

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 23 marzo 2016;

SENTITO il Relatore Dottoressa Gabriella Muscolo;

VISTA la legge 10 ottobre 1990, n. 287;

VISTA la comunicazione della società Arnoldo Mondadori Editore S.p.A., pervenuta in data 24 novembre 2015 e integrata in data 30 novembre e 2 dicembre 2015;

VISTA la propria richiesta di informazioni, inviata in data 17 dicembre 2015, con conseguente interruzione dei termini ai sensi dell'articolo 5, comma 3, del D.P.R. 30 aprile 1998, n. 217;

VISTE le informazioni aggiuntive inviate dalle società Arnoldo Mondadori Editore S.p.A. pervenute in data 24 dicembre 2015 e integrate in data 29 dicembre 2015 e 7 e 12 gennaio 2016, le informazioni aggiuntive inviate dalla società RCS Libri S.p.A. pervenute in data 24 dicembre 2015 e integrate in data 29 dicembre 2015 e 12 gennaio 2016, le informazioni aggiuntive inviate dalla società Edigita S.r.l. pervenute in data 30 dicembre 2015;

VISTA la propria delibera del 21 gennaio 2016 con la quale l'Autorità ha avviato, ai sensi dell'articolo 16, comma 4, della n. 287/90, il procedimento nei confronti delle società Arnoldo Mondadori Editore S.p.A., RCS Libri S.p.A., Consorzio Scuola Digitale, Venezia Accademia Soc. per i servizi museali S.c. a r.l. ed Edigita S.r.l.;

VISTA la comunicazione delle risultanze istruttorie, inviata alle Parti in data

17 febbraio 2016;

VISTA la memoria conclusiva presentata da Arnoldo Mondadori Editori S.p.A. in data 19 febbraio 2016;

VISTI gli atti del procedimento e la documentazione acquisita nel corso dell'istruttoria;

VISTA la richiesta di parere all'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, inviata in data 24 febbraio 2016, ai sensi dell'articolo 1, comma 6, lettera c), n. 11, della legge 31 luglio 1997, n. 249;

VISTO il parere dell'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, pervenuto in data 16 marzo 2016, ai sensi dell'articolo 1, comma 6, lettera c), n. 11, della legge 31 luglio 1997, n. 249;

CONSIDERATO quanto segue:

I. LE PARTI

LE PARTI DELL'OPERAZIONE

1. Arnoldo Mondadori Editore S.p.A. (di seguito, **Mondadori**) è attiva nell'editoria di libri e periodici. Mondadori è controllata da Finanziaria d'Investimento – Fininvest S.p.A. (di seguito, Fininvest) con una partecipazione al capitale sociale del 50,4%. Fininvest è a capo di un gruppo attivo, oltre che nel settore dell'editoria libraria e periodica, anche in quello del cinema, della raccolta pubblicitaria e della televisione commerciale. Il fatturato consolidato realizzato da AME nel corso del 2014, a livello mondiale, è stato pari a circa 1.177,5 miliardi di euro, di cui circa [700-1.000]¹ milioni di euro per vendite realizzate in Italia. Il fatturato consolidato realizzato dal gruppo Fininvest, a livello mondiale, nel corso del 2014 è stato pari a circa 4,9 miliardi di euro, di cui circa [4-5] miliardi di euro per vendite realizzate nell'Unione Europea e circa [3-4] miliardi di euro per vendite realizzate in Italia.

¹ Nella presente versione alcuni dati sono omessi, in quanto si sono ritenuti sussistenti elementi di riservatezza o di segretezza delle informazioni.

2. Mondadori controlla, tra le altre, le società Mondadori Libri S.p.A. (di seguito, Mondadori Libri) e Mondadori Retail S.p.A. (di seguito, Mondadori Retail) detenendo in entrambe il 100% del capitale sociale. A Mondadori Libri fanno capo le attività dell'editoria di libri, a Mondadori Retail quelle della vendita di libri al consumatore sia attraverso librerie fisiche che *online* nonché attraverso la formula *book club*.

3. Mondadori Libri detiene la totalità del capitale sociale delle seguenti società: Mondadori Electa S.p.A. (di seguito, Mondadori Electa), Mondadori Education S.p.A. (di seguito, Mondadori Education), Sperling & Kupfer Editori S.p.A. (di seguito, Sperling & Kupfer), Giulio Einaudi Editore S.p.A. (di seguito, Einaudi), Edizioni Piemme S.p.A. (di seguito, Piemme). Einaudi detiene a sua volta una partecipazione pari al 50% in Edizioni EL S.r.l. (di seguito, Edizioni EL) esercitando sulla stessa un controllo esclusivo di tipo negativo².

4. Mondadori Libri detiene, tra le altre, per quanto di interesse nell'operazione in esame, le seguenti partecipazioni:

- 25% in Venezia Accademia Soc. per i servizi museali S.c. a r.l. (di seguito, Venezia Accademia) tramite Mondadori Electa;
- 25% nel Consorzio Scuola Digitale tramite Mondadori Education;
- 34,9% in Mach2 Libri S.p.A. (di seguito, Mach2 Libri), di cui il 30,9% direttamente e il 4% tramite Sperling & Kupfer.

5. **RCS Libri S.p.A.** (di seguito, **RCS Libri**) è attiva nel settore dell'editoria di libri sia direttamente, ad esempio attraverso i marchi Bompiani e Rizzoli, che attraverso le società controllate. Essa è controllata da RCS MediaGroup S.p.A. (di seguito, RCS MediaGroup) che detiene il 99,99% del capitale sociale. RCS MediaGroup è quotata al MTA; nessun socio ne detiene il controllo né singolarmente né congiuntamente ad altri soci. Il fatturato realizzato da RCS Libri nel corso del 2014, a livello mondiale, è stato pari a circa 188,7 milioni di euro, di cui circa [100-492] milioni di euro per vendite realizzate in Italia.

6. RCS Libri controlla le società Librerie Rizzoli S.r.l. (Librerie Rizzoli), della quale detiene l'intero capitale sociale, e Marsilio Editori S.p.A. (Marsilio), della quale detiene una partecipazione del 51%; la partecipazione

² [Omissis]

in Marsilio potrebbe salire al 94,71% laddove la società GEM S.r.l. eserciti un'opzione di vendita nei confronti di RCS Libri per il proprio 43,71%. Il fatturato nel 2014 di Marsilio è stato di circa 9,5 milioni di euro di cui [1-10] milioni di euro per vendite realizzate in Italia. Il fatturato nell'anno 2014 di Librerie Rizzoli, [omissis], è stato di circa 4,9 milioni di euro.

7. RCS Libri controlla, altresì, Edigita S.r.l. (di seguito, Edigita) congiuntamente a EFFE 2005 – Finanziaria Feltrinelli S.p.A. (di seguito, Feltrinelli) e a Messaggerie Italiane S.p.A. (di seguito, Messaggerie). Edigita gestisce una piattaforma per la distribuzione – e non per la vendita – di *e-book* ai c.d. *e-retailer* (negozi *online* che vendono libri in formato digitale). In virtù delle regole di *governance* definite nel Patto Parasociale Edigita è soggetta al controllo congiunto dei tre soci.

8. RCS Libri detiene, inoltre, le seguenti partecipazioni:

- 29,1% in Mach2 Libri; detta partecipazione scenderà al 10% prima della conclusione dell'operazione;
- 25% in Consorzio Scuola Digitale;
- 25% in Venezia Accademia tramite Marsilio;
- 24,5% in Civita Tre Venezie S.r.l. (di seguito, Civita Tre Venezie) tramite Marsilio;
- 17% in Venezia Musei Soc. per i servizi museali Sc a r.l. in liquidazione (di seguito, Venezia Musei in liquidazione) tramite Marsilio³.

9. **Consorzio Scuola Digitale** è stato costituito per la gestione di una piattaforma di *e-commerce* dedicata ai libri scolastici adozionali in formato digitale. Oltre a Mondadori Education e RCS Libri sono soci di Consorzio Scuola Digitale Zanichelli Editore S.p.A. e De Agostini Scuola S.p.A. Tutti i soci detengono una quota pari al 25%. Il consorzio non risulta ancora operativo.

10. **Venezia Accademia** è attiva nella gestione integrata dei servizi di pulizia e di biglietteria del polo museale veneziano e a tal fine può svolgere l'attività di progettazione e diffusione di prodotti editoriali. Oltre a Mondadori Electa e Marsilio sono soci di Venezia Accademia Civita Tre Venezie e CNS – Consorzio Nazionale Servizi Società Cooperativa. Tutti i soci detengono una quota pari al 25%. Nel 2014 Venezia Accademia ha

³ Mondadori detiene il 34% in Venezia Musei in liquidazione tramite Mondadori Electa.

realizzato un fatturato di 1,3 milioni di euro.

11. Edigita è una società comune tra RCS Libri, Feltrinelli e Messaggerie, ciascuna delle quali detiene un terzo del capitale sociale; essa è attiva nella distribuzione di *e-book*. In virtù delle regole di *governance* definite nel Patto Parasociale Edigita è soggetta al controllo congiunto dei tre soci⁴. Nel 2014 Edigita ha realizzato un fatturato di 5,6 milioni di euro.

LE PARTI INTERVENIENTI NEL PROCEDIMENTO

12. Nel corso del procedimento, le società RCS MediaGroup e La Nave di Teseo S.r.l. hanno presentato istanza di partecipazione al procedimento ai sensi dell'articolo 7 del D.P.R. n. 217/98. Le suddette istanze, valutata positivamente la sussistenza dell'interesse dedotto, sono state accolte.

13. RCS MediaGroup è la società a capo dell'omonimo gruppo, attivo nella pubblicazione e commercializzazione di quotidiani e periodici e libri, nonché nella raccolta pubblicitaria.

14. La Nave di Teseo S.r.l. (di seguito, **La Nave di Teseo**) è una casa editrice indipendente fondata nel novembre 2015 da autori ed *editor* provenienti dalla casa editrice Bompiani (parte di RCS Libri) affiancati da imprenditori della società civile. La casa editrice si occupa di narrativa, saggistica e poesia, italiane e straniere.

II. DESCRIZIONE DELL'OPERAZIONE

15. L'operazione consiste nell'acquisizione da parte di Mondadori, o di altra società dalla stessa controllata, del 99,99% del capitale società di RCS Libri. Per effetto della suddetta operazione Mondadori acquisirà il controllo esclusivo di RCS Libri e delle sue controllate, in particolare di Librerie Rizzoli e Marsilio⁵.

16. Inoltre, Mondadori acquisirà il controllo esclusivo di Venezia Accademia e del Consorzio Scuola Digitale. Infatti, a seguito

⁴ Cfr. C10608 - RCS Libri - EFFE 2005 Finanziaria Feltrinelli - Messaggerie Italiane/Edigita.

⁵ RCS Libri controlla altresì la società RCS International Books BV alla quale fanno capo le attività internazionali, rivolte prevalentemente al mercato anglosassone e concernenti in particolare la distribuzione e commercializzazione di libri illustrati.

dell'acquisizione di RCS Libri, Mondadori verrà a detenere il 50% del capitale sociale di dette società, quota che, in forza delle specifiche regole di *governance* delle società, consentirà a lei sola di esercitare un diritto di veto e dunque un controllo negativo.

17. Infine, Mondadori subentrerà a RCS Libri nel controllo congiunto di Edigita nel capitale sociale della quale non è allo stato presente.

18. Per effetto dell'operazione di concentrazione Mondadori vedrà salire la propria partecipazione in Mach2 Libri dal 34,9% al 44,9%; i restanti soci saranno RCS MediaGroup con il 19,1% e De Agostini Libri con il 36%.

19. Il contratto preliminare di vendita prevede un patto di non concorrenza in capo a RCS MediaGroup: questa non potrà svolgere attività editoriali librerie in concorrenza rispetto a quelle oggetto di cessione per un periodo che va dalla data di esecuzione del contratto di compravendita al *[omissis]*. In deroga a tale patto, per il medesimo periodo previsto per quest'ultimo, RCS MediaGroup potrà continuare a pubblicare e vendere prodotti editoriali con i marchi "Corriere della Sera", "Gazzetta dello Sport" e altri marchi utilizzati per le testate periodiche purché le attività relative ai canali di vendita librerie, GDO e *e-book* non eccedano le *[omissis]* iniziative annue (non computandosi in tale soglia le iniziative in collaborazione con Mondadori). RCS MediaGroup potrà altresì continuare ad utilizzare il marchio "Rizzoli" e il segno distintivo "R" per prodotti editoriali diversi dai libri secondo quanto disciplinato da un'apposita pattuizione da sottoscrivere alla data di realizzazione dell'operazione⁶.

20. Il contratto preliminare di vendita dispone altresì un divieto di storno di dipendenti in capo a RCS MediaGroup per un periodo di *[omissis]* dalla data di esecuzione del contratto: RCS MediaGroup non potrà, direttamente o indirettamente, in proprio o per conto di terzi, indurre o istigare *key manager* delle attività oggetto di cessione a dimettersi o recedere dal rapporto di lavoro con le società oggetto di cessione e/o con quelle del Gruppo Mondadori.

III. QUALIFICAZIONE DELL'OPERAZIONE

21. L'operazione in esame, in quanto comporta l'acquisizione del controllo esclusivo di un'impresa, costituisce una concentrazione ai sensi dell'articolo 5, comma 1, lettera *b*), della legge n. 287/90.

⁶ Cfr. memoria finale di Mondadori del 19 febbraio 2016.

Essa rientra nell'ambito di applicazione della legge n. 287/90, non ricorrendo le condizioni di cui all'articolo 1 del Regolamento CE n. 139/04, ed è soggetta all'obbligo di comunicazione preventiva disposto dall'articolo 16, comma 1, della stessa legge, in quanto sia il fatturato totale realizzato nell'ultimo esercizio a livello nazionale dall'insieme delle imprese interessate è stato superiore a 492 milioni di euro, sia il fatturato totale realizzato nell'ultimo esercizio a livello nazionale dall'impresa di cui è prevista l'acquisizione è stato superiore a 49 milioni di euro.

22. Il patto di non concorrenza descritto in precedenza, che prevede delle deroghe a favore di RCS MediaGroup, costituisce una restrizione accessoria all'operazione, in quanto appare strettamente funzionale alla salvaguardia del valore del ramo d'azienda acquisito, tenuto conto della possibilità che RCS MediaGroup continui ad utilizzare il marchio "Rizzoli" e il segno distintivo "R" dopo la realizzazione dell'operazione⁷.

23. Anche la pattuizione accessoria di astensione dallo storno di dipendenti può essere ritenuta direttamente connessa e necessaria alla realizzazione dell'operazione di concentrazione in esame, in quanto funzionale alla salvaguardia del valore del complesso aziendale oggetto dell'operazione di cui si tratta.

IV. L'ATTIVITÀ ISTRUTTORIA

24. In data 21 gennaio 2016, l'Autorità ha avviato, ai sensi dell'articolo 16, comma 4, della legge n. 287/90, l'istruttoria, nei confronti di Mondadori, RCS Libri, Consorzio Scuola Digitale, Venezia Accademia ed Edigita S.r.l. In particolare, l'Autorità, nella delibera di avvio, ha ritenuto che l'operazione in esame fosse suscettibile di determinare, ai sensi dell'articolo 6 della legge n. 287/90, la creazione o il rafforzamento di una posizione dominante nei mercati *(i)* dell'acquisizione di diritti d'autore di libri italiani di narrativa e saggistica, *(ii)* dell'acquisizione di diritti d'autore di libri stranieri di narrativa e saggistica, *(iii)* dell'editoria di libri di narrativa e saggistica, *(iv)* dell'editoria di libri per ragazzi, *(v)* dell'editoria di fumetti, *(vi)* dell'editoria di *e-book* e *(vii)* della distribuzione *e-book*, tale da eliminare o ridurre in modo sostanziale e durevole la concorrenza sui medesimi mercati nonché nei mercati a valle *(a)* della distribuzione di libri di "varia" alla GDO, *(b)* della

⁷ Cfr. Comunicazione della Commissione sulle restrizioni direttamente connesse e necessarie alle concentrazioni (2005/C 56/03) e COMP/M.1980 - VOLVO / RENAULT V.I., decisione del 1° settembre 2000.

vendita al dettaglio di libri di “varia”, (c) della vendita al dettaglio *online* di prodotti editoriali.

25. Nel corso del procedimento istruttorio, sono state audite le società Mondadori, RCS Libri ed Edigita nonché le parti intervenienti nel procedimento, RCS MediaGroup e La Nave di Teseo. Sono state, altresì, audite diverse società operanti in uno o più settori della filiera dell’editoria quali Messaggerie, Feltrinelli, Fazi Editore S.r.l. (di seguito, Fazi), Grandi & Associati S.r.l. (di seguito, Grandi & Associati), The Italian Literary Agency S.r.l. (di seguito, TILA) e due associazioni in rappresentanza dell’editoria indipendente e delle librerie, ossia ODEI – Osservatorio degli Editori Indipendenti (di seguito, ODEI) e ALI – Associazione Librai Italiani (di seguito, ALI).

26. Inoltre, in data 10 novembre 2015 (nelle more tra la pre-notifica e la notifica) e in data 26 gennaio 2016 sono state inviate richieste di informazioni destinate ai principali operatori della filiera dell’editoria⁸, al fine di acquisire elementi utili per la valutazione dell’operazione.

27. In data 17 febbraio 2016 è stata inviata la Comunicazione delle Risultanze Istruttorie alle Parti e ai soggetti Partecipanti.

28. In data 19 febbraio 2016 Mondadori ha inviato una memoria finale sulle conclusioni esposte nella Comunicazione delle Risultanze Istruttorie.

V. I MERCATI RILEVANTI

29. L’operazione interessa una pluralità di mercati che coprono l’intera filiera dell’editoria di libri: mercati dell’acquisizione di diritti di autore, mercati dell’editoria, mercati dei servizi di promozione e di distribuzione, mercati della vendita ai clienti finali.

30. Con riguardo alla fase di acquisizione dei diritti di autore, i mercati rilevanti si distinguono a seconda che si tratti di opere italiane ovvero straniere e per tipologia di opera (narrativa e saggistica, libri per ragazzi, fumetti, opere accademiche e professionali)⁹.

