in oggetto, come risulta dalla documentazione trasmessa il DAP ha l'obiettivo di consentire agli operatori di conoscere, appunto, le abitudini di pagamento dei (singoli) debitori, utile nella gestione del rischio legato a ciascun cliente, *“che consente di porre in atto tempestive azioni di correzione (conferma, riduzione o revoca plafond)”*.



L'obiettivo, dunque, appare quello di migliorare la gestione del credito, il *risk management*, implementare modelli statistici e analisi di mercato, facilitare le azioni di controllo anche da parte delle autorità di vigilanza.

Il DAP, sempre sulla base di quanto evidenziato nella presentazione trasmessaci (anno 2012, ma tuttora aggiornata), dovrebbe quindi comportare vantaggi sia per gli operatori – nei termini sopra esposti – sia per i clienti, che dovrebbero beneficiare delle più approfondite capacità di analisi, valutazione e monitoraggio dell'operatore per una migliore e più articolata formulazione dell'offerta commerciale, con relativo possibile aumento di erogazione di credito e delle politiche commerciali e di *pricing*, con relativa possibile riduzione dei costi dell'operazione.

Il database, dunque, sembrerebbe volto a migliorare il funzionamento del mercato, consentendo la gestione più efficiente del servizio, ciò che, di conseguenza, non si porrebbe in contrasto con la disciplina antitrust.

D'altra parte, tuttavia, qualche dubbio potrebbe sorgere proprio con riferimento alla possibilità di *“sviluppo di offerte commerciali maggiormente adeguate al rischio effettivo della controparte”* e di *“sterilizzare”* le *“alterazioni connesse alla specifica operazione / rapporto fornitore/debitore”*, evidenziate tra le finalità del DAP a pp. 14 e 15 della presentazione a nostre mani.

Ci si chiede, difatti, se la raccolta e diffusione di tali informazioni non possano portare a un *“appiattimento”* delle condizioni concorrenziali sul mercato, limitando l'autonomia decisionale delle imprese partecipanti.

Sebbene le abitudini di pagamento dei debitori di per sé non costituiscano informazioni *“commercialmente sensibili”*, nel senso evidenziato sopra, qualora il DAP consentisse agli operatori, a parità di condizioni del *“debitore”*, di formulare offerte commerciali sostanzialmente analoghe, ci troveremmo di fronte a un comportamento a rischio sotto il profilo antitrust.

In altre parole, qualora a fronte di un profilo di debitore *“x”* in termini di abitudini di pagamento il cliente si vedesse sempre applicare da parte degli operatori di una commissione/tasso *“y”*, il database finirebbe in realtà per uniformare le condizioni offerte dai diversi operatori, ovvero consentire di determinare con ragionevole certezza il comportamento degli operatori sul mercato (in termini di prezzi e condizioni applicate ai clienti finali), ciò che potrebbe essere considerato dall'Autorità una condotta restrittiva della concorrenza.

Per un'analisi più approfondita, dunque, occorre verificare se nel loro complesso i dati e le informazioni diffusi attraverso il DAP hanno un impatto, e in che termini, sulla condotta degli operatori o sul mercato del factoring.



Come noto, nel servizio di *factoring*, un imprenditore (denominato “cedente”) si impegna a cedere i crediti scaturiti dalla propria attività imprenditoriale (relativi ad un debitore “ceduto”) ad un altro soggetto professionale (denominato *factor*) il quale, dietro un corrispettivo consistente in una commissione di factoring e negli interessi maturati sulle somme eventualmente anticipate, assume l'obbligo a sua volta a fornire una serie di servizi che vanno dalla gestione e l'amministrazione dei crediti, alla riscossione di tutti o di parte dei crediti che il cedente vanta in relazione alla propria attività, fino alla garanzia dell'eventuale inadempimento dei debitori, ovvero al finanziamento dell'imprenditore cedente sia attraverso la concessione di prestiti, sia attraverso il pagamento anticipato dei crediti ceduti.

Todarello & Partners

In tale contesto, dunque, i dati sulle abitudini di pagamento dei debitori “ceduti” informano il *factor* su uno dei (numerosi) elementi che possono essere presi in considerazione nell'ambito del rapporto di *factoring* con il cliente, ma non consente certamente di determinare o anche solo ipotizzare il comportamento degli altri concorrenti. Al contrario, è avendo meno informazioni che le offerte tendono ad essere più rigide, mentre la disponibilità di dati ulteriori su uno degli elementi di rischio consente al singolo *factor* di differenziare maggiormente la propria offerta, proponendo quindi ai clienti finali un servizio migliore oltre che maggiore scelta sul mercato. Ciò posto, dunque, e sulla base delle informazioni ricevute, l'utilizzo del DAP non sembra presentare profili di criticità dal punto di vista antitrust.

Fermo tutto quanto sopra, inoltre, nell'attività di comunicazione interna ed esterna di Assifact potrebbe essere utile sottolineare maggiormente gli elementi indicati, ponendo al centro del progetto DAP proprio la maggiore efficienza degli operatori e del mercato, un'accresciuta articolazione delle offerte ai clienti, nonché l'utilità dei dati a finalità statistiche e di analisi storica.

Qualora lo riteneste opportuno, dunque, restiamo a vostra disposizione per ogni ulteriore approfondimento o chiarimento necessario.

Un cordiale saluto,

Claudia Sarrocco