La Commissione sanziona Nike per restrizioni alle vendite transfrontaliere di prodotti di *merchandising*

29/03/2019 GLOBALLY MINDED, SOCIETÀ, DIRITTO EUROPEO E DELLA CONCORRENZA

Roberto A. Jacchia
Sara Capruzzi

In data 25 marzo 2019 la Commissione Europea ha sanzionato Nike per restrizioni alle vendite transfrontaliere ed *online* di prodotti di *merchandising* di alcune delle principali squadre di calcio e federazioni europee, quali *Fútbol Club Barcelona, Manchester United, Juventus, Internazionale Milano* e *AS Roma,* nonché la federazione calcistica francese, di cui detiene la licenza.

Nike produce e vende calzature e abbigliamento sportivo, anche per squadre di calcio e federazioni, contraddistinti dai propri marchi registrati, quali il nome o il logo. Inoltre, distribuisce prodotti di *merchandising* su licenza, in cui non figurano i suoi marchi, e bensì i segni delle squadre di calcio e delle federazioni, agendo in tal caso come (sub) licenziante dei diritti di proprietà intellettuale e concedendo (sub) licenze a terzi, autorizzandoli a produrre e distribuire tali prodotti[1].

[1] I prodotti di *merchandising* riportano uno o più loghi o immagini coperti da diritti di proprietà intellettuale, quali marchi e diritti d'autore. Tramite un accordo di licenza, una parte (licenziante) consente all'altra parte (licenziatario) di sfruttare uno o più diritti di proprietà intellettuale in un determinato prodotto. Le licenze concesse dai licenzianti sono generalmente non esclusive per aumentare la quantità di prodotti di *merchandising* immessi sul mercato e la copertura territoriale.

L'indagine della Commissione era stata avviata nel giugno 2017 ed ha riguardato l'attività di licenziante per la produzione e la distribuzione di prodotti di *merchandising* di Nike. Dall'indagine è emerso che gli accordi non esclusivi di licenza e distribuzione sottoscritti da Nike erano contrari alle norme europee di concorrenza.

In particolare, tali accordi prevedevano limitazioni dirette delle vendite dei licenziatari al di fuori del territorio loro assegnato, attraverso clausole esplicite di divieto, obblighi di re-indirizzamento a favore di Nike stessa degli ordini non provenienti dal territorio di competenza e clausole che prevedevano il versamento del doppio dei diritti di licenza per le vendite effettuate al di fuori del territorio assegnato. La Commissione ha altresì rilevato che Nike aveva adottato misure indirette volte a limitare le vendite, ad esempio minacciando i licenziatari di revocare le loro licenze in caso di vendite al di fuori del territorio di competenza, oppure rifiutandosi di fornire gli ologrammi che contraddistinguono i prodotti ufficiali se sospettava che questi ultimi potessero essere venduti in altri territori dello Spazio Economico Europeo (SEE). Inoltre, in alcuni casi, Nike aveva incaricato dei licenziatari principali di concedere a terzi delle sublicenze per l'uso dei diritti in ciascun territorio, imponendo loro, tuttavia, misure dirette e indirette per costringerli a limitare l'attività all'interno del loro territorio e ad applicare a loro volta restrizioni nei confronti dei sublicenziatari. Infine, Nike aveva introdotto clausole che vietavano esplicitamente ai licenziatari di fornire prodotti di *merchandising* ai clienti, spesso rivenditori al dettaglio, qualora vi fosse la possibilità che questi li vendessero al di fuori del territorio di competenza, intervenendo al tempo stesso per fare in modo che i rivenditori al dettaglio non acquistassero prodotti da licenziatari stabiliti in altri territori del SEE.

Secondo la Commissione, tali pratiche hanno creato delle barriere all'interno del mercato unico e precluso ai licenziatari le vendite transfrontaliere, riducendo la scelta offerta ai consumatori e provocando aumenti dei prezzi.

L'ammenda inflitta dalla Commissione ammonta a circa 12,5 milioni di euro e tiene conto del valore delle vendite interessate dalla violazione, della gravità e della durata dell'infrazione e della volontà di collaborazione dimostrata da Nike durante le indagini, nel rispetto degli Orientamenti per il calcolo delle ammende del 2006[2]. Tale collaborazione, ritenuta superiore agli obblighi legali, si è tradotta in una riduzione del 40% dell'ammenda.

Oltre all'indagine nei confronti di Nike, nel giugno 2017 la Commissione aveva aperto altre due indagini separate nei confronti di *Sanrio* e *Universal Studios* al fine di valutare se alcune pratiche di licenza e distribuzione messe in atto da queste restringessero, in violazione delle norme *antitrust* dell'UE, la vendita transfrontaliera e *online* dei loro prodotti di *merchandising* concessi in licenza all'interno del mercato unico europeo[3]. Tali indagini completano l'inchiesta sul settore del commercio elettronico del 2015[4] e si collegano ad altre indagini in corso su sospette pratiche

[2] Orientamenti per il calcolo delle ammende inflitte in applicazione dell'articolo 23, paragrafo 2, lettera a), del Regolamento (CE) n. 1/2003. GUUE C 210 del 01.09.2006.
[3] Si veda il seguente LINK. Le indagini su *Sanrio* e *Universal Studios* sono attualmente in corso.
[4] L'indagine settoriale sul commercio elettronico, rientrante nel quadro della Strategia per il mercato unico digitale, mirava a raccogliere informazioni sul mercato per comprendere meglio la natura, la diffusione e gli effetti delle barriere che ostacolano il commercio elettronico transfrontaliero, nonché per analizzarle alla luce della normativa *antitrust* europea. In particolare, l'indagine si è focalizzata sulle potenziali barriere al commercio elettronico nei settori dove questo è maggiormente diffuso, come i prodotti elettronici, abbigliamento e scarpe, e contenuti digitali. La relazione finale sull'indagine settoriale nel commercio elettronico [COM(2017) 229 final] è stata adottata nel maggio 2017. Per maggiori informazioni, si veda il nostro precedente contributo, disponibile al seguente LINK.

anticoncorrenziali nel commercio elettronico avviate nel febbraio 2017[5], nonché a quelle nelle pratiche di distribuzione dell'impresa di abbigliamento *Guess*, recentemente sanzionata[6].

[5] Si veda il seguente LINK.
[6] Per maggiori informazioni sul caso *Guess*, si veda il nostro precedente contributo, disponibile al seguente LINK.

Roberto A. Jacchia
PARTNER

r.jacchia@dejalex.com
+39 02 72554.1
Via San Paolo 7
20121 - Milano

Sara Capruzzi
ASSOCIATE

s.capruzzi@dejalex.com
+32 (0)26455670
Chaussée de La Hulpe 187
1170 - Bruxelles

MILANO
Via San Paolo, 7 · 20121 Milano, Italia
T. +39 02 72554.1 · F. +39 02 72554.400
milan@dejalex.com

ROMA
Via Vincenzo Bellini, 24 · 00198 Roma, Italia
T. +39 06 809154.1 · F. +39 06 809154.44
rome@dejalex.com

BRUXELLES
Chaussée de La Hulpe 187 · 1170 Bruxelles, Belgique
T. +32 (0)26455670 · F. +32 (0)27420138
brussels@dejalex.com

MOSCOW
Ul. Letnikovskaya, 10/2 · 115114, Moscow, Russia
T. +7 495 792 54 92 · F. +7 495 792 54 93
moscow@dejalex.com