Nel provvedimento di avvio l’analisi è stata limitata alle opere di narrativa e

⁸ In particolare, sono state inviate richieste di informazioni ai principali gruppi editoriali integrati (Messaggerie, Feltrinelli, Giunti e De Agostini), ai principali concorrenti di Mondadori e RCS Libri nell’editoria scolastica (Hoepli, Pearson e Zanichelli, oltre alla già citata De Agostini), ai principali editori di “varia” non integrati (E/O, Fazi, Laterza, Newton Compton e Sellerio), alle piattaforme di vendita online attive in Italia (Amazon, Kobo, iTunes, Google Play, Webster, Semplicissimus e Book Republic) e a due delle principali agenzie letterarie (The Italian Literary Agency e Grandi & Associati).

⁹ Si veda COMP/M.2978 – Lagardère/Natexis/VUP, decisione della Commissione del 7 gennaio 2004.

saggistica per cui i mercati oggetto di approfondimenti istruttori sono stati i seguenti:

- mercato dell'acquisizione dei diritti di autore relativi a opere italiane di narrativa e saggistica;
- mercato dell'acquisizione dei diritti di autore relativi a opere straniere di narrativa e saggistica.

31. Per quanto concerne la dimensione geografica, si ritiene che i suddetti mercati siano nazionali in considerazione del fatto che il bacino di utenza dei libri scritti o tradotti in italiano è sostanzialmente coincidente il territorio nazionale e che, pertanto, gli editori che competono per l'acquisizione dei diritti d'autore relativi ai suddetti libri sono quelli attivi in Italia.

32. Con riferimento alle attività svolte dagli editori a valle dell'acquisizione dei diritti d'autore, finalizzate alla pubblicazione del libro e alla sua commercializzazione, sono stati individuati i seguenti mercati sulla base dei precedenti nazionali e comunitari¹⁰:

- mercato dell'editoria scolastica¹¹;
- mercato dell'editoria di narrativa e saggistica¹²;
- mercato dell'editoria di libri per ragazzi¹³;
- mercato dell'editoria di libri d'arte¹⁴;
- mercato dell'editoria di guide e manuali;
- mercato dell'editoria di libri accademici e professionali¹⁵;
- mercato dell'editoria di fumetti;
- mercato della parascolastica;
- mercato dell'editoria di dizionari ed enciclopedie¹⁶.

È stato altresì individuato un mercato dell'editoria di *e-book*. Si è infatti ritenuto che le peculiarità dei libri digitali, relative all'assenza di un flusso fisico di volumi, alla necessità per i consumatori di possedere un *device* per la lettura e all'esistenza di infrastrutture elettroniche per la distribuzione e la vendita dei libri, fanno sì che la relativa filiera sia significativamente diversa

¹⁰ Si veda COMP/M.2978 – Lagardère/Natexis/VUP, decisione della Commissione del 7 gennaio 2004.

¹¹ Cfr. C10137 – Marsilio Editori/Log607 e C8578 - De Agostini Edizioni Scolastiche/Cideb Editrice.

¹² Cfr. C3334 - Istituto Bancario San Paolo Di Torino-Istituto Mobiliare Italiano-Efibanca-Mediocredito Lombardo/UTET, C6013 - Arnoldo Mondadori Editore/Edizioni Piemme e C6724 - Marsilio Editori/Ramo di Azienda di Testo & Immagine. In altri precedenti sono stati individuati mercati distinti per i libri di narrativa e per quelli di saggistica, si vedano C2146 - Arnoldo Mondadori Editore/Programmi Editoriali e C2320 - New Edi/Garzanti Editore.

¹³ Cfr. C6013 - Arnoldo Mondadori Editore/Edizioni Piemme e C10097 - Gruppo Editoriale Mauri Spagnol/La Coccinella.

¹⁴ Cfr. C8153 - Il Sole 24 Ore/Arti Grafiche Motta e C6499 - RCS Libri/Società Editoria Artistica.

¹⁵ C5191 - Istituto Geografico De Agostini/Unione Tipografica Editrice Torinese, C6903 - Wolters Kluwer Italia/De Agostini Professionale-Utet Professionale e C8216 - 3I Group/Rami d'azienda di VNU Business Media Europe.

¹⁶ Cfr. C7712 - Pearson/Paravia Bruno Mondadori Editori e C7512 - RCS Libri/Education Management.

da quella dei libri cartacei e che in essa operino soggetti nuovi, quali le piattaforme di distribuzione e quelle di vendita.

33. Sotto il profilo geografico, il mercato dell'editoria scolastica ha dimensioni coincidenti con il territorio nazionale per motivi essenzialmente linguistici e in ragione dell'esistenza di una specifica normativa nazionale, volta, tra l'altro, a calmierare il prezzo dei libri¹⁷.

Anche i mercati corrispondenti alle diverse categorie di libri di "varia" presentano un'estensione nazionale per ragioni linguistiche e per la sostanziale omogeneità delle condizioni concorrenziali su tutto il territorio nazionale.

34. Per quanto concerne la fornitura di servizi di promozione e distribuzione, i mercati rilevanti, individuati sulla base dei precedenti nazionali e comunitari, sono di seguito indicati:

- mercato dei servizi di promozione di libri di "varia"¹⁸;
- mercato della distribuzione alle librerie di libri di "varia"¹⁹;
- mercato della distribuzione alla GDO di libri di "varia"²⁰.

In considerazione delle specifiche caratteristiche degli *e-book*, con particolare riferimento al fatto che la loro distribuzione richiede infrastrutture e servizi elettronici, si è altresì individuato un distinto mercato della distribuzione di *e-book*.

35. Sotto il profilo geografico, il mercato della promozione e quelli della distribuzione di libri alle librerie e alla GDO sono di dimensione nazionale in considerazione della crescente rilevanza delle librerie di catena, della circostanza che gli operatori che offrono i servizi sono attivi sul territorio italiano e, quindi, della sostanziale omogeneità che caratterizza le condizioni concorrenziali in Italia.

Anche il mercato della distribuzione di *e-book* ha dimensione geografica nazionale in ragione del fatto che gli acquisti di *e-book* in italiano sono effettuati prevalentemente da persone presenti sul territorio nazionale.

36. Per quanto concerne la fase di vendita di libri ai clienti finali, sulla base dei precedenti nazionali²¹ sono stati individuati i seguenti mercati rilevanti:

- mercato della vendita al dettaglio di libri di "varia";

¹⁷ I prezzi dei libri della scuola primaria sono stabiliti dal Ministero dell'Istruzione dell'Università e della Ricerca (MIUR) con decreto. Per la scuola secondaria il MIUR stabilisce tetti di spesa.

¹⁸ Si veda COMP/M.2978 – Lagardère/Natexis/VUP, decisione della Commissione del 7 gennaio 2004.

¹⁹ Cfr. C11957 – Emmelibri-Effe 2005 Gruppo Feltrinelli/Newco.

²⁰ Cfr. C11957 – Emmelibri-Effe 2005 Gruppo Feltrinelli/Newco.

²¹ Cfr. C10214 - Emmelibri-Giunti Editore/Newco e C11957 – Emmelibri-Effe 2005 Gruppo Feltrinelli/Newco.

- mercato della vendita al dettaglio *online* di prodotti editoriali.

È stato altresì individuato un mercato della gestione di *bookshop* presso i siti museali e archeologici in considerazione delle specifiche caratteristiche di tale attività (gestione assegnata tramite concessione, tipologia di prodotti venduti e localizzazione dei punti vendita, di norma alla fine di un percorso espositivo).

37. La dimensione geografica del mercato della vendita al dettaglio di libri di “varia” è da considerarsi circoscritta all’ambito locale, nel caso di specie corrispondente alla provincia di Milano, potendosi assumere una ridotta mobilità dei consumatori nell’acquisto dei prodotti editoriali. Ciò posto, la diffusione di catene che operano con politiche commerciali uniformi su tutto il territorio nazionale, la circostanza che Mondadori dispone di un’estesa rete di librerie e la considerazione che il mercato in questione rileva per gli aspetti di integrazione verticale con i mercati dell’editoria, inducono a considerare anche la dimensione geografica nazionale.

Per il mercato della vendita al dettaglio *online* di prodotti editoriali la dimensione geografica coincide con il territorio nazionale dal momento che la domanda è espressa per lo più da consumatori italiani e i libri venduti sono per la maggior parte in lingua italiana.

Per quanto concerne il mercato della gestione di *bookshop* presso i siti museali e archeologici, la definizione della dimensione geografica può essere lasciata aperta posto che ai fini della presente operazione il suddetto mercato può rilevare principalmente per gli aspetti di integrazione verticale con il mercato dell’editoria d’arte.

VI. GLI EFFETTI DELL’OPERAZIONE NEI MERCATI RILEVANTI

A) I MERCATI DELL’ACQUISIZIONE DEI DIRITTI D’AUTORE DI OPERE ITALIANE E STRANIERE DI NARRATIVA E SAGGISTICA

Caratteristiche dei mercati

38. Sui mercati dell’acquisizione dei diritti d’autore gli editori competono tra di loro al fine di aggiudicarsi il diritto a pubblicare le opere scritte sia da autori italiani che stranieri. Gli editori rappresentano dunque la domanda. L’offerta è costituita dagli autori i quali, come di seguito evidenziato, sono

spesso rappresentati da agenti letterari che ne curano gli interessi sia nella fase di scelta dell'editore al quale concedere il diritto di pubblicazione dell'opera sia nella negoziazione dei contratti di edizione.

39. Il rapporto contrattuale tra autore ed editore può essere diretto ovvero mediato. Con riferimento agli autori italiani, è stato rilevato che questi ultimi possono instaurare un rapporto diretto con l'editore oppure affidarsi all'intermediazione di un agente. Gli autori stranieri, invece, non hanno di norma un rapporto diretto con gli editori italiani; essi, infatti, cedono i diritti di pubblicazione e traduzione al proprio editore originale o si fanno rappresentare da un agente per la vendita degli stessi. In tale ultimo caso, l'agente può decidere di trattare direttamente in tutto il mondo per conto dell'autore rappresentato o, in alternativa, nominare a sua volta dei sub-agenti locali.

40. Ogni casa editrice ha dei propri *format* contrattuali per la compravendita dei diritti di edizione, così come ogni agenzia letteraria ha elaborato i propri al fine di tutelare gli interessi degli autori rappresentati, con la conseguenza che i contratti forniti dalle Parti e dai terzi nel corso dell'istruttoria presentano delle caratteristiche differenti a seconda degli esiti delle negoziazioni. Ciononostante è stato possibile osservare che in tutti i contratti di edizione vengono definiti:

- (i) l'oggetto principale, che consiste nel diritto di pubblicare in esclusiva in lingua italiana in tutto il mondo una o più opere di un determinato autore;
- (ii) la durata, che secondo la legge italiana sul diritto d'autore non può eccedere i 20 anni. La durata media dei contratti esaminati va dagli 8 ai 10 anni sia per gli autori italiani che per gli autori stranieri. Alla scadenza del contratto è possibile il rinnovo dello stesso a seguito di una rinegoziazione delle condizioni economiche e contrattuali. In taluni contratti viene inserita una clausola c.d. di preferenza attraverso la quale l'autore si impegna, alla scadenza del contratto di edizione, a offrire prioritariamente al medesimo editore il rinnovo dell'acquisizione dei diritti esclusivi;
- (iii) l'anticipo a valere sulle *royalty*. La somma corrisposta a titolo di anticipo rappresenta il rischio imprenditoriale dell'editore e un minimo garantito per l'autore. L'ammontare dell'anticipo è estremamente variabile in funzione della notorietà dell'autore ovvero delle previsioni di vendita dell'opera;
- (iv) le *royalty*, solitamente previste in percentuale crescente rispetto al numero di copie vendute avuto riguardo al prezzo di copertina defiscalizzato. Tutti i contratti con autori italiani esaminati prevedono una differenziazione

del livello delle *royalty* a seconda della tipologie di edizione: prima edizione (7-15%), *quality paper* (7-11%), tascabile (5-8%), *massmarket* (solitamente 5% fisso). Nei contratti con gli autori stranieri le *royalty* sono più basse di un paio di punti percentuali. Le *royalty* riconosciute sugli *e-book*, a differenza di quelle relative alle edizioni cartacee, sono calcolate sulla percentuale del netto incassato dall'editore (calcolato sul prezzo di vendita dal quale vengono sottratti la percentuale dell'*e-retailer*, l'IVA e l'eventuale costo della piattaforma distributiva). In media le *royalty* sugli *e-book* vanno dal 10% al 30%;

(v) i diritti secondari oggetto della cessione. Oltre ai diritti di pubblicazione esercitati direttamente dall'editore che costituiscono l'oggetto principale del contratto di edizione, questo può prevedere anche la possibilità per l'editore di gestire licenze per lo sfruttamento dei c.d. diritti secondari. La definizione di secondari per questa categoria di diritti è connessa alla circostanza che l'editore può trasferirli in licenza a soggetti terzi. Le condizioni economiche per la cessione di tali diritti, ove prevista nei contratti, variano da contratto a contratto. Tradizionalmente i diritti secondari sono: diritto di serializzazione in *pre* e *post* pubblicazione, diritto di *book club*, diritto di antologia, diritto di edizione scolastica, diritto di traduzione, diritto per vendite allegate, diritto di produzione di audiolibro, diritto di lettura in pubblico, diritto di trasposizione teatrale e diritto di trasposizione cine-televisiva;

(vi) gli obblighi in capo all'autore. L'obbligo principale che grava sull'autore è quello della consegna dell'opera nei tempi concordati. In caso di mancata consegna l'editore può risolvere il contratto riservandosi il diritto di chiedere un risarcimento danni oltre alla restituzione di quanto versato a titolo di anticipo. L'autore si impegna, inoltre, a non pubblicare con altro editore, in un determinato lasso di tempo, opere che siano in diretta concorrenza con quella oggetto del contratto;

(vii) gli obblighi in capo all'editore. Il principale obbligo gravante sull'editore è quello di procedere alla pubblicazione dell'opera nei tempi concordati. L'editore si obbliga inoltre a tenere in commercio l'opera e in alcuni casi a vendere un numero minimo di copie.

41. I diversi *format* contrattuali prevedono poi ulteriori pattuizioni, non standardizzabili, che sono frutto delle negoziazioni individuali ovvero delle politiche adottate da un determinato gruppo editoriale.

42. In Italia l'editore acquisisce di norma i diritti di pubblicazione relativi ai diversi formati *trade* nei quali un libro può essere pubblicato (*hardcover*,

quality paperback, paperback, mass market). In taluni casi l'agente non cede i diritti per l'edizione tascabile in prima battuta ma, se richiesto, in una fase successiva; difficilmente i diritti tascabili sono ceduti a un editore diverso dal titolare dell'edizione primaria²². L'anticipo offerto dall'editore tiene, pertanto, conto di tutte le edizioni del titolo.

43. Un'eccezione è stata rappresentata negli ultimi anni dalle edizioni c.d. *trade paperback* che precedono le versioni tascabili e hanno un prezzo superiore a queste ultime. Le versioni *trade paperback* sono state introdotte da Mondadori (collana "Numeri Primi" di Einaudi) e da RCS Libri (collane "Vintage" e "Vintage Gold"). Poiché i relativi diritti di edizione non erano compresi nei contratti originari si è reso necessario negoziare degli *addendum*.

44. Sono emerse alcune differenze tra l'acquisizione di diritti di pubblicazione di opere italiane e di opere straniere. In primo luogo, come già rilevato nella descrizione dei contratti di edizione, il livello delle *royalty* negoziate per le opere straniere è più basso di un paio di punti percentuali rispetto a quello delle opere italiane in ragione del fatto che l'editore tiene conto dei costi di traduzione. Un'altra differenza riguarda il fatto che le opere straniere per le quali gli agenti sollecitano l'interesse degli editori sono di norma già scritte²³, anche se non necessariamente già pubblicate, avvenendo di frequente che gli agenti di autori stranieri negozino i diritti di traduzione contestualmente, se non prima, rispetto alla pubblicazione del libro nel Paese d'origine²⁴; diversamente, nel caso delle opere italiane è possibile l'acquisto dei diritti su opere future. Inoltre, nella negoziazione di diritti su opere straniere è più forte il ruolo dell'agente, sia perché gli autori stranieri sono quasi sempre rappresentati da agenti, sia perché negli altri Paesi l'acquisizione di diritti di edizione ha regole più consolidate. Al riguardo ODEI ha rilevato che, a differenza di quanto avviene negli altri Paesi, dove nel caso in cui un'opera interessi più editori l'agente apre vere e proprie aste sugli anticipi, in Italia le aste sono più rare e riguardano solo opere di autori già affermati mentre è più frequente una contrattazione diretta tra agente/autore ed editore²⁵. GEMS ha evidenziato che le opere straniere vengono di norma proposte ad un'ampia platea di editori; nel caso più editori manifestino interesse per un medesimo libro l'agente attiva meccanismi

²² Cfr. verbale di audizione di Gruppo Editoriale Mauri Spagnol (GEMS), doc. 175 del fascicolo istruttorio. GEMS è la sub-holding per le attività editoriali del Gruppo Messaggerie.

²³ Solo nel caso della saggistica talvolta viene valutato un progetto di opera (proposal) invece dell'opera completa (cfr. verbale di audizione di TILA, doc. 187 del fascicolo istruttorio).

²⁴ Cfr. verbale di audizione di GEMS, doc. 175 del fascicolo istruttorio.

²⁵ Cfr. verbale di audizione di ODEI, doc. 153 del fascicolo istruttorio.

competitivi sugli anticipi²⁶.

45. Gli anticipi costituiscono la principale variabile di confronto tra gli editori per l'acquisizione dei diritti di pubblicazione relativi a un'opera. GEMS ha rilevato che, nella sua esperienza, nel caso in cui si innesti un meccanismo competitivo di *best offer* l'anticipo [omissis]²⁷. È stato osservato che Mondadori e RCS sono stati gli operatori che hanno fatto salire il livello degli anticipi “*impegnandosi in un agguerrito confronto competitivo*”²⁸; in particolare, è stata RCS, di norma, a offrire gli anticipi più elevati²⁹. È altresì emerso che la dinamica competitiva delle case editrici appartenenti ai Gruppi Mondadori e RCS è calmierata dall'appartenenza a un unico soggetto economico; in particolare, i rappresentanti de La Nave di Teseo hanno spiegato che il Direttore Generale di RCS Libri limitava il confronto tra le proprie case editrici nei casi in cui gli anticipi offerti superavano un certo limite³⁰; parimenti, è stato di recente registrato un affievolimento della concorrenza tra le case editrici del Gruppo Mondadori il quale sembrerebbe aver adottato una politica di centralizzazione delle acquisizioni di diritti³¹.

46. Un'altra variabile economica oggetto di negoziazione tra agente/autore ed editore è il livello delle *royalty*. La contrattazione su tale aspetto risulta strettamente connessa alla capacità dell'editore di garantire all'opera un'adeguata promozione e visibilità³² in quanto ciò impatta sul livello delle vendite e, dunque, sull'ammontare delle somme percepite dall'autore a titolo di *royalty*³³. In effetti, gli agenti letterari hanno affermato di guardare (anche) alla forza promozionale e distributiva dell'editore allorquando individuano gli editori ai quali proporre un'opera³⁴.

47. Oltre alle variabili economiche, la negoziazione tra agenti ed editori riguarda anche alcune clausole contrattuali, tra le quali quelle relative a:

- bollinatura SIAE. Tale adempimento è volto a garantire la certezza del

²⁶ Cfr. verbale di audizione di GEMS, doc. 175 del fascicolo istruttorio.

²⁷ Cfr. verbale di audizione di GEMS, doc. 175 del fascicolo istruttorio.

²⁸ Cfr. verbale di audizione di TILA, doc. 187 del fascicolo istruttorio.

²⁹ Cfr. verbale di audizione di TILA, doc. 187 del fascicolo istruttorio, e verbale di audizione di GEMS, doc. 175 del fascicolo istruttorio.

³⁰ Cfr. verbale di audizione de La Nave di Teseo, doc. 162 del fascicolo istruttorio.

³¹ Cfr. verbale di audizione di Grandi & Associati, doc. 172 del fascicolo istruttorio.

³² Cfr. verbale di audizione di Grandi & Associati, doc. 172 del fascicolo istruttorio.

³³ Al riguardo, ODEI ha posto in evidenza che gli editori indipendenti (non integrati nella filiera) non possono usare la leva di un'offerta generosa sulle royalty per controbilanciare le offerte degli editori più grandi sull'anticipo in quanto una tale proposta sarebbe resa inefficace dalle difficoltà che essi incontrerebbero nel garantire un più ampio accesso alle librerie e una maggiore visibilità all'opera (cfr. verbale di audizione di ODEI, doc. 153 del fascicolo istruttorio).

³⁴ Cfr. risposte di Grandi & Associati e di TILA alle richieste di informazioni in fase pre-istruttoria, docc. 110 e 54 del fascicolo istruttorio.

numero di copie stampate; esso rappresenta una garanzia per l'autore ma un costo per l'editore il quale tende pertanto a sostituire il bollino SIAE con altre certificazioni;

- rateizzazione dell'anticipo. Tale pratica alleggerisce l'impegno finanziario dell'editore e, per contro, aumenta il rischio per l'autore. Negli anni passati, di norma, veniva previsto il pagamento dell'anticipo in due *tranche* uguali, una alla firma e una alla consegna dell'opera; negli ultimi anni è in atto un tentativo da parte degli editori di suddividere l'anticipo in tre rate (un quarto della somma alla firma, un quarto alla consegna e la restante metà alla pubblicazione del libro);

- clausole di manleva per danni. Attraverso tali clausole l'editore tende a spostare quanto più possibile la responsabilità per danni sull'autore cercando di derogare alla solidarietà prevista dalla normativa sul diritto d'autore;

- clausole di recesso dell'editore dal contratto prima della pubblicazione del libro. La tendenza in atto è quella di aumentare le ipotesi di recesso unilaterale dell'editore al di fuori dei casi previsti dalla legge sul diritto d'autore comprendendovi, ad esempio, il cambiamento della linea editoriale; in questi casi il confronto negoziale verte sulle somme dovute dall'editore all'autore in caso di esercizio del diritto di recesso³⁵.

48. Gli agenti letterari interpellati hanno affermato che la forza negoziale di un editore dipende dalla disponibilità di una distribuzione capillare e di un'attività di promozione efficace nonché dalla forza del marchio in sé; per contro il potere negoziale di un autore e del suo agente dipendono dalla fama e/o dalla forza commerciale dell'autore³⁶.

49. Al fine di individuare gli editori ai quali proporre un'opera gli agenti letterari prendono in considerazione, oltre alla forza promozionale e distributiva sopra richiamata, le caratteristiche dei cataloghi e delle collane pubblicati da una casa editrice. Al riguardo è emerso, in particolare, che i marchi Mondadori e Rizzoli sono i primi due per la narrativa commerciale e per la saggistica secondo l'ordine di preferenza degli agenti letterari interpellati (cfr. Tabella 1 di seguito riportata)³⁷.

³⁵ Cfr. verbale di audizione di TILA, doc. 187 del fascicolo istruttorio.

³⁶ Cfr. risposte di Grandi & Associati e TILA alle richieste di informazioni in fase pre-istruttoria, docc. 110 e 54 del fascicolo istruttorio.

³⁷ Cfr. risposte di Grandi & Associati e TILA alle richieste di informazioni in fase pre-istruttoria, docc. 110 e 54 del fascicolo istruttorio.

Tabella 1 - Ordine di preferenza degli editori per tipologia di opera

<i>Tipologia di opera</i>	<i>Editori</i>
Narrativa italiana letteraria	Einaudi, Feltrinelli, Guanda, Bompiani, Marsilio
Narrativa straniera letteraria	Einaudi, Adelphi, Bompiani, Guanda, Sellerio
Narrativa commerciale (italiana e straniera)	Mondadori, Rizzoli, Piemme, Garzanti, Longanesi, Sperling & Kupfer, Giunti
Saggistica di attualità	Rizzoli, Mondadori, Laterza, Garzanti, Giunti, Chiarelettere
Saggistica storica	Mondadori, Rizzoli, Laterza
Saggistica scientifica	Mondadori, Rizzoli, Cortina

Fonte: informazioni fornite da agenti letterari

50. Gli operatori interpellati, sia agenti letterari che editori, concordano sul fatto che in Italia si osserva una scarsa mobilità degli autori da un editore a un altro. In particolare, i libri di autori stranieri tendono a essere pubblicati in Italia presso uno stesso editore; ciò dipende anche del fatto che per tali autori è più forte il ruolo giocato dall'agente letterario e dunque i rapporti diretti autore-editore sono limitati e prevalgono le valutazioni, basate su dati oggettivi, dell'agente³⁸.

51. Una mobilità meno limitata si osserva per gli autori italiani soprattutto per quelli pubblicati da editori medi e piccoli verso editori di maggiori dimensioni e con più forti potenzialità nelle fasi di promozione e distribuzione; in tali casi il passaggio è per lo più motivato dalla ricerca di una maggiore visibilità (talvolta l'autore valuta anche la possibilità che essere pubblicato da un dato editore aumenti la probabilità di vincere un premio letterario, quale lo Strega)³⁹. In effetti gli editori indipendenti (ossia non integrati in altre fasi della filiera dell'editoria) hanno lamentato che, non di rado, autori da essi lanciati pubblichino i libri successivi con editori più grandi in grado di pagare anticipi più elevati e garantire una maggiore promozione delle opere⁴⁰; in particolare, è stato rilevato che benché la pratica descritta interessi sia Mondadori che RCS, è quest'ultima che storicamente ha adottato una politica volta ad acquisire gli autori lanciati da editori indipendenti⁴¹. In alcuni casi il fatto che un autore passi a far pubblicare i propri libri a un editore diverso può essere motivato dal venir meno del rapporto fiduciario che lo legava al precedente editore⁴².

52. Tra gli autori italiani quelli che hanno pubblicato diversi libri, e dunque gli autori di successo, cambiano più raramente editore anche se ciò può avvenire a causa di screzi con l'editore o perché vengono offerti anticipi

³⁸ Si vedano, in particolare, verbali di audizione di Feltrinelli e de La Nave di Teseo, docc. 176 e 162 del fascicolo istruttorio.

³⁹ Cfr. verbali di audizione di Grandi & Associati e di GEMS, docc. 172 e 175 del fascicolo istruttorio.

⁴⁰ Cfr. verbali di audizione di ODEI e di Fazi, docc. 153 e 158 del fascicolo istruttorio.

⁴¹ Cfr. verbale di audizione di Fazi, doc. 158 del fascicolo istruttorio.

⁴² Cfr. verbale di audizione di Feltrinelli, doc. 176 del fascicolo istruttorio.

molto elevati⁴³. La principale ragione della minore mobilità degli autori che hanno alle spalle diversi libri pubblicati con un editore risiede proprio nella c.d. *backlist* (ovvero nella lista di libri già pubblicati) che resterebbe, fino alla scadenza dei relativi contratti, nel catalogo dell'editore originario⁴⁴.

53. La limitata mobilità che si osserva nel panorama autoriale italiano è stata ricondotta al fatto che ci sono pochi editori di una certa dimensione⁴⁵. Gli agenti letterari hanno altresì rilevato che le case editrici nate negli ultimi anni non sono riuscite a raggiungere una dimensione di mercato di un qualche rilievo e che, in generale, sono necessari diversi anni affinché un nuovo editore riesca a costruire un catalogo adeguato⁴⁶. Ovviamente un vincolo tecnico alla mobilità degli autori è dato dalla presenza di eventuali clausole di opzione su opere future contenute nei contratti.

La posizione degli operatori sui mercati dell'acquisizione dei diritti d'autore

54. La valutazione della posizione di mercato delle Parti è stata condotta attraverso un'analisi comparativa dei dati relativi alle acquisizioni di diritti d'autore realizzate nel periodo 2010-2014 dai principali concorrenti. Questi sono stati individuati negli altri gruppi editoriali verticalmente integrati in altre fasi della filiera dell'editoria (GEMS, Feltrinelli, Giunti, De Agostini) e negli editori indipendenti Newton Compton, E/O, Sellerio, Fazi e Laterza⁴⁷.

55. Nella Tabella 2 è riportato il numero di diritti di edizione di opere italiane di narrativa e saggistica acquisite nel periodo 2010-2014 da Mondadori e RCS Libri e dai principali concorrenti; i dati relativi ai concorrenti delle Parti sono presentati come un unico aggregato. La successiva Tabella 3 mostra, per i medesimi soggetti e con la medesima struttura, i dati relativi all'ammontare complessivo degli anticipi pagati per l'acquisizione dei diritti di edizione di opere italiane di narrativa e saggistica.

⁴³ Cfr. verbale di audizione di GEMS, doc. 175 del fascicolo istruttorio.

⁴⁴ Cfr. verbali di audizione di GEMS e di Grandi & Associati, docc. 175 e 172 del fascicolo istruttorio.

⁴⁵ Cfr. verbali di audizione di Grandi & Associati e di TILA, docc. 172 e 187 del fascicolo istruttorio.

⁴⁶ Cfr. verbali di audizione di Grandi & Associati e di TILA, docc. 172 e 187 del fascicolo istruttorio.

⁴⁷ Cfr. docc. risposte alle richieste di informazioni in fase pre-istruttoria di GEMS (doc. 47), Feltrinelli (doc. 46), Giunti (doc. 34), De Agostini (doc. 43), Newton Compton (doc. 41), E/O (doc. 40), Sellerio (doc. 63), Fazi (docc. 27 e 36) e Laterza (doc. 33).

Tabella 2 - Numero di diritti di edizione di opere italiane di narrativa e saggistica acquisiti da Mondadori e RCS Libri

	2010	2011	2012	2013	2014
Mondadori	[100-500]	[100-500]	[500-1.000]	[500-1.000]	[fino a 500]
RCS	[1.000-1.500]	[1.000- 1.500]	[1.000-1.500]	[1.000-1.500]	[500.1000]
Mondadori+RCS	[1.500-2.000]	[1.500-2.000]	[1.500-2.000]	[1.500-2.000]	[1.000-1.500]
Altri Editori	[1.000-1.500]	[1.000-1.500]	[1.000-1.500]	[1.000-1.500]	[1.000-1.500]

Fonte: elaborazioni su dati forniti dalle Società

Tabella 3 - Ammontare degli anticipi pagati da Mondadori e RCS Libri per l'acquisizione dei diritti di edizione di opere italiane di narrativa e saggistica (milioni di euro)

	2010	2011	2012	2013	2014
Mondadori	[10-49]	[10-49]	[10-49]	[10-49]	[10-49]
RCS	[1-10]	[10-49]	[1-10]	[1-10]	[1-10]
Mondadori+RCS	[10-49]	[10-49]	[10-49]	[10-49]	[10-49]
Altri Editori	[1-10]	[1-10]	[1-10]	[1-10]	[1-10]

Fonte: elaborazioni su dati forniti dalle Società

56. Dalla Tabella 2 emerge che RCS Libri ha acquisito negli anni considerati un numero di diritti all'incirca doppio rispetto a quelli acquisiti da Mondadori. Le due società considerate congiuntamente hanno acquisito un numero di diritti superiore a quelli riferibili ai restanti operatori considerati (nel 2014 Mondadori e RCS Libri hanno acquisito [1.000-1.500] diritti contro i [1.000-1.500] di tutti gli altri editori considerati). Per quanto concerne gli anticipi complessivamente pagati, la Tabella 3 mostra che Mondadori ha versato importi per una somma maggiore rispetto a quella di RCS Libri (nel 2014, [10-49] milioni contro [1-10] milioni) mentre la somma degli anticipi pagati da tutti gli altri editori considerati rappresenta in tutti gli anni una frazione compresa tra un quarto e un mezzo di quelli complessivamente pagati da Mondadori e RCS Libri. Tale rapporto indica, peraltro, che Mondadori e RCS Libri, oltre ad acquisire un numero di diritti d'autore superiore a quelli dei restanti operatori, pagano in proporzione anticipi più elevati, circostanza questa coerente con il fatto che le suddette società sono in grado di aggiudicarsi le opere degli autori più quotati.

57. La Tabella 4 riporta il numero di diritti di opere italiane di narrativa e saggistica acquisiti dai concorrenti di Mondadori e RCS Libri nel 2010-2014, espressi come percentuale del numero di diritti acquisiti da queste ultime; il dato relativo a Giunti costituisce una sovrastima in quanto considera anche le

opere straniere⁴⁸. La successiva Tabella 5 mostra per il medesimo periodo l'ammontare complessivo degli anticipi pagati dai concorrenti di Mondadori e RCS Libri per le suddette opere, espresso come percentuale delle somme versate da queste ultime⁴⁹.

Tabella 4 - Numero di diritti di edizione di opere italiane di narrativa e saggistica acquisiti dagli Altri Editori (percentuale del numero di diritti acquisiti da Mondadori e RCS Libri)

	2010	2011	2012	2013	2014
GEMS	[10-15%]	[10-15%]	[10-15%]	[10-15%]	[10-15%]
Feltrinelli	[10-15%]	[10-15%]	[15-20%]	[10-15%]	[5-10%]
Giunti	[25-30%]	[25-30%]	[25-30%]	[20-25%]	[20-25%]
De Agostini	[1-5%]	[inferiore all'1%]	[inferiore all'1%]	[1-5%]	[1-5%]
E/O	[inferiore all'1%]	[inferiore all'1%]	[1-5%]	[1-5%]	[1-5%]
Fazi	[1-5%]	[1-5%]	[1-5%]	[1-5%]	[inferiore all'1%]
Sellerio	[1-5%]	[1-5%]	[1-5%]	[1-5%]	[1-5%]
Newton	[5-10%]	[5-10%]	[5-10%]	[10-15%]	[10-15%]
Compton				15%	
Laterza	[15-20%]	[5-10%]	[10-15%]	[5-10%]	[10-15%]

Fonte: elaborazioni su dati forniti dalle Società

Tabella 5 - Ammontare degli anticipi per diritti di edizione di opere italiane di narrativa e saggistica pagati dagli Altri Editori (percentuale dell'ammontare degli anticipi pagati da Mondadori e RCS Libri)

	2010	2011	2012	2013	2014
GEMS	[5-10%]	[5-10%]	[10-15%]	[5-10%]	[10-15%]
Feltrinelli	[5-10%]	[10-15%]	[20-25%]	[5-10%]	[10-15%]
Giunti	[1-5%]	[5-10%]	[5-10%]	[1-5%]	[5-10%]
De Agostini	[inferiore all'1%]	[inferiore all'1%]	[inferiore all'1%]	[inferiore all'1%]	[inferiore all'1%]
E/O	[inferiore all'1%]	[inferiore all'1%]	[1-5%]	[inferiore all'1%]	[1-5%]
Fazi	[inferiore all'1%]	[inferiore all'1%]	[inferiore all'1%]	[inferiore all'1%]	[inferiore all'1%]
Sellerio	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.
Newton	[1-5%]	[inferiore all'1%]	[1-5%]	[inferiore all'1%]	[inferiore all'1%]
Compton					
Laterza	[1-5%]	[1-5%]	[1-5%]	[1-5%]	[1-5%]

Fonte: elaborazioni su dati forniti dalle Società

⁴⁸ Il dato di GEMS si riferisce al numero di titoli pubblicati che costituisce una proxy del numero di diritti acquisiti. Nel caso di Sellerio il dato fornito rappresenta il numero medio delle acquisizioni di diritti, senza distinzione tra opere italiane e straniere.

⁴⁹ Il dato di E/O si riferisce anche alle opere straniere.

58. I dati riportati nella Tabella 4 indicano che i concorrenti di Mondadori e RCS Libri, singolarmente considerati, acquisiscono un numero di diritti che rappresenta una percentuale ridotta, di norma inferiore al 20%, rispetto al numero di diritti acquisiti dalle Parti. Il principale concorrente di Mondadori e RCS Libri, GEMS, acquisisce in tutti gli anni considerati meno del [10-15%] del numero di diritti acquisiti da Mondadori e RCS Libri. Quanto alle somme complessivamente versate a titolo di anticipo, la Tabella 5 mostra che il monte anticipi riferibile a GEMS rappresenta percentuali inferiori al [10-15%] della somma degli anticipi versati dalle Parti; con l'eccezione di Feltrinelli, e solo per il 2012 ([15-20%]), i restanti operatori rappresentano percentuali ancora inferiori.

59. Nella Tabella 6 è riportato il numero di diritti di edizione di opere straniere di narrativa e saggistica acquisite nel periodo 2010-2014 da Mondadori, RCS Libri e dai principali concorrenti, considerati in un unico aggregato. La successiva Tabella 7 mostra, per i medesimi soggetti e con la medesima struttura, i dati relativi all'ammontare degli anticipi pagati per l'acquisizione dei diritti di edizione di opere straniere di narrativa e saggistica.

Tabella 6 - Numero di diritti di edizione di opere straniere di narrativa e saggistica acquisiti da Mondadori e RCS Libri

	2010	2011	2012	2013	2014
Mondadori	[100-500]	[500-1.000]	[500-1.000]	[500-1.000]	[500-1.000]
RCS	[500-1.000]	[500-1.000]	[500-1.000]	[1.000-1.500]	[500-1.000]
Mondadori+RCS	[1.000-1.500]	[1.000-1.500]	[1.000-1.500]	[1.500-2.000]	[1.000-1.500]
Altri Editori	[1.000-1.500]	[1.000-1.500]	[1.000-1.500]	[1.000-1.500]	[1.000-1.500]

Fonte: elaborazioni su dati forniti dalle Società

Tabella 7 - Ammontare degli anticipi pagati da Mondadori e RCS Libri per l'acquisizione dei diritti di edizione di opere straniere di narrativa e saggistica (milioni di euro)

	2010	2011	2012	2013	2014
Mondadori	[10-49]	[10-49]	[10-49]	[10-49]	[1-10]
RCS	[1-10]	[1-10]	[1-10]	[1-10]	[1-10]
Mondadori+RCS	[10-49]	[10-49]	[10-49]	[10-49]	[10-49]
Altri Editori	[1-10]	[1-10]	[10-49]	[1-10]	[1-10]

Fonte: elaborazioni su dati forniti dalle Società

60. I dati contenuti nella Tabella 6 mostrano come anche per le opere straniere il numero di diritti acquisiti da Mondadori e RCS Libri superi quello relativo ai diritti acquisiti dai principali concorrenti (nel 2014 le prime hanno acquisito [1.000-1.500] diritti, i restanti operatori [1.000-1.500]);

inoltre, trova conferma la circostanza, già rilevata per le opere italiane, per cui RCS Libri si aggiudica un numero di diritti superiore a quello di Mondadori (nel 2014 [500-1.000] contro [500-1.000]). Con riguardo all'importo complessivo degli anticipi la Tabella 7 mostra che Mondadori ha pagato in tutti gli anni un ammontare superiore a quello di RCS Libri (nel [1-10] milioni di euro per Mondadori, [1-10] milioni di euro di RCS Libri) e che la somma degli anticipi pagati da dette due società è pari a circa il doppio di quella raggiunta congiuntamente dagli altri concorrenti considerati (nel 2014 gli anticipi pagati da Mondadori e RCS Libri sono stati pari a [10-49] milioni di euro a fronte dei [1-10] degli altri editori).

61. La Tabella 8 riporta per il periodo 2010-2014 il numero di diritti di opere straniere di narrativa e saggistica acquisiti dai principali concorrenti di Mondadori e RCS Libri, espresso come percentuale del numero di diritti acquisiti da queste ultime; il dato relativo a Giunti costituisce una sovrastima in quanto considera anche le opere italiane⁵⁰. La successiva Tabella 9 mostra per il medesimo periodo l'ammontare complessivo degli anticipi pagati dai concorrenti di Mondadori e RCS Libri per l'acquisizione di diritti di traduzione di opere straniere; anche in questo caso i dati sono espressi come percentuale delle somme versate da Mondadori e RCS Libri⁵¹.

Tabella 8 - Numero di diritti di edizione di opere straniere di narrativa e saggistica acquisiti dagli Altri Editori (percentuale del numero di diritti acquisiti da Mondadori e RCS Libri)

	<i>2010</i>	<i>2011</i>	<i>2012</i>	<i>2013</i>	<i>2014</i>
GEMS	[30-35%]	[25-30%]	[20-25%]	[20-25%]	[15-20%]
Feltrinelli	[10-15%]	[10-15%]	[10-15%]	[5-10%]	[1-5%]
Giunti	[35-40%]	[35-40%]	[25-30%]	[20-25%]	[25-30%]
De Agostini	[1-5%]	[5-10%]	[1-5%]	[1-5%]	[5-10%]
E/O	[1-5%]	[1-5%]	[1-5%]	[1-5%]	[1-5%]
Fazi	[1-5%]	[1-5%]	[1-5%]	[1-5%]	[inferiore all'1%]
Sellerio	[5-10%]	[5-10%]	[1-5%]	[1-5%]	[1-5%]
Newton Compton	[5-10%]	[10-15%]	[10-15%]	[10-15%]	[10-15%]
Laterza	[1-5%]	[1-5%]	[inferiore all'1%]	[inferiore all'1%]	[1-5%]

Fonte: elaborazioni su dati forniti dalle Società

⁵⁰ GEMS ha fornito il dato relativo ai titoli pubblicati che costituisce una proxy del dato relativo al numero di diritti acquisiti. Nel caso di Sellerio per ciascun anno è stato riportato il valore medio delle acquisizioni di diritti, senza distinzione tra opere italiane e straniere.

⁵¹ Il dato di E/O si riferisce anche alle opere italiane.

Tabella 9- Ammontare degli anticipi per diritti di edizione di opere straniere di narrativa e saggistica pagati dagli Altri Editori (percentuale dell'ammontare degli anticipi pagati da Mondadori e RCS Libri)

	2010	2011	2012	2013	2014
GEMS	[20-25%]	[25-30%]	[30-35%]	[35-40%]	[35-40%]
Feltrinelli	[5-10%]	[5-10%]	[5-10%]	[5-10%]	[1-5%]
Giunti	[1-5%]	[inferiore all'1%]	[inferiore all'1%]	[inferiore all'1%]	[inferiore all'1%]
De Agostini	[1-5%]	[inferiore all'1%]	[inferiore all'1%]	[inferiore all'1%]	[1-5%]
E/O	[1-5%]	[1-5%]	[1-5%]	[1-5%]	[1-5%]
Fazi	[1-5%]	[inferiore all'1%]	[inferiore all'1%]	[inferiore all'1%]	[inferiore all'1%]
Sellerio	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.
Newton	[5-10%]	[1-5%]	[1-5%]	[1-5%]	[1-5%]
Compton					
Laterza	[inferiore all'1%]	[inferiore all'1%]	[inferiore all'1%]	[inferiore all'1%]	[inferiore all'1%]

Fonte: elaborazioni su dati forniti dalle Società

62. Dalle Tabelle 8 e 9 emerge che i concorrenti di Mondadori e RCS Libri, singolarmente considerati, acquistano un numero di diritti per opere straniere di narrativa e saggistica che rappresentano frazioni, di norma inferiori al [25-30%], di quelli acquistati da Mondadori e RCS Libri insieme. Parimenti, l'ammontare degli anticipi complessivamente pagati dagli altri editori (con l'eccezione di GEMS) costituisce frazioni inferiori al [5-10%] delle somme complessivamente pagate da Mondadori e RCS Libri. Il principale concorrente, GEMS, ha acquistato nel 2014 un numero di diritti che corrisponde al [20-25%] ([omissis]) circa di quelli acquisiti da Mondadori e RCS Libri e ha pagato per anticipi una somma complessiva che rappresenta il [35-40%] ([omissis]) di quella riferibile a Mondadori e RCS.

63. Nelle Tabelle 10 e 11 sono riportati per il periodo 2010-2014 i dati relativi al numero di diritti acquisiti e alla somma degli anticipi pagati da Mondadori e RCS Libri senza distinzione tra opere italiane e straniere.

Tabella 10 - Numero di diritti di edizione di opere di narrativa e saggistica acquisiti da Mondadori e RCS Libri

	2010	2011	2012	2013	2014
Mondadori	[500-1.000]	[1.000-1.500]	[1.000-1.500]	[1.000-1.500]	[1.000-1.500]
RCS	[1.500-2.000]	[1.500-2.000]	[1.500-2.000]	[2.000-2.500]	[1.500-2.000]
Mondadori+RCS	[2.500-3.000]	[2.500-3.000]	[2.500-3.000]	[3.000-3.500]	[2.500-3.000]
Altri Editori	[2.000-2.500]	[1.500-2.000]	[2.000-2.500]	[2.000-2.500]	[1.500-2.000]

Fonte: elaborazioni su dati forniti dalle Società

Tabella 11 - Ammontare degli anticipi pagati da Mondadori e RCS Libri per l'acquisizione dei diritti di edizione di opere narrativa e saggistica (milioni di euro)

	<i>2010</i>	<i>2011</i>	<i>2012</i>	<i>2013</i>	<i>2014</i>
Mondadori	<i>[10-49]</i>	<i>[10-49]</i>	<i>[10-49]</i>	<i>[10-49]</i>	<i>[10-49]</i>
RCS	<i>[10-49]</i>	<i>[10-49]</i>	<i>[10-49]</i>	<i>[10-49]</i>	<i>[10-49]</i>
Mondadori+RCS	<i>[10-49]</i>	<i>[10-49]</i>	<i>[10-49]</i>	<i>[10-49]</i>	<i>[10-49]</i>
Altri Editori	<i>[10-49]</i>	<i>[10-49]</i>	<i>[10-49]</i>	<i>[10-49]</i>	<i>[10-49]</i>

Fonte: elaborazioni su dati forniti dalle Società

64. La Tabella 10 mostra che in tutti gli anni considerati RCS Libri ha acquisito un numero di diritti maggiore rispetto a Mondadori (nel 2014 *[1.500-2.000]* a fronte di *[1.500-2.000]*) e che le due società insieme hanno acquistato un numero di diritti superiori a quelli acquisiti dall'insieme dei restanti editori considerati (nel 2014 Mondadori e RCS Libri hanno acquistato *[2.500-3.000]* diritti a fronte dei *[1.500-2.000]* dell'insieme degli altri editori). In termini di anticipi (Tabella 11), Mondadori ha versato in tutti gli anni considerati una somma complessiva superiore a quella di RCS Libri (nel 2014 la prima ha versato anticipi per un ammontare pari a *[10-49]* milioni di euro mentre la seconda per *[10-49]* milioni di euro); gli anticipi complessivamente pagati dalle restanti società considerati sono invece stati pari a frazioni, comprese tra un terzo e un mezzo, degli anticipi complessivamente pagati da Mondadori e RCS Libri considerate congiuntamente.

65. La Tabella 12 riporta per il periodo 2010-2014 il numero di diritti di opere di narrativa e saggistica acquisiti dai concorrenti di Mondadori e RCS Libri, espresso come percentuale del numero di diritti acquisiti da queste ultime. La successiva Tabella 13 mostra l'ammontare complessivo degli anticipi pagati dai concorrenti di Mondadori e RCS Libri per l'acquisizione di diritti relativi a opere di narrativa e saggistica, espresso come percentuale delle somme complessivamente versate da Mondadori e RCS Libri.

Tabella 12 - Numero di diritti di edizione di opere di narrativa e saggistica acquisiti dagli Altri Editori (percentuale del numero di diritti acquisiti da Mondadori e RCS Libri)

	2010	2011	2012	2013	2014
GEMS	[20-25%]	[15-20%]	[15-20%]	[15-20%]	[15-20%]
Feltrinelli	[10-15%]	[10-15%]	[15-20%]	[10-15%]	[5-10%]
Giunti	[15-20%]	[15-20%]	[10-15%]	[10-15%]	[10-15%]
De Agostini	[1-5%]	[1-5%]	[1-5%]	[1-5%]	[1-5%]
E/O	[1-5%]	[1-5%]	[1-5%]	[1-5%]	[1-5%]
Fazi	[1-5%]	[1-5%]	[1-5%]	[1-5%]	[inferiore all'1%]
Sellerio	[1-5%]	[1-5%]	[1-5%]	[1-5%]	[1-5%]
Newton Compton	[5-10%]	[5-10%]	[5-10%]	[10-15%]	[10-15%]
Laterza	[10-15%]	[5-10%]	[5-10%]	[1-5%]	[5-10%]

Fonte: elaborazioni su dati forniti dalle Società

Tabella 13 - Ammontare degli anticipi per diritti di edizione di opere di narrativa e saggistica pagati dagli Altri Editori (percentuale dell'ammontare degli anticipi pagati da Mondadori e RCS Libri)

	2010	2011	2012	2013	2014
GEMS	[10-15%]	[15-20%]	[20-25%]	[20-25%]	[20-25%]
Feltrinelli	[5-10%]	[10-15%]	[10-15%]	[5-10%]	[5-10%]
Giunti	[1-5%]	[1-5%]	[1-5%]	[1-5%]	[1-5%]
De Agostini	[inferiore all'1%]	[inferiore all'1%]	[inferiore all'1%]	[inferiore all'1%]	[inferiore all'1%]
E/O	[inferiore all'1%]	[inferiore all'1%]	[inferiore all'1%]	[inferiore all'1%]	[1-5%]
Fazi	[inferiore all'1%]	[inferiore all'1%]	[inferiore all'1%]	[inferiore all'1%]	[inferiore all'1%]
Sellerio	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.
Newton Compton	[1-5%]	[1-5%]	[1-5%]	[1-5%]	[1-5%]
Laterza	[1-5%]	[inferiore all'1%]	[inferiore all'1%]	[inferiore all'1%]	[1-5%]

Fonte: elaborazioni su dati forniti dalle Società

66. Dalla Tabella 12 emerge che i concorrenti di Mondadori e RCS Libri, singolarmente considerati, hanno acquisito un numero di diritti di edizione pari a frazioni, di norma non superiori al [20-25%] ([omissis]), rispetto a quelli acquisiti da Mondadori e RCS Libri. Il principale concorrente, GEMS, ha acquisito nel 2014 un numero di diritti pari al [15-20%] (circa [omissis]) di quello riferibile a Mondadori e RCS Libri. Con riguardo all'ammontare complessivo degli anticipi la Tabella 13 dà conto del fatto che GEMS ha pagato anticipi per importi complessivi che non superano il [20-25%] (circa [omissis]) delle somme pagate da Mondadori e RCS Libri.

Le considerazioni dei Terzi

67. Gli agenti letterari interpellati⁵² hanno affermato che l'acquisizione di RCS Libri da parte di Mondadori rischia di ridurre il potere contrattuale degli autori in quanto essi potranno proporre le loro opere a un numero inferiore di case editrici e soprattutto non potranno più mettere in concorrenza Mondadori e RCS Libri perdendo in tal modo una rilevante leva negoziale (riduzione della concorrenza *interbrand*). Inoltre, l'operazione di concentrazione potrà determinare una riduzione della concorrenza tra le numerose case editrici di quello che diventerà di gran lunga il principale gruppo editoriale italiano (riduzione della concorrenza *intra-brand*).

68. A seguito della realizzazione dell'operazione non esisterebbero sul mercato italiano editori di dimensione paragonabile a quella di Mondadori. In particolare, è stato rilevato che Mondadori avrebbe una forza promozionale e distributiva non paragonabile a quella degli altri editori in quanto nessun altro gruppo potrebbe presentarsi al mercato con un portafoglio di autori così ricco e ampio. Benché sul mercato italiano ci siano altri editori dotati di una certa forza promozionale e distributiva, quali GEMS e Feltrinelli, essi avrebbero però una dimensione notevolmente inferiore tanto da far dubitare che gli stessi sarebbero in grado di pubblicare i libri di tutti gli autori che decidessero di non pubblicare con Mondadori.

69. Gli effetti della perdita di potere negoziale degli editori potranno riguardare sia il contenuto economico dei contratti, e dunque gli anticipi e le *royalty*, che le altre clausole contrattuali, in particolare quelle relative alla manleva per danni e alle ipotesi di recesso dell'editore.

70. Gli editori concorrenti hanno rilevato che a seguito dell'operazione di concentrazione Mondadori avrà una massa critica tale da attrarre gli autori incrementando in tal modo il suo già ricco portafoglio autoriale; per contro, anche i concorrenti di dimensioni maggiori potranno divenire meno attrattivi per gli autori in ragione della minore dimensione⁵³. Inoltre, Mondadori verrà a detenere una gamma così vasta di marchi da divenire il primo punto di contatto per gli agenti in ragione della varietà di generi e titoli che potranno essere ospitati nelle sue collane⁵⁴.

⁵² Cfr. risposte di Grandi & Associati e TILA alle richieste di informazione in fase pre-istruttoria (docc. 110 e 54) e verbali di audizione delle medesime società (docc. 172 e 187).

⁵³ Cfr. verbale di audizione de La Nave di Teseo, doc. 162 del fascicolo istruttorio.

⁵⁴ Cfr. verbali di audizione di Feltrinelli e di ODEI, docc. 176 e 153 del fascicolo istruttorio. Detti soggetti hanno altresì rilevato che la forza attrattiva di Mondadori nei confronti degli autori potrebbe essere rafforzata dal fatto che essa diverrà l'unico operatore di mercato a potersi avvalere degli strumenti di

71. Gli editori indipendenti temono che l'attrattività di Mondadori per gli autori che essi hanno portato al successo possa essere amplificata dall'acquisizione di RCS Libri. L'impoverimento del progetto editoriale degli editori indipendenti potrebbe ridurre le possibilità di crescita dei soggetti presenti da meno tempo sul mercato e perfino mettere a rischio la stessa sopravvivenza degli editori più piccoli. In ultima analisi ciò potrebbe tradursi in una riduzione della varietà dell'offerta in danno al consumatore⁵⁵.

Le argomentazioni di Mondadori e RCS Libri

72. Mondadori ha in primo luogo contestato la *proxy* che l'Autorità ha utilizzato nel provvedimento di avvio dell'istruttoria per determinare la posizione delle Parti sui mercati dell'acquisizione dei diritti, ossia la c.d. Top 100 dei titoli più venduti. Secondo Mondadori tale *proxy* non sarebbe rappresentativa dei dati complessivi e sovrastimerebbe le quote di mercato riferibili a Mondadori e RCS Libri. Al fine di sostenere tale argomentazione, Mondadori ha fornito dati relativi alle novità pubblicate nell'anno 2015 con riferimento al mercato generale della "varia": in base alle elaborazioni effettuate i Gruppi Mondadori e RCS Libri hanno pubblicato congiuntamente nel 2015 l'8,5% del numero complessivo di novità. In aggiunta a tale ricostruzione, Mondadori ha effettuato ulteriori elaborazioni sulle novità che hanno venduto un minimo di 1.000 copie, su quelle che hanno venduto un minimo di 5.000 copie e sui primi 1.000 titoli nella classifica di vendita arrivando alla conclusione che anche su questi sottoinsiemi la concentrazione di mercato non sarebbe mai superiore al 37%⁵⁶.

73. Anche RCS Libri ha rilevato che l'utilizzo dei dati relativi ai libri rientranti nella Top 100 ai fini della valutazione della posizione di mercato delle Parti risulta non appropriato. Secondo RCS Libri, le novità immesse sul mercato ammonterebbero a 40.000-44.000 e Mondadori e RCS Libri pubblicherebbero l'8% circa dei nuovi titoli (RCS da sola pubblica circa 1.300 novità). Alla luce di tale dato complessivo, RCS Libri ritiene che al fine di valutare la posizione di Mondadori e RCS Libri sul mercato dell'acquisizione dei diritti sarebbe più opportuno fare riferimento al valore delle vendite di *hard cover*, che la società di ricerche di mercato GFK rileva come nuove edizioni; in tal caso la quota di mercato di Mondadori e RCS

comunicazione derivanti dall'appartenenza a un gruppo multimediale, caratteristica questa comune alla sola RCS Libri, oggetto di acquisizione.

⁵⁵ Cfr. verbale di audizione di ODEI, doc. 153 del fascicolo istruttorio.

⁵⁶ Cfr. memoria di Mondadori, docc. 183 e 192 del fascicolo istruttorio.

Libri sarebbe compresa tra il 30% e il 35% delle vendite di nuovi libri di “varia”⁵⁷.

74. RCS Libri, inoltre, ha dichiarato di non reputare significativa la distinzione effettuata dall’Autorità tra l’acquisizione dei diritti su opere italiane e straniere in quanto gli autori stranieri e, salvo rare eccezioni, quelli italiani sono sempre intermediati da agenti o *sub-agenti* cosicché gli interlocutori per gli editori sono sempre gli stessi⁵⁸.

75. Con riguardo alla contendibilità del mercato dell’acquisizione dei diritti, Mondadori ha posto in evidenza che in *[omissis]* casi su 10 gli anticipi pagati dal Gruppo sono inferiori o al più uguali a *[omissis]* ritenendo tale somma alla portata anche degli editori di minori dimensioni. Stando ai dati forniti da Mondadori, solo in *[omissis]* casi su 10, infatti, gli anticipi pagati dal Gruppo sarebbero ricompresi in un *range* che va dai *[omissis]* euro. La società, richiesta di fornire i dati di vendita realizzati dai libri per i quali sono stati pagati gli anticipi maggiori, rientranti nei *[omissis]* casi su 10 esclusi per valutare le possibilità degli editori minori, ha affermato di non essere in possesso di tale informazione⁵⁹.

76. Secondo Mondadori gli autori non sono la parte debole della negoziazione in quanto essi rappresentano il principale *asset* delle case editrici e sono di norma assistiti da un agente. Per l’acquisizione dei diritti di autori stranieri esistono *standard* di prezzo definiti, vengono svolte delle aste e gli stessi sono assistiti da agenti forti; per tali motivi un autore viene acquisito dal miglior offerente. Nel caso dell’acquisizione di diritti di autori italiani la dinamica dei prezzi non è governabile in quanto le singole negoziazioni costituiscono casi a sé stanti e le case editrici sono autonome rispetto al gruppo e come tali sono percepite dagli autori; peraltro, questi ultimi, in alcuni casi, sono legati al direttore editoriale di una casa editrice piuttosto che a un marchio⁶⁰.

77. In relazione alla mobilità degli autori da un editore all’altro, Mondadori ha sostenuto che il mercato sarebbe estremamente movimentato in quanto i passaggi da una casa editrice all’altra sarebbero frequenti. La mobilità sarebbe elevata anche infragruppo. Dai dati forniti dalla stessa Mondadori emergerebbe che le entrate e le uscite degli autori solo raramente sono da Mondadori verso RCS Libri e viceversa; tale circostanza smentirebbe l’assunto dell’Autorità secondo cui Mondadori e RCS Libri

⁵⁷ Cfr. verbale di audizione di RCS Libri, doc. 189 del fascicolo istruttorio.

⁵⁸ Cfr. verbale di audizione di RCS Libri, doc. 189 del fascicolo istruttorio.

⁵⁹ Cfr. memoria di Mondadori, docc. 183 e 192 del fascicolo istruttorio.

⁶⁰ Cfr. verbale di audizione di Mondadori, doc. 157 del fascicolo istruttorio.

rappresenterebbero per gli autori i principali sostituti reciproci⁶¹.

78. Secondo RCS Libri, nel mercato editoriale la dimensione dell'editore non è un fattore determinante per il successo dei libri come dimostrato dal fatto che di frequente titoli di piccoli editori (ad esempio, E/O) arrivano nella Top 20. Né è necessario per pubblicare principalmente *best seller* avere grandi risorse finanziarie da spendere in diritti in quanto in diversi casi negli ultimi anni per libri di successo sono stati pagati anticipi di poche migliaia di euro; non c'è, dunque, una necessaria correlazione tra importo degli anticipi e successo dell'opera, come dimostrato da numerosi casi anche tra gli autori editi da RCS Libri. A ciò ha contribuito lo sviluppo del *self-publishing*, bacino dal quale gli editori oramai attingono nuovi autori grazie anche al lavoro di *editor* capaci di intercettare i nuovi talenti e le tendenze del mercato. Le aste si svolgono ormai solo per i grandi autori di successo. Il *self-publishing* ha altresì contribuito ad abbassare le barriere all'ingresso nel mercato. A parere di RCS Libri l'acquisizione di un autore avviene in funzione di una serie di fattori di attrazione ulteriori rispetto agli anticipi, quali la reputazione della casa editrice e la "bravura", la velocità e il coraggio degli *editor*.

B) IL MERCATO DELL'EDITORIA DI NARRATIVA E SAGGISTICA

Caratteristiche del mercato

79. Sui mercati dell'editoria gli editori competono tra di loro al fine di guadagnare spazi di visibilità per i libri pubblicati nelle librerie, sui siti di vendita degli *e-retailer*, nell'assortimento degli operatori che gestiscono gli spazi dedicati ai libri presso i punti vendita della GDO e nell'assortimento dei grossisti (che riforniscono di libri le piccole librerie e le edicole). Per conseguire tale scopo l'editore, una volta acquisiti il diritto di pubblicazione o di traduzione di un'opera, segue la pubblicazione del libro, decide il prezzo di copertina e la tempistica di lancio del libro e organizza le attività di promozione e distribuzione, potendo svolgere tali ultime attività in proprio ovvero acquistando servizi presso soggetti terzi.

80. Nel corso dell'istruttoria è emerso che le principali leve competitive per gli editori sono la costruzione di un catalogo che riscontri il successo dei lettori e la capacità di assicurare ai propri libri un'adeguata promozione e

⁶¹ Cfr. memoria di Mondadori, docc. 183 e 192 del fascicolo istruttorio.

una distribuzione rapida e capillare⁶². La disponibilità di un catalogo ampio rileva perché accresce le condizioni di visibilità all'interno delle librerie dei titoli pubblicati da un dato editore⁶³. Inoltre, dall'ampiezza e dal pregio del catalogo dipende il potere negoziale dell'editore nei confronti degli intermediari di vendita⁶⁴. La costruzione di un buon catalogo richiede diversi anni, necessari al perseguimento di un progetto editoriale, non essendo sufficiente il successo isolato di un libro o di un autore⁶⁵; ad esempio, la costruzione del catalogo che ha portato la Bompiani dallo 0,7% a oltre il 2% ha richiesto un lavoro di 25 anni⁶⁶.

81. Strettamente connesso al tema del catalogo è quello del formato tascabile. Quest'ultimo è infatti il formato nel quale si continua a vendere il catalogo con particolare riferimento ai titoli le cui prime edizioni hanno riscosso un successo di pubblico⁶⁷. È emerso che alla prima edizione di un *best seller* seguono una o più edizioni tascabili; inoltre, negli ultimi anni Mondadori e RCS Libri hanno introdotto un'edizione *trade paperback*, ossia un'edizione intermedia rispetto a quella tascabile tradizionale con un prezzo leggermente superiore a quest'ultima. Le edizioni tascabili allargano la platea dei lettori a fasce di reddito e sociali diverse da quelle della prima edizione⁶⁸.

82. È stato evidenziato che la pubblicazione di libri in formato tascabile riveste una particolare importanza in relazione al finanziamento dell'attività di editore. Infatti, attraverso l'edizione tascabile di un dato titolo l'editore rientra di una parte dell'anticipo pagato per l'acquisizione dei relativi diritti. Inoltre, gli introiti derivanti dalla vendita delle edizioni tascabili del catalogo finanziano l'acquisizione di nuovi diritti e dunque il progetto editoriale perseguito⁶⁹. È stato in particolare spiegato che il catalogo pubblicabile in formato tascabile rappresenta per l'editore la sicurezza di un dato livello di introiti mentre la pubblicazione di nuovi titoli rappresenta il rischio⁷⁰.

83. Per quanto concerne i servizi di promozione e distribuzione dei libri è stato sottolineato che il settore editoriale italiano si caratterizza per il fatto

⁶² Cfr. risposte di E/O (doc. 40), Fazi (docc. 27 e 36), Messaggerie (doc. 47) e Sellerio (doc. 63) alla richiesta di informazioni in fase pre-istruttoria e verbale di audizione de La Nave di Teseo (doc. 162).

⁶³ Cfr. verbali di audizione de La Nave di Teseo e di Feltrinelli, docc. 162 e 176 del fascicolo istruttorio.

⁶⁴ Cfr. verbali di audizione di ODEI e di ALI, docc. 153 e 168 del fascicolo istruttorio.

⁶⁵ Cfr. verbale di audizione di Grandi & Associati, cfr. doc. 172 del fascicolo istruttorio.

⁶⁶ Cfr. verbale di audizione de La Nave di Teseo, doc. 162 del fascicolo istruttorio.

⁶⁷ Cfr. risposta di Messaggerie alla richiesta di informazioni in fase pre-istruttoria, doc. 47 del fascicolo istruttorio.

⁶⁸ Cfr. verbali di audizione de La Nave di Teseo e di TILA, docc. 162 e 187 del fascicolo istruttorio.

⁶⁹ Cfr. risposte di Messaggerie e Feltrinelli alla richiesta di informazioni in fase pre-istruttoria, doc. 47 e 46 del fascicolo istruttorio.

⁷⁰ Cfr. verbale di audizione de La Nave di Teseo, doc. 162 del fascicolo istruttorio.

che i principali gruppi (Mondadori, RCS Libri, Messaggerie, Feltrinelli e Giunti) sono integrati in dette fasi della filiera. Gli editori non integrati acquistano invece tali servizi molto spesso dai propri concorrenti verticalmente integrati⁷¹.

84. Accanto ai servizi di promozione (intesi come attività rivolte agli intermediari di vendita) gli editori svolgono, attraverso i propri uffici stampa, attività di comunicazione rivolte ai lettori, volte a far conoscere i libri pubblicati al fine di sollecitarne l'acquisto. In relazione a tali attività è stato sottolineato come Mondadori e RCS Libri siano gli unici soggetti appartenenti a gruppi attivi nei *media*⁷².

La definizione del mercato

85. Nel provvedimento di avvio l'editoria di "varia" è stata suddivisa a seconda delle categorie di opera ossia (i) libri di narrativa e saggistica, (ii) libri per ragazzi, (iii) libri d'arte, (iv) guide e manuali, (v) libri accademici e professionali, (vi) fumetti, (vii) dizionari ed enciclopedie. Nella Tabella 14 sono riportati i coefficienti di correlazione tra i ricavi medi (valore delle vendite diviso volume delle vendite) delle suddette categorie di libri⁷³.

Tabella 14 - Coefficienti di correlazione tra i ricavi medi delle categorie di libri della "varia"

	<i>Narrativa e saggistica</i>	<i>Ragazzi</i>	<i>Guide e manuali</i>	<i>Libri accademici e professionali</i>	<i>Libri d'arte</i>	<i>Dizionari e enciclopedie</i>	<i>Fumetti</i>
Narrativa e saggistica	1	0,6478	-0,4080	-0,7164	0,4387	0,6746	-0,5223
Ragazzi	0,6478	1	-0,9004	-0,8754	0,2073	0,8421	-0,3038
Guide e manuali	-0,4080	-0,9004	1	0,7683	0,1441	-0,7429	0,3434
Libri accademici e professionali	-0,7164	-0,8754	0,7683	1	-0,3784	-0,9803	0,1067
Libri d'arte	0,4387	0,2073	0,1441	-0,3784	1	0,4591	0,4128
Dizionari e enciclopedie	0,6746	0,8421	-0,7429	-0,9803	0,4591	1	-0,0123
Fumetti	-0,5223	-0,3038	0,3434	0,1067	0,4128	-0,0123	1

Fonte: elaborazione su dati forniti dalla Parte notificante

⁷¹ Cfr. risposte di E/O (doc. 40), Fazi (doc. 27 e 36) e Sellerio (doc. 63) alle richieste di informazioni in fase pre-istruttoria e verbale di audizione di ODEI (doc. 153).

⁷² Cfr. risposte di Messaggerie (doc. 47), Feltrinelli (doc. 46) e Giunti (doc. 34) alla richiesta di informazioni in fase pre-istruttoria.

⁷³ Per l'elaborazione si sono utilizzati i dati forniti in allegato al documento di notifica dell'operazione di concentrazione (doc. 28 del fascicolo istruttorio).

86. Dalla Tabella 14 emerge che i ricavi medi delle diverse categorie della “varia” sono in molti casi negativamente correlati e anche quando mostrano una correlazione positiva questa risulta di norma inferiore a 0,8. Le correlazioni misurate indicano che i ricavi medi delle diverse tipologie di opera tendono a variare in maniera abbastanza autonoma se non in direzioni opposte. Al riguardo, è stato osservato in letteratura che livelli del coefficiente di correlazione inferiori a 0,8 sono indicativi del fatto che i prodotti sottostanti appartengono a mercati diversi⁷⁴.

87. In particolare, i ricavi medi riferibili ai libri di narrativa e saggistica risultano negativamente correlati con quelli afferenti a guide e manuali, libri accademici e professionali e fumetti mentre risultano debolmente correlati con quelli di dizionari ed enciclopedie (coefficiente pari a 0,67), libri per ragazzi (0,65) e libri d’arte (0,44). L’analisi delle correlazioni tra i ricavi medi appare pertanto coerente con l’individuazione di un mercato distinto per l’editoria di libri di narrativa e saggistica.

88. Nell’ambito della categoria di libri di narrativa e saggistica è stato altresì calcolato il coefficiente di correlazione tra i ricavi medi delle prime edizioni e di quelle tascabili⁷⁵. Detto indice risulta pari a 0,2323. Tale valore è indicativo di una correlazione positiva ma bassa e, pertanto, coerente con l’individuazione di segmenti di mercato distinti per le prime edizioni e i tascabili.

La posizione di mercato delle Parti

89. Nella Tabella 15 è riportata per il periodo 2008-2015 la dimensione del mercato dell’editoria di “varia”, così come da ultimo individuato da Mondadori, sia in volume (numero di libri venduti) che in valore (valore delle vendite)⁷⁶. Nel 2015 sono stati venduti [85-90] milioni di libri per un valore (a prezzo di copertina) pari a [1-2] miliardi di euro.

⁷⁴ Cfr. Donath, D. “The use of pricing analysis for market definition purposes: the Arjowggings/M-real Zanders Reflex and Arsenal/DSP mergers”, Competition Policy Newsletter N. 1/2009.

⁷⁵ Per l’elaborazione si sono utilizzati in dati forniti da Mondadori nella risposta alla richiesta di informazioni del 17 dicembre 2015 (doc. 58 del fascicolo istruttorio).

⁷⁶ Si sono utilizzati i dati relativi al sell out, rilevati dalla società GFK, forniti da Mondadori in sede di notifica (doc. 28) e in allegato alla memoria difensiva (docc. 183 e 192 del fascicolo istruttorio).

Tabella 15 - Dimensione in volume (migliaia di libri) e valore (milioni di euro) del mercato dell'editoria di "varia"

	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Volume	[90.000- 95.000]	[95.000- 100.000]	[95.000- 100.000]	[95.000- 100.000]	[90.000- 95.000]	[90.000- 95.000]	[85.000- 90.000]	[85.000- 90.000]
Valore	[1.000- 2.000]	[1.000- 2.000]	[1.000- 2.000]	[1.000- 2.000]	[1.000- 2.000]	[1.000- 2.000]	[1.000- 2.000]	[1.000- 2.000]

Fonte: elaborazioni su dati forniti dalla Parte notificante

90. Nella Tabella 16 è riportato per il periodo 2008-2015 il peso percentuale delle vendite, in volume e in valore, di libri di narrativa e saggistica sul totale delle vendite di libri di "varia". L'editoria di narrativa e saggistica rappresenta la categoria maggioritaria nell'ambito della varia pesando per oltre il 55% (nel 2015 [55-60%] in volume e [55-60%] in valore).

Tabella 16 - Peso delle vendite di libri di narrativa e saggistica sul mercato dell'editoria di "varia"

	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Volume	[55- 60%]	[55- 60%]	[60- 65%]	[55- 60%]	[55- 60%]	[55- 60%]	[55- 60%]	[55- 60%]
Valore	[55- 60%]	[60- 65%]	[60- 65%]	[55- 60%]	[55- 60%]	[55- 60%]	[55- 60%]	[55- 60%]

Fonte: elaborazioni su dati forniti dalla Parte notificante

91. Nelle Tabelle 17 e 18 sono riportati per il periodo 2008-2015 i dati relativi alle quote di mercato, sia in volume che in valore, delle Parti e dei principali concorrenti nel mercato dell'editoria di narrativa e saggistica. Emerge che, rispetto al 2014, nell'ultimo anno la quota di mercato congiunta di Mondadori e RCS Libri è leggermente diminuita attestandosi comunque su valori compresi tra il 35% e il 45% ([35-40%] in volume rispetto al [40-45%] del 2014; [40-45%] in valore circa rispetto al [45-50%] del 2014). Il secondo operatore di mercato di GEMS detiene nel 2015 una quota pari al [10-15%] in volume e [10-15%] in valore.

Tabella 17 - Quote di mercato in volume nel mercato dell'editoria di narrativa e saggistica

	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Mondadori	[35-40%]	[35-40%]	[30-35%]	[30-35%]	[30-35%]	[30-35%]	[30-35%]	[25-30%]
GEMS	[10-15%]	[10-15%]	[10-15%]	[10-15%]	[10-15%]	[10-15%]	[10-15%]	[10-15%]
RCS	[10-15%]	[10-15%]	[10-15%]	[10-15%]	[10-15%]	[10-15%]	[10-15%]	[10-15%]
Feltrinelli	[5-10%]	[5-10%]	[5-10%]	[5-10%]	[5-10%]	[5-10%]	[5-10%]	[5-10%]
Newton	[1-5%]	[1-5%]	[1-5%]	[1-5%]	[5-10%]	[10-15%]	[5-10%]	[5-10%]
Compton						15%		
Altri Editori	[25-30%]	[30-35%]	[25-30%]	[30-35%]	[25-30%]	[25-30%]	[25-30%]	[30-35%]
Mondadori+	[50-55%]	[45-50%]	[45-50%]	[45-50%]	[40-45%]	[40-45%]	[40-45%]	[35-40%]
RCS	55%	50%	50%	50%	45%	45%	45%	40%
Totale	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Fonte: elaborazioni su dati forniti dalla Parte notificante e dati forniti dalla Parte notificante

Tabella 18 - Quote di mercato in valore nel mercato dell'editoria di narrativa e saggistica

	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Mondadori	[35-40%]	[35-40%]	[35-40%]	[30-35%]	[35-40%]	[30-35%]	[30-35%]	[30-35%]
GEMS	[10-15%]	[10-15%]	[10-15%]	[10-15%]	[10-15%]	[10-15%]	[10-15%]	[10-15%]
RCS	[10-15%]	[10-15%]	[10-15%]	[10-15%]	[10-15%]	[10-15%]	[10-15%]	[10-15%]
Feltrinelli	[1-5%]	[1-5%]	[1-5%]	[1-5%]	[1-5%]	[1-5%]	[1-5%]	[5-10%]
Newton	[5-10%]	[1-5%]	[5-10%]	[5-10%]	[1-5%]	[5-10%]	[5-10%]	[1-5%]
Compton								
Altri Editori	[30-35%]	[30-35%]	[30-35%]	[30-35%]	[30-35%]	[30-35%]	[30-35%]	[30-35%]
Mondadori+	[50-55%]	[50-55%]	[45-50%]	[45-50%]	[45-50%]	[45-50%]	[45-50%]	[40-45%]
RCS	55%	55%	50%	50%	50%	50%	50%	45%
Totale	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Fonte: elaborazioni su dati forniti dalla Parte notificante e dati forniti dalla Parte notificante

92. La Tabella 19 mostra i valori dell'indice di concentrazione Herfindahl-Hirshman (HHI) calcolato a partire dalle quote di mercato, in volume e in valore, relative al 2015. Il livello dell'indice parte da valori che si attestano intorno a 1.300 (1.298 considerando le quote di mercato in volume, 1.363 per quelle in valore) per arrivare, dopo la realizzazione dell'operazione, su valori prossimi o superiori a 2.000 (1.927 in volume, 2.083 in valore) facendo registrare incrementi pari a 629 e 720 a seconda che si considerino le quote di mercato in volume ovvero in valore.

Tabella 19 - Valori dell'indice Herfindahl-Hirschman nel mercato dell'editoria di narrativa e saggistica – Anno 2015

	<i>HHI pre-merger</i>	<i>HHI post-merger</i>	<i>Delta</i>
Volume	1.298	1.927	629
Valore	1.363	2.083	720

Fonte: dai forniti dalla Parte notificante

93. All'interno del mercato dell'editoria di narrativa e saggistica il segmento dei tascabili rappresenta nel 2015 [15-20%] milioni di libri venduti per un valore di [100-492] milioni di euro (cfr. Tabella 20). Tali livelli rappresentano il [35-40%] circa dei volumi e il [25-30%] del valore delle vendite complessive di libri di narrativa e saggistica (cfr. Tabella 21).

Tabella 20 - Dimensione in volume (migliaia di libri) e valore (milioni di euro) del segmento dei tascabili all'interno del mercato dell'editoria di narrativa e saggistica

	<i>2008</i>	<i>2009</i>	<i>2010</i>	<i>2011</i>	<i>2012</i>	<i>2013</i>	<i>2014</i>	<i>2015</i>
Volume	[20.000-25.000]	[20.000-25.000]	[20.000-25.000]	[20.000-25.000]	[20.000-25.000]	[20.000-25.000]	[15.000-20.000]	[15.000-20.000]
Valore	[100-492]	[100-492]	[100-492]	[100-492]	[100-492]	[100-492]	[100-492]	[100-492]

Fonte: elaborazioni su dati forniti dalla Parte notificante

Tabella 21 - Peso del segmento dei tascabili all'interno sul totale mercato dell'editoria di narrativa e saggistica

	<i>2008</i>	<i>2009</i>	<i>2010</i>	<i>2011</i>	<i>2012</i>	<i>2013</i>	<i>2014</i>	<i>2015</i>
Volume	[35-40%]	[35-40%]	[40-45%]	[40-45%]	[35-40%]	[40-45%]	[35-40%]	[35-40%]
Valore	[25-30%]	[25-30%]	[25-30%]	[30-35%]	[25-30%]	[25-30%]	[25-30%]	[25-30%]

Fonte: elaborazioni su dati forniti dalla Parte notificante

94. Le quote di mercato di Mondadori e RCS Libri nel periodo 2008-2015 sono riportate nelle Tabelle 22 (volumi di vendita) e 23 (valore delle vendite). Nel 2015 la quota di mercato di Mondadori è stata pari al [40-45%] in volume e al [45-50%] in valore, quella di RCS Libri è stata pari al [10-15%] in volume e al [10-15%] in valore. Pertanto, a seguito della realizzazione dell'operazione Mondadori verrà a detenere una quota pari al [50-55%] in volume e [60-65%] in valore.

Tabella 22 - Quote di mercato in volume nel segmento di tascabili

	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Mondadori	[45-50%]	[45-50%]	[45-50%]	[40-45%]	[40-45%]	[40-45%]	[40-45%]	[40-45%]
RCS	[10-15%]	[10-15%]	[10-15%]	[10-15%]	[10-15%]	[10-15%]	[10-15%]	[10-15%]
Altri Editori	[35-40%]	[35-40%]	[35-40%]	[40-45%]	[40-45%]	[45-50%]	[45-50%]	[45-50%]
Mondadori+RCS	[60-65%]	[60-65%]	[60-65%]	[55-60%]	[55-60%]	[50-55%]	[50-55%]	[50-55%]
Totale	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Fonte: elaborazioni su dati forniti dalla Parte notificante

Tabella 23 - Quote di mercato in valore nel segmento di tascabili

	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Mondadori	[50-55%]	[50-55%]	[50-55%]	[45-50%]	[45-50%]	[45-50%]	[45-50%]	[45-50%]
RCS	[10-15%]	[10-15%]	[15-20%]	[15-20%]	[10-15%]	[10-15%]	[10-15%]	[10-15%]
Altri Editori	[30-35%]	[30-35%]	[30-35%]	[35-40%]	[35-40%]	[35-40%]	[35-40%]	[35-40%]
Mondadori+RCS	[65-70%]	[65-70%]	[65-70%]	[60-65%]	[60-65%]	[60-65%]	[60-65%]	[60-65%]
Totale	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Fonte: elaborazioni su dati forniti dalla Parte notificante

95. Nella Tabella 24 sono riportati i valori dell'indice di concentrazione HHI nel segmento dei libri tascabili calcolati utilizzando le quote di mercato in volume e in valore relative al 2015⁷⁷. L'indice parte da livelli molto elevati, 1.843 per le quote in volume e 2.295 per quelle in valore, per arrivare nello scenario di mercato successivo alla realizzazione dell'operazione a livelli prossimi o molto superiori a 3.000 (2.922 in volume, 3.619 in valore) con incrementi maggiori di 1.000 (1.079 in volume, 1.325 in valore).

Tabella 24 - Valori dell'indice Herfindahl-Hirschman nel segmento dei tascabili - Anno 2015

	HHI pre-merger	HHI post-merger	Delta
Volume	1.843	2.922	1.079
Valore	2.295	3.619	1.325

Fonte: elaborazioni su dati forniti dalla Parte notificante

96. Nella Tabella 25 sono riportati i livelli medi degli sconti sul prezzo di copertina riconosciuti agli intermediari di vendita (librerie indipendenti, librerie di catena, GDO, grossisti, *E-retailer*) nel 2014 da Mondadori e RCS

⁷⁷ Si sono utilizzati i soli dati relativi a Mondadori e RCS Libri.

Libri⁷⁸. Detti valori sono rappresentativi di quelli relativi all'intero periodo 2010-2014 in quanto in tale periodo i valori medi degli sconti agli intermediari di vendita sono risultati sostanzialmente stabili.

Tabella 25 - Livello medio degli sconti riconosciuti da Mondadori e RCS Libri agli intermediari di vendita (percentuali)

	<i>Librerie indipendenti</i>	<i>Librerie di catena</i>	<i>GDO</i>	<i>Grossisti</i>	<i>E-retailer</i>
Mondadori	[35-40]	[45-50]	[50-55]	[40-45]	[40-45]
RCS	[35-40]	[45-50]	[50-55]	[45-50]	[40-45]

Fonte: dati forniti dalle Parti

97. I dati riportati danno conto del fatto che per tutti i canali di vendita RCS Libri riconosce sconti più elevati, e dunque più favorevoli agli intermediari, rispetto a Mondadori.

La posizione dei Terzi

98. Un primo argomento sul quale si sono espressi i soggetti interpellati nel corso dell'istruttoria è stato il confronto tra il contesto internazionale e il panorama nazionale.

99. La Nave di Teseo ha sottolineato come la concentrazione prospettata rappresenti un *unicum* nel panorama europeo se si considera che altrove i grandi gruppi editoriali raggiungono, nel Paese di riferimento, quote non superiori al 24% e per crescere puntano ad acquisizioni in Paesi diversi. La Nave di Teseo ritiene che, in ragione del fatto che per Mondadori l'acquisizione di RCS rappresenta un investimento rilevante, essa cercherà necessariamente di crescere al fine di recuperare i costi dell'acquisizione, e presumibilmente lo farà a scapito della filiera e dei concorrenti. Quanto ai livelli della domanda di libri, la Nave di Teseo ha evidenziato che i Paesi nei quali si legge di più, e dunque si comprano più libri, presentano un'offerta significativamente meno concentrata di quanto non sia quella italiana oggi; inoltre, in detti Paesi sono presenti poli di librerie indipendenti dagli editori⁷⁹.

100. Fazi ha rappresentato un'anomalia propria del mercato italiano nel quale i maggiori editori controllano l'intero processo della filiera, ovvero la

⁷⁸ Cfr. risposte di Mondadori e RCS Libri alla richiesta di informazioni del 17 dicembre 2015, docc. 58 e 59 del fascicolo istruttorio.

⁷⁹ Cfr. verbale di audizione de La Nave di Teseo, doc. 162 del fascicolo istruttorio.

produzione, distribuzione, promozione e nel caso di Mondadori, Feltrinelli, Giunti e Messaggerie anche il *retailing* attraverso le catene di librerie. Di norma nei Paesi esteri la distribuzione e le catene di *retailing* sono invece assolutamente indipendenti dagli editori. Lo scenario del mercato italiano indebolirebbe gli editori indipendenti che per accedere al mercato sono costretti a utilizzare distributori e reti commerciali riferibili ad altri gruppi editoriali. Secondo Fazi, l'acquisizione di RCS Libri da parte di Mondadori rappresenta un caso peculiare nel panorama internazionale per il livello della quota di mercato che sarebbe raggiunto (40%)⁸⁰.

101. Il Gruppo GEMS ha rilevato come il tema evocato da Mondadori circa la dimensione del gruppo a livello internazionale quale ragione principale della concentrazione non appaia condivisibile. In primo luogo GEMS ha osservato come di recente sia Mondadori che RCS abbiano dismesso le relative attività internazionali, la prima cedendo le partecipazioni in Random House Mondadori in Spagna e la seconda vendendo Flammarion in Francia. Inoltre, secondo GEMS è importante rilevare come gli operatori internazionali che Mondadori individua come suoi *competitor* hanno le dimensioni attuali in quanto si sono espansi orizzontalmente attraverso acquisizioni in altri Paesi.

102. Sellerio ha evidenziato come per gli editori indipendenti sia di importanza strategica l'accesso al mercato della vendita al dettaglio e quanto ciò risulti complicato in ragione delle caratteristiche del mercato italiano dell'editoria, che vede i principali gruppi editoriali attivi contemporaneamente anche agli altri livelli della filiera distributiva. Tale forte integrazione verticale si traduce talvolta in politiche commerciali degli operatori della vendita che, pur non necessariamente discriminando in modo aperto gli editori indipendenti, finiscono tuttavia per privilegiare le pubblicazioni dell'editore di appartenenza. In un tale contesto sussiste secondo Sellerio un apprezzabile rischio che l'operazione prospettata possa determinare un sensibile peggioramento dell'attuale scenario competitivo a detrimento degli editori indipendenti (che potrebbero vedere pregiudicata la propria posizione di mercato) e, in ultimo, dei consumatori finali, sia in termini di ampiezza e varietà dell'offerta culturale, che di livello dei prezzi disponibili sul mercato⁸¹.

⁸⁰ Cfr. risposta di Fazi alla richiesta di informazioni in fase pre-istruttoria, docc. 27 e 36 del fascicolo istruttorio.

⁸¹ Cfr. risposta di Sellerio alla richiesta di informazioni in fase pre-istruttoria, doc. 63 del fascicolo istruttorio.

103. Anche Amazon, infine, ha sottolineato il paradosso esistente nel mercato italiano dell'editoria spiegando come gli editori terzi dovranno necessariamente competere con il nuovo soggetto nell'acquisizione dei contenuti da pubblicare, ma contemporaneamente avranno la necessità di essere distribuiti su tutti i canali per poter accedere ai clienti finali, compresi i canali *off line* e *on line* gestiti dal medesimo soggetto. Secondo Amazon, in un tale contesto i suddetti editori terzi potrebbero non essere in grado di ottenere dal nuovo soggetto condizioni contrattuali favorevoli che consentano loro di svolgere la propria attività in maniera remunerativa e sufficientemente competitiva⁸².

104. Un elemento di forza del nuovo operatore è stato individuato nella posizione che quest'ultimo andrebbe a ricoprire nel segmento dei tascabili. In particolare i concorrenti diretti di Mondadori e RCS Libri nel suddetto segmento, Feltrinelli e GEMS, hanno richiamato l'attenzione su questo aspetto in ragione dell'importanza strategica che assume il tascabile nella politica commerciale e finanziaria di un editore.

105. Feltrinelli ha spiegato che le novità e le edizioni tascabili sono legate da un rapporto circolare per il quale non c'è tascabile senza novità (di successo) ma non può esserci novità senza il finanziamento derivante dai proventi connessi alle vendite dei tascabili. Al riguardo è stato rilevato che i tascabili presentano una marginalità più elevata rispetto alle prime edizioni anche in ragione del livello più basso delle *royalty*.

106. Parimenti il Gruppo GEMS ha rilevato che i tascabili rivestono un'importanza particolare per il finanziamento dell'attività editoriale in quanto grazie a essi viene recuperato *[omissis]* circa degli anticipi pagati per i *best seller* presentando i tascabili una marginalità più elevata rispetto alle prime edizioni. Pertanto, una riduzione delle possibilità di commercializzazione dei tascabili, sottraendo una rilevante fonte di autofinanziamento, avrebbe ripercussioni sulla capacità degli editori di acquisire nuovi diritti di pubblicazione⁸³.

107. Feltrinelli, ha altresì osservato che la vendita dei tascabili dipende quasi esclusivamente dalla visibilità che essi hanno nelle librerie, a differenza di quanto avviene per le novità, il cui successo di vendita è influenzato dalle attività promozionali e di comunicazione. Gli spazi nelle librerie per i tascabili sono, tuttavia, sempre più ridotti in ragione dell'eccessivo numero di novità. In tale contesto, secondo Feltrinelli il fatto

⁸² Cfr. risposta di Amazon alla richiesta di informazioni in fase istruttoria, doc. 166 del fascicolo istruttorio.

⁸³ Cfr. verbale di audizione di Messaggerie, doc. 175 del fascicolo istruttorio.

che nelle mani di Mondadori si verranno a concentrare le tre principali collane di tascabili presenti sul mercato (Oscar, Tascabili Einaudi e BUR) comporterà che *[omissis]*. Ciò sarà tanto più vero con riguardo al *network* di vendita di Mondadori in quanto per le librerie della catena l'approvvigionamento di tascabili Mondadori e RCS sarà vantaggioso anche in termini finanziari avvenendo in conto deposito⁸⁴.

108. Su tale ultimo profilo, GEMS ha spiegato che il 30% circa delle vendite di tascabili avviene nel corso delle campagne promozionali organizzate dagli editori. Poiché per le librerie la partecipazione a dette promozioni comporta costi organizzativi e operativi, esse generalmente operano una scelta circa le campagne alle quali aderire; è capitato che, pur rappresentando TEA (collana tascabili del Gruppo GEMS) il 10%-15% del mercato dei tascabili, in alcuni casi le librerie non abbiano aderito alle promozioni da questa proposte. A seguito della realizzazione dell'operazione in esame l'offerta di Mondadori sui tascabili sarà tanto ampia da occupare gran parte degli spazi disponibili nelle librerie *[omissis]*.

109. GEMS e La Nave di Teseo hanno infine evidenziato che il catalogo dei tascabili di Mondadori e RCS Libri contiene una parte rilevante dei classici della produzione letteraria sulla quale si formano i giovani nel periodo scolastico e universitario che rappresenta un *must have* per qualunque libraio⁸⁵. Secondo GEMS Mondadori e RCS Libri detengono il 50% circa di tale catalogo pregiato quota che è indicativa di un potere contrattuale di rilievo nei confronti dei rivenditori.

110. Un ulteriore elemento rilevato dai terzi nel corso dell'istruttoria è stata l'appartenenza di Mondadori e RCS Libri a gruppi attivi in altri *media*.

111. Giunti, sul punto, ha osservato come il collegamento di Mondadori con *network* radio-televisivi, quotidiani e periodici, conferisce un ulteriore vantaggio competitivo in termini di visibilità e di agevolazione all'accesso ai canali pubblicitari e di *marketing*⁸⁶. Analoghe considerazioni sono state svolte da Feltrinelli⁸⁷, Amazon⁸⁸ e ODEI⁸⁹. La casa editrice E/O ha rilevato *[omissis]*⁹⁰.

⁸⁴ Cfr. verbale di audizione di Feltrinelli, doc. 176 del fascicolo istruttorio.

⁸⁵ Cfr. verbale di audizione de La Nave di Teseo (doc.162) e risposta di Messaggerie alla richiesta di informazioni in fase pre-istruttoria (doc. 47).

⁸⁶ Cfr. risposta di Giunti alla richiesta di informazioni in fase pre-istruttoria, doc. 34 del fascicolo istruttorio.

⁸⁷ Cfr. risposta di Feltrinelli alla richiesta di informazioni in fase pre-istruttoria, doc. 46 del fascicolo istruttorio.

⁸⁸ Cfr. risposta di Amazon alla richiesta di informazioni in fase istruttoria, doc. 166 del fascicolo istruttorio.

⁸⁹ Cfr. verbale di audizione di ODEI, doc. 153 del fascicolo istruttorio.

⁹⁰ Cfr. risposta di E/O alla richiesta di informazioni in fase pre-istruttoria, doc. 40 del fascicolo istruttorio.

112. Uno degli effetti pregiudizievoli che è stato rilevato sostanzialmente da tutte le categorie di operatori che sono state sentite è stato quello relativo al potere di mercato che il nuovo operatore verrà a detenere nei confronti delle librerie, principalmente indipendenti, ma anche di catena. La convergenza delle risultanze istruttorie sul punto deriva dal fatto che il possesso di un catalogo così vasto come quello che sarebbe in capo al nuovo soggetto, unitamente alla quota di oltre il 50% da esso detenuta con riguardo ai *best seller*, renderà imprescindibile per una qualsiasi libreria acquistare i prodotti di Mondadori per poter comporre l'offerta ai propri clienti.

113. In particolare l'ALI⁹¹ ha espresso preoccupazione per le implicazioni di carattere commerciale per le librerie indipendenti in quanto il nuovo operatore diventerà il primo del mercato e non più *primus inter pares* e sarà in grado di dettare le regole del gioco. Nello specifico le librerie indipendenti temono un peggioramento delle condizioni contrattuali applicate con particolare riguardo a livelli di sconto, termini di pagamento e tempi di riaccredito dei resi. Nel contesto attuale Mondadori e RCS Libri proponevano, infatti, ad alcune librerie indipendenti condizioni differenti allo scopo di conquistare spazi nelle medesime. In particolare, RCS Libri ha studiato formule di pagamento finalizzate a ridurre l'esposizione finanziaria delle librerie consentendo pagamenti rateizzati e abbattimento dei resi. Mondadori, dal canto suo, per compensare l'offensiva di RCS Libri, ha talvolta proposto per le novità termini di pagamento agevolati (pagamenti dopo i resi). Inoltre, è stato rilevato che Mondadori pratica per i libri per ragazzi e per i tascabili sconti di poco superiori a quello contrattualizzato per le novità (1% per i libri ragazzi, 2% per i tascabili). Con l'operazione di concentrazione è prevedibile, secondo l'ALI, che verrà meno la descritta differenziazione delle condizioni di offerta con un appiattimento verso il basso.

114. Inoltre, l'ALI ritiene che Mondadori, forte del fatto che nessun libraio potrà permettersi di non avere i suoi titoli, non avrà incentivi a investire in un miglioramento delle condizioni di distribuzione alle librerie indipendenti per le quali risulterebbe invece vitale un efficientamento della distribuzione per poter competere con Amazon. Mondadori potrebbe decidere di concentrare la distribuzione sulle proprie librerie e su Amazon abbandonando il resto della filiera in relazione alla quale le condizioni di distribuzione potrebbero risultare più onerose e, pertanto, essere giudicate non meritevoli di ulteriori investimenti.

⁹¹ Cfr. verbale di audizione di ALI, doc. 168 del fascicolo istruttorio.

115. Secondo Feltrinelli l'operazione avrà un impatto significativo su tutto il comparto del *retail* librario in ragione della dimensione della quota di mercato che il nuovo operatore verrà a detenere. La stessa Feltrinelli teme che la realizzazione della concentrazione notificata possa avere importanti ripercussioni sulle condizioni economiche di fornitura dei libri del nuovo operatore alle librerie della catena nonché sulla politica commerciale (ad esempio *[omissis]*) che questi adotterà. Attualmente RCS Libri e Mondadori applicano condizioni differenti sia in termini di sconto (*[omissis]*) che di politiche commerciali (*[omissis]*). Il timore è che *[omissis]*. Feltrinelli ha, inoltre, rilevato, come Mondadori e RCS Libri siano attualmente in conto assoluto presso le librerie Feltrinelli e, nonostante i ripetuti tentativi negoziali da parte di queste ultime, non intendano passare alla modalità di conto deposito (o contratto estimatorio) invece intrattenuta con le librerie del *network* Mondadori⁹².

116. Anche GEMS ha osservato che il soggetto che deriverà dall'integrazione di Mondadori e RCS Libri sarà dotato di una forza contrattuale tale da poter influire sia sull'offerta dei punti vendita (*[omissis]*) sia sulle condizioni economiche praticate (*[omissis]*). Al riguardo è stato altresì rilevato che la presenza di librerie indipendenti e la ricerca di efficienza nella filiera distributiva costituiscono baluardi a difesa della pluralità nell'offerta editoriale⁹³.

117. La Nave di Teseo ritiene che nessun libraio potrà fare a meno di un editore, quale sarà Mondadori dopo l'acquisizione di RCS Libri, che pubblica più della metà dei Top 100 *best seller*. Di conseguenza Mondadori sarà in grado di praticare condizioni più vantaggiose per sé stessa applicando sconti meno elevati alle librerie⁹⁴. Nello stesso senso si sono espressi anche Giunti, ODEI, Fazi, Amazon, E/O e Sellerio.

118. È altresì emerso nel corso dell'istruttoria che i concorrenti di Mondadori temono che il potere negoziale che il nuovo soggetto sarà in grado di esercitare sulle librerie indipendenti oltre a indebolire queste ultime peggiorando la loro esposizione finanziaria, sarà suscettibile di incidere anche sulla visibilità dei concorrenti nelle medesime librerie che, costrette a garantire maggiore visibilità al loro interlocutore imprescindibile, tenderanno a sottrarre spazio agli editori concorrenti.

119. Da ultimo, è emerso che il mercato editoriale italiano è caratterizzato, in ragione della sua struttura peculiare, da elevate barriere all'ingresso che

⁹² Cfr. verbale di audizione di Feltrinelli, doc. 176 del fascicolo istruttorio.

⁹³ Cfr. verbale di audizione di Messaggerie, doc. 175 del fascicolo istruttorio.

⁹⁴ Cfr. verbale di audizione de La Nave di Teseo, doc. 162 del fascicolo istruttorio.

non riguardano lo svolgimento dell'attività in sé bensì molto più concretamente le possibilità di svolgerla con una certa redditività.

120. In particolare Fazi ha rilevato che in futuro, anche per effetto dell'operazione in esame, non ci saranno più le condizioni perché nuovi editori possano raggiungere la posizione di mercato di editori quali Sellerio, E/O e la stessa Fazi. Inoltre, le barriere all'ingresso risulteranno ancora più elevate per i nuovi editori, con specifico riferimento alle risorse finanziarie per l'acquisizione dei diritti di autore e all'accesso a reti di promozione e distribuzione indipendenti che garantiscano un'adeguata diffusione dei libri pubblicati⁹⁵.

121. La stessa Nave di Teseo, affacciata allo scenario editoriale pochi mesi fa, ha rilevato che le barriere all'ingresso nel mercato italiano sono elevate. La Nave di Teseo ritiene, infatti, che la propria esperienza costituisca una peculiarità in quanto nasce da un gruppo di persone - fuoriuscite da una casa editrice affermata come Bompiani - esperte del settore, con una solida reputazione e sostenute da un gruppo di finanziatori, che hanno contribuito a garantire le risorse finanziarie necessarie e sono disposti a investire ulteriormente in caso di una prospettiva di acquisizione di marchi, collane o case editrici. L'insieme di tali elementi ha fatto sì che i soggetti della distribuzione e promozione siano stati disposti a offrire delle condizioni accettabili a fronte della sola valutazione dei risultati attesi. Pertanto, la creazione de La Nave di Teseo rappresenterebbe un'esperienza non replicabile nel panorama italiano; e in ogni caso La Nave di Teseo sta affrontando la sfida di fare l'editore senza essere dotata di un catalogo adeguato⁹⁶.

Le argomentazioni di Mondadori e RCS Libri

122. Nella propria memoria difensiva Mondadori ha svolto alcune considerazioni di ordine generale sull'operazione di concentrazione⁹⁷. In primo luogo, Mondadori ha spiegato che l'acquisizione di RCS Libri si inserisce nella fase di consolidamento che sta attraversando il settore editoriale a livello internazionale (nascita di Penguin Random House, acquisizione di Harlequin da parte di HarperCollins, acquisizione di Black Dog & Leventhal da parte di Hachette). Al riguardo è stato evidenziato che Mondadori e RCS Libri per fatturato non sono minimamente paragonabili ai

⁹⁵ Cfr. verbale di audizione di Fazi, doc. 158 del fascicolo istruttorio.

⁹⁶ Cfr. verbale di audizione de La Nave di Teseo, doc. 162 del fascicolo istruttorio.

⁹⁷ Cfr. memoria difensiva di Mondadori, docc. 183 e 192 del fascicolo istruttorio.

principali operatori internazionali. Ciò che differenzia l'operazione di concentrazione in esame da quelle avvenute in altri Paesi è il fatto che essa avviene in un mercato, quello italiano, di dimensioni piccole in ragione del limite linguistico e dei bassi livelli di lettura cosicché la dimensione del nuovo operatore appare (in termini di quota di mercato) superiore a quella degli altri operatori internazionali.

123. Secondariamente Mondadori ha illustrato quelli che a suo parere sono elementi di dinamicità del mercato italiano dell'editoria. In particolare, la società ha ricordato che nel biennio 2013-2014 RCS Libri ha proceduto a diverse dismissioni e che nel 2015 sono uscite da detta società le case editrici Archinto e Adelphi nonché il gruppo di autori e professionisti che hanno dato vita a La Nave di Teseo; Mondadori ha altresì evidenziato che la sua quota di mercato si è ridotta nel periodo 2008-2015 del [5-10%] in volume e del [5-10%] in valore mentre GEMS e Giunti hanno aumentato le rispettive quote rispettivamente dell'[1-5%] e [1-5%] in volume e dello [*inferiore all'1%*] e [*inferiore all'1%*] in valore. Inoltre, Mondadori ha affermato che non ci sono barriere all'entrata nel settore e che operatori internazionali possono ben essere interessati a entrare nel mercato italiano come dimostrato dal fatto che a partire da novembre 2015 Amazon ha iniziato l'attività di editore nel mercato italiano e che Harper Collins, proprietaria della casa editrice Harlequin, ha annunciato che estenderà la propria proposta editoriale in Italia. Mondadori ha, altresì, evidenziato la crescita di alcuni editori di minori dimensioni, quali Sellerio e Newton Compton.

124. Mondadori ha altresì contestato che RCS Libri rappresenti il suo più stretto sostituto reciproco rilevando come, a seguito dell'uscita di Adelphi, il secondo operatore nell'editoria di narrativa e saggistica sia diventato GEMS e come detto operatore, unitamente a Feltrinelli e Giunti, presenti caratteristiche in termini di integrazione verticale e capacità finanziaria molto simili a quelle di Mondadori e RCS Libri.

125. Da ultimo, Mondadori ha fornito evidenze volte a dimostrare che l'essere parte di un gruppo attivo in diversi *media* non è stato sfruttato per la promozione dei propri libri. Nello specifico, le segnalazioni di libri Mondadori sui *media* del gruppo di appartenenza (televisione, radio e periodici) rappresenterebbero percentuali non rilevanti rispetto al totale: [15-20%] per le televisioni, [*inferiore all'1%*] per le radio e fino al [25-30%] per i periodici⁹⁸.

⁹⁸ Per tale mezzo i dati sono stati forniti per i singoli marchi del Gruppo Mondadori.

126. Nella propria memoria difensiva Mondadori ha sostenuto che esista un unico mercato dei libri di “varia” che comprende tutte le opere diverse da quelle scolastiche. Tale posizione innova rispetto a quanto sostenuto dalla stessa Mondadori in sede di notifica laddove è stato affermato che esistono un mercato dei libri per ragazzi e un mercato dei libri di “varia” che comprende tutte le altre tipologie. A supporto dell’argomento per cui esisterebbe un unico mercato della “varia” Mondadori ha posto in rilievo che, dal lato della domanda, alcuni libri di saggistica possono essere classificati anche come opere accademiche e professionali ovvero come manuali e, dal lato dell’offerta, i contratti conclusi con i librai fanno riferimento a tutta la “varia”.

127. Mondadori ha inoltre contestato la distinzione dei libri a seconda del formato, tascabile e non tascabile. In particolare la società ha sottolineato che l’acquisto di un diritto da un autore comporta di norma la possibilità di pubblicare l’opera in diversi formati compreso quello tascabile, rilevando che i tascabili non costituiscono nuovi libri ma edizioni successive di uno stesso libro. Inoltre, nel mercato italiano le prime edizioni di un libro si rivolgono ai medesimi lettori delle edizioni tascabili. La società evidenzia che laddove si privasse l’editore della possibilità di pubblicare versioni tascabili di libri di successo – perché solo in tale caso ha senso la pubblicazione di una versione economica – gli si toglierebbe una quota significativa dei margini.

128. Le considerazioni di Mondadori circa la definizione dei mercati sono state condivise da RCS Libri. Infatti, anche RCS Libri ritiene che la segmentazione dei libri di “varia” adottata nel provvedimento di avvio non sia condivisibile pur riconoscendo che “*nel settore determinate classificazioni dei libri siano generalmente riconosciute (vedi GFK e Nielsen)*”. In particolare, RCS Libri ha evidenziato che negli ultimi anni si è registrata un’ibridazione dei generi (ad esempio, la c.d. *narrative non fiction* a metà tra narrativa e saggistica, libri per ragazzi c.d. *cross over* che riscuotono successo anche in altre fasce di età e la narrativa *new adult* classificabile sia come narrativa per adulti che per ragazzi)⁹⁹.

129. In relazione all’individuazione di un segmento dei tascabili, RCS Libri ha osservato che esiste un *continuum* tra i formati di edizione e i relativi prezzi in quanto l’editore, laddove un titolo abbia avuto successo nella prima edizione, immette sul mercato edizioni successive con formati e prezzi diversi. Inoltre, alcune prime edizioni e alcuni formati di tascabili non

⁹⁹ Cfr. verbale di audizione di RCS Libri, doc. 189 del fascicolo istruttorio.

sarebbero tra loro distinguibili per dimensione, broccatura e fascia di prezzo.

130. Le quote di mercato detenute da Mondadori e RCS Libri nel mercato dei libri di “varia”, come individuato da Mondadori e RCS Libri, risultano inferiori a quelle considerate dall’Autorità nel provvedimento di avvio in relazione al più ristretto mercato della narrativa e saggistica (cfr. Tabelle 26 e 27 di seguito riportate relative al periodo 2010-2015). In particolare, nel mercato dei libri di “varia” la quota congiunta di Mondadori e RCS Libri è stata pari nel 2015 al [30-35%] in volume e al [35-40%] in valore; il secondo operatore di mercato, GEMS, deteneva una quota in volume dell’[10-15%] e una quota in valore del [10-15%].

Tabella 26 - Quote di mercato in volume nel mercato della “varia”

	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Mondadori	[25-30%]	[25-30%]	[25-30%]	[20-25%]	[25-30%]	[20-25%]
RCS	[10-15%]	[5-10%]	[5-10%]	[5-10%]	[5-10%]	[5-10%]
GEMS	[10-15%]	[10-15%]	[10-15%]	[5-10%]	[10-15%]	[10-15%]
Giunti	[5-10%]	[10-15%]	[10-15%]	[10-15%]	[10-15%]	[10-15%]
Feltrinelli	[1-5%]	[1-5%]	[1-5%]	[5-10%]	[1-5%]	[5-10%]
De Agostini	[1-5%]	[1-5%]	[1-5%]	[1-5%]	[1-5%]	[1-5%]
Altri Editori	[35-40%]	[35-40%]	[35-40%]	[35-40%]	[35-40%]	[35-40%]
Totale	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
Mondadori+RCS	[35-40%]	[35-40%]	[35-40%]	[30-35%]	[35-40%]	[30-35%]

Fonte: dati forniti da Mondadori

Tabella 27 - Quote di mercato in valore nel mercato della “varia”

	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Mondadori	[25-30%]	[25-30%]	[25-30%]	[25-30%]	[25-30%]	[25-30%]
RCS	[5-10%]	[5-10%]	[5-10%]	[5-10%]	[10-15%]	[10-15%]
GEMS	[10-15%]	[10-15%]	[10-15%]	[5-10%]	[10-15%]	[10-15%]
Giunti	[5-10%]	[5-10%]	[5-10%]	[5-10%]	[5-10%]	[5-10%]
Feltrinelli	[1-5%]	[1-5%]	[1-5%]	[1-5%]	[1-5%]	[1-5%]
De Agostini	[1-5%]	[1-5%]	[1-5%]	[1-5%]	[1-5%]	[1-5%]
Altri Editori	[35-40%]	[35-40%]	[35-40%]	[35-40%]	[35-40%]	[40-45%]
Totale	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
Mondadori+RCS	[35-40%]	[35-40%]	[35-40%]	[35-40%]	[35-40%]	[35-40%]

Fonte: dati forniti da Mondadori

131. Partendo dalle suddette quote Mondadori ha altresì calcolato i valori dell’indice di concentrazione Herfindahl-Hirschman (HHI). Per il 2015 i valori dell’indice HHI nel contesto di mercato attuale e nello scenario *post-merger* sono riportati nella Tabella 28. Emerge come l’indice di concentrazione passi da valori poco superiori a 900 (904 se si considerano le quote in volume, 921 se si considerano le quote in valore) a valori superiori a 1.400 (1.430 con le quote in volume, 1.498 con quelle in valore) con incrementi superiori a 500 (527 in volume, 578 in valore).

Tabella 28 – Valori dell’indice HHI nel mercato della “varia” – Anno 2015

	<i>HHI pre-merger</i>	<i>HHI post-merger</i>	<i>Delta</i>
Volume	904	1.430	527
Valore	921	1.498	578

Fonte: dati forniti da Mondadori

132. Secondo Mondadori i dati relativi alle quote di mercato e ai corrispondenti valori dell’indice HHI dimostrano che il mercato è poco concentrato e che l’operazione di concentrazione in esame non è suscettibile di creare una posizione dominante né un peggioramento delle dinamiche competitive.

C) IL MERCATO DELL’EDITORIA DI LIBRI PER RAGAZZI

133. La Tabella 29 mostra per il periodo 2008-2015 il peso percentuale delle vendite, in volume e in valore, di libri per ragazzi sul totale delle vendite di libri di “varia” (cfr. Tabella 15 sopra riportata). L’editoria di libri per ragazzi è la seconda categoria per importanza dell’editoria di “varia” rappresentando nel 2015 il [25-30%] del volume delle vendite complessive e il [20-25%] del valore.

Tabella 29 - Peso delle vendite di libri per ragazzi sul mercato dell’editoria di “varia”

	<i>2008</i>	<i>2009</i>	<i>2010</i>	<i>2011</i>	<i>2012</i>	<i>2013</i>	<i>2014</i>	<i>2015</i>
Volume	[20-25%]	[15-20%]	[20-25%]	[20-25%]	[20-25%]	[20-25%]	[25-30%]	[25-30%]
Valore	[15-20%]	[15-20%]	[15-20%]	[15-20%]	[15-20%]	[15-20%]	[15-20%]	[20-25%]

Fonte: elaborazioni su dati forniti dalla Parte notificante

134. Nelle Tabelle 30 e 31 sono riportate le quote di mercato rispettivamente in volume e in valore per il periodo 2008-2015. Dai dati emerge che nell’anno 2015 la quota congiunta di Mondadori e RCS Libri è cresciuta rispetto al 2014 arrivando al [30-35%] in volume (rispetto al [30-35%] del 2014) e al [35-40%] in valore (dal [35-40%] dell’anno precedente).

Tabella 30 - Quote di mercato in volume nel mercato dell'editoria per ragazzi

	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Giunti	[25-30%]	[25-30%]	[25-30%]	[30-35%]	[30-35%]	[35-40%]	[30-35%]	[25-30%]
Mondadori	[25-30%]	[30-35%]	[30-35%]	[25-30%]	[25-30%]	[20-25%]	[20-25%]	[20-25%]
GEMS	[10-15%]	[5-10%]	[5-10%]	[5-10%]	[5-10%]	[5-10%]	[5-10%]	[5-10%]
RCS	[5-10%]	[5-10%]	[1-5%]	[1-5%]	[1-5%]	[1-5%]	[5-10%]	[5-10%]
De Agostini	[1-5%]	[1-5%]	[1-5%]	[1-5%]	[1-5%]	[1-5%]	[1-5%]	[1-5%]
Altri Editori	[20-25%]	[25-30%]	[25-30%]	[20-25%]	[25-30%]	[25-30%]	[25-30%]	[25-30%]
Mondadori+RCS	[35-40%]	[35-40%]	[30-35%]	[30-35%]	[30-35%]	[25-30%]	[30-35%]	[30-35%]
Totale	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Fonte: elaborazioni su dati forniti dalla Parte notificante e dati forniti dalla Parte notificante

Tabella 31 - Quote di mercato in valore nel mercato dell'editoria per ragazzi

	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Mondadori	[30-35%]	[30-35%]	[30-35%]	[30-35%]	[30-35%]	[30-35%]	[25-30%]	[30-35%]
Giunti	[20-25%]	[20-25%]	[20-25%]	[25-30%]	[25-30%]	[25-30%]	[25-30%]	[20-25%]
GEMS	[10-15%]	[5-10%]	[5-10%]	[5-10%]	[5-10%]	[5-10%]	[5-10%]	[5-10%]
RCS	[5-10%]	[5-10%]	[1-5%]	[1-5%]	[1-5%]	[1-5%]	[5-10%]	[5-10%]
De Agostini	[1-5%]	[1-5%]	[1-5%]	[1-5%]	[1-5%]	[1-5%]	[1-5%]	[1-5%]
Altri Editori	[20-25%]	[25-30%]	[25-30%]	[20-25%]	[20-25%]	[20-25%]	[20-25%]	[20-25%]
Mondadori+RCS	[35-40%]	[35-40%]	[35-40%]	[35-40%]	[35-40%]	[35-40%]	[35-40%]	[35-40%]
Totale	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Fonte: elaborazioni su dati forniti dalla Parte notificante e dati forniti dalla Parte notificante

135. La Tabella 32 mostra i valori dell'indice di concentrazione HHI, nel contesto di mercato attuale e nello scenario *post-merger*, calcolati utilizzando le quote di mercato in volume e in valore relative al 2015. I livelli dell'indice risultano già nel contesto attuale elevati, superiori a 1.600, e arrivano nello scenario *post-merger* su livelli prossimi o superiori a 2.000 con incrementi pari a 355 (utilizzando le quote di mercato in volume) e a 495 (quote in valore).

Tabella 32 - Valori dell'indice Herfindahl-Hirschman nel mercato dell'editoria di libri per ragazzi - Anno 2015

	<i>HHI</i> pre-merger	<i>HHI</i> post-merger	<i>Delta</i>
Volume	1.630	1.985	355
Valore	1.691	2.186	495

Fonte: dati forniti dalla Parte notificante

La posizione dei Terzi

136. In relazione al mercato dell'editoria per ragazzi si sono espressi esclusivamente i principali concorrenti di Mondadori e RCS Libri ossia il Gruppo Giunti e il Gruppo GEMS.

137. Il Gruppo Giunti ha rilevato che il mercato dell'editoria di libri per ragazzi è caratterizzato dalla presenza di *characters* di successo su cui vengono costruite intere collane e serie di libri, in grado di mantenere una significativa longevità e capacità di vendita. Inoltre, è piuttosto marcato il legame tra il libro e altri *media*, in particolare la televisione: personaggi di successo della televisione per ragazzi sono spesso oggetto di *licensing* da parte dei produttori internazionali per la pubblicazione di libri e altri prodotti correlati. Questo elemento determina anche una variabilità delle quote di mercato degli editori di libri per ragazzi superiore a quella del mercato editoriale in genere, in concomitanza con la pubblicazione di collane di particolare successo¹⁰⁰.

138. Secondo Giunti nell'editoria di libri per ragazzi l'importanza delle relazioni, dell'immagine e del peso dell'editore sui mercati internazionali, così come l'elevata interazione con i *media*, amplificano inevitabilmente i vantaggi competitivi di Mondadori derivanti dall'aumento della quota di mercato e dalla scomparsa di un concorrente prossimo¹⁰¹.

139. Giunti aggiunge, inoltre, che dal punto di vista dei canali di vendita la diffusione del prodotto per ragazzi è maggiore all'interno della GDO, dove rappresenta una quota pari a oltre il 23% contro una quota media intorno al 17% del mercato di libri complessivo. Ed è proprio in tale canale che la situazione concorrenziale è già pesantemente limitata dalla presenza di due intermediari che da soli rappresentano la quasi totalità del mercato. L'acquisizione prospettata andrebbe a consolidare la posizione di *leadership* di Mondadori¹⁰².

¹⁰⁰ Cfr. risposta di Giunti alla richiesta di informazioni in fase istruttoria, doc. 184 del fascicolo istruttorio.

¹⁰¹ Cfr. risposta di Giunti alla richiesta di informazioni in fase istruttoria, doc. 184 del fascicolo istruttorio.

¹⁰² Cfr. risposta di Giunti alla richiesta di informazioni in fase istruttoria, doc. 184 del fascicolo istruttorio.

140. Il Gruppo GEMS, dal canto suo, ritiene problematico in relazione al mercato dell'editoria per ragazzi l'effetto dell'integrazione verticale. Trattandosi di un mercato nel quale una parte consistente dei beni viene scelta per essere regalata la capacità di raggiungere i punti vendita e in essi una buona posizione è determinante per il *sell out*. Dunque, abbinando le quote rilevanti di Mach2 Libri e la catena di librerie alla concentrazione tra Mondadori e RCS Libri si potrebbero ridurre ulteriormente gli spazi già limitati disponibili per i concorrenti¹⁰³.

La posizione di Mondadori

141. Mondadori ritiene che anche se la propria quota nel mercato dell'editoria per ragazzi sarà rilevante, questa sarà controbilanciata dal vincolo concorrenziale rappresentato dal Gruppo Giunti il quale ha una dimensione, sia in volume che il valore, tale da esercitare una pressione concorrenziale sul nuovo soggetto. Secondo Mondadori, poiché in questo mercato il prezzo può oscillare di più di quello degli altri libri di "varia", sarebbe più corretto tenere conto della quote in volume piuttosto che di quelle in valore; e Giunti in volume risulta essere il primo operatore del mercato e, anche dopo la realizzazione dell'operazione, la sua quota resterebbe prossima a quella di Mondadori¹⁰⁴.

142. Il mercato dei ragazzi secondo Mondadori sarebbe, in controtendenza rispetto ad altri segmenti, in costante crescita lasciando ampio spazio alla concorrenza e all'ingresso di nuovi operatori. Ciò è già accaduto nel caso della casa editrice Il Castoro, che è passata da una quota di mercato dello 0,06% nel 2008 a una dello 0,7% nel 2015, e della casa editrice Usborne Publishing, che è passata da una quota dello 0,06% nel 2008 a una quota dello 0,61% nel 2015: entrambi questi operatori hanno decuplicato la loro quota in sette anni¹⁰⁵.

143. Infine Mondadori contesta l'attribuzione dell'intera quota riferibile alla società Edizioni EL. *[omissis]*¹⁰⁶.

¹⁰³ Cfr. risposta di Messaggerie alla richiesta di informazioni in fase istruttoria, doc. 170 del fascicolo istruttoria.

¹⁰⁴ Cfr. memoria di Mondadori, docc. 183 e 192 del fascicolo istruttoria.

¹⁰⁵ Cfr. memoria di Mondadori, docc. 183 e 192 del fascicolo istruttoria.

¹⁰⁶ Cfr. memoria di Mondadori, docc. 183 e 192 del fascicolo istruttoria.

D) IL MERCATO DELL'EDITORIA DI FUMETTI

144. I fumetti rappresentano una percentuale marginale delle vendite complessive di libri di “varia”, oscillante nel periodo 2008-2015 tra lo [inferiore all'1%] e lo [inferiore all'1%] sia in volume che in valore¹⁰⁷.

145. Le Tabelle 33 e 34 mostrano le quote di mercato, rispettivamente in volume e in valore, detenute nel periodo 2008-2015 da Mondadori, RCS Libri e dai principali concorrenti. Emerge che nel corso dell'ultimo anno la quota congiunta di Mondadori e di RCS Libri è scesa di [5-10] punti percentuale in volume, passando dal [25-30%] al [20-25%], e di più di [5-10] punti percentuali in valore, passando dal [30-35%] al [25-30%].

Tabella 33 - Quote di mercato in volume nel mercato dell'editoria di fumetti

	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Mondadori	[30-35%]	[20-25%]	[20-25%]	[20-25%]	[20-25%]	[15-20%]	[15-20%]	[10-15%]
GEMS	[10-15%]	[10-15%]	[10-15%]	[10-15%]	[10-15%]	[5-10%]	[10-15%]	[10-15%]
Panini	[5-10%]	[10-15%]	[10-15%]	[10-15%]	[10-15%]	[10-15%]	[10-15%]	[5-10%]
RCS	[20-25%]	[10-15%]	[5-10%]	[5-10%]	[5-10%]	[10-15%]	[5-10%]	[5-10%]
Giunti	[1-5%]	[1-5%]	[1-5%]	[1-5%]	[1-5%]	[1-5%]	[inferiore all'1%]	[inferiore all'1%]
Altri Editori	[25-30%]	[40-45%]	[40-45%]	[40-45%]	[45-50%]	[45-50%]	[45-50%]	[55-60%]
Mondadori+RCS	[50-55%]	[30-35%]	[25-30%]	[25-30%]	[25-30%]	[25-30%]	[25-30%]	[20-25%]
Totale	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Fonte: elaborazioni su dati forniti dalla Parte notificante e dati forniti dalla Parte notificante

¹⁰⁷ Elaborazioni su dati forniti dalla Parte notificante in sede di notifica (doc. 28) e nella memoria difensiva (docc. 183 e 192).

Tabella 34 - Quote di mercato in valore nel mercato dell'editoria di fumetti

	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Mondadori	[35-40%]	[25-30%]	[25-30%]	[20-25%]	[20-25%]	[20-25%]	[20-25%]	[15-20%]
GEMS	[5-10%]	[15-20%]	[15-20%]	[15-20%]	[10-15%]	[10-15%]	[10-15%]	[15-20%]
Panini	[20-25%]	[10-15%]	[5-10%]	[5-10%]	[5-10%]	[10-15%]	[10-15%]	[5-10%]
RCS	[5-10%]	[5-10%]	[5-10%]	[10-15%]	[5-10%]	[5-10%]	[5-10%]	[5-10%]
Giunti	[inferiore all'1%]	[1-5%]	[1-5%]	[1-5%]	[1-5%]	[1-5%]	[inferiore all'1%]	[inferiore all'1%]
Altri Editori	[20-25%]	[35-40%]	[40-45%]	[35-40%]	[35-40%]	[40-45%]	[40-45%]	[45-50%]
Mondadori+RCS	[55-60%]	[40-45%]	[30-35%]	[30-35%]	[30-35%]	[30-35%]	[30-35%]	[25-30%]
Totale	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Fonte: elaborazioni su dati forniti dalla Parte notificante e dati forniti dalla Parte notificante

La posizione dei Terzi

146. L'unico concorrente a esprimersi sugli effetti dell'operazione nel suddetto mercato è stato il Gruppo GEMS secondo cui il mercato rappresentato dall'editoria di fumetti risulta essere decisamente insignificante rappresentando lo 0,23% del più ampio mercato della "varia". In ragione di tale dimensione minima del mercato in esame il Gruppo GEMS non ravvisa rischi derivanti dall'aggregazione delle quote ivi detenute da Mondadori e RCS Libri¹⁰⁸.

La posizione di Mondadori

147. Mondadori ritiene che la mera disamina dell'andamento delle quote di mercato negli ultimi otto anni dimostra come la quota congiunta di Mondadori e RCS Libri si sia praticamente dimezzata mentre quella dei piccoli editori sia cresciuta tanto che il 50% del suddetto mercato è oggi riferibile a editori estranei ai gruppi tradizionali. Alla luce di tali rilievi, Mondadori ritiene che la concentrazione non sia suscettibile di turbare in modo significativo la concorrenza nel mercato dell'editoria di fumetti¹⁰⁹.

¹⁰⁸ Cfr. risposta di Messaggerie alla richiesta di informazioni in fase istruttoria, doc. 170 del fascicolo istruttoria.

¹⁰⁹ Cfr. memoria di Mondadori, docc. 183 e 192 del fascicolo istruttoria.

E) IL MERCATO DELL'EDITORIA DI *E-BOOK*

148. I diritti di pubblicazione della versione digitale di un libro sono di norma venduti unitamente ai diritti di edizione di un'opera con l'unica differenza che in taluni casi la durata della cessione di detti diritti è inferiore a quella prevista per le versioni cartacee.

149. La cessione contestuale dei diritti "digitali" evidenzia la stretta connessione esistente tra la posizione delle Parti sui mercati dell'acquisizione dei diritti, sui mercati dell'editoria di narrativa e saggistica e sull'editoria per ragazzi e la posizione detenuta nel mercato dell'editoria di *e-book*. È altresì emerso che sono molto rari i casi in cui a un *e-book* non corrisponda un'edizione cartacea precedente o successiva; è, pertanto, evidente come le quote detenute nei mercati dell'editoria cartacea abbiano una correlazione diretta con le quote detenute nel mercato dell'editoria di *e-book*.

150. Nella Tabella 35 sono riportate le quote di mercato (in valore) di Mondadori e RCS Libri calcolate utilizzando come stima della dimensione complessiva del mercato quella fornita dall'AIE secondo la quale le vendite di *e-book* ammontavano a 32,1 milioni di euro nel 2013 e 40,5 milioni di euro nel 2014¹¹⁰. In tale ultimo anno Mondadori deteneva una quota pari al [30-35%], RCS Libri una quota del [10-15%]. Pertanto, a seguito della realizzazione dell'operazione in esame Mondadori verrà a detenere una quota del [45-50%] circa.

Tabella 35 - Quote di mercato in valore

	2011	2012	2013	2014
Mondadori	[10-15%]	[25-30%]	[35-40%]	[30-35%]
RCS	[5-10%]	[5-10%]	[10-15%]	[10-15%]
Mondadori + RCS	[15-20%]	[35-40%]	[45-50%]	[45-50%]

Fonte: elaborazioni su dati forniti dalle Parti e su stime AIE

151. La Tabella 36 mostra i valori dell'indice di concentrazioni HHI calcolati a partire dalle quote di mercato (in valore) di Mondadori e RCS Libri nel 2014. Nello scenario di mercato attuale l'indice si attesta sul valore di 1.165 per salire nello scenario di mercato *post-merger* a 2.025 con un incremento di 860.

¹¹⁰ Cfr. Tabella 44 e punto 99 del provvedimento di avvio.

Tabella 36 - Valori dell'indice Herfindahl-Hirschman nel mercato dell'editoria di *e-book* – Anno 2015

	<i>HHI</i> pre-merger	<i>HHI</i> post-merger	<i>Delta</i>
Valore	1.165	2.025	860

Fonte: elaborazioni su dati forniti dalle Parti e su stime AIE

La posizione dei Terzi

152. Il Gruppo GEMS ha rilevato che la quota congiunta detenuta da Mondadori e RCS Libri nell'editoria di *e-book*, e quindi l'ampiezza dei loro cataloghi, è suscettibile di indurre gli operatori di *e-commerce* ad accordare maggiori spazi e promozioni ai titoli del nuovo gruppo comprimendo in tal modo la visibilità degli editori concorrenti anche nel canale *e-commerce* che rappresenta a oggi l'unico canale in crescita¹¹¹.

153. Book Republic ha rilevato che l'ampliamento della quota di mercato editoriale del gruppo Mondadori (numero e potenziale di vendita dei titoli pubblicati), sarà suscettibile di aumentare ulteriormente il potere contrattuale di tale operatore soprattutto nei confronti delle librerie *online* indipendenti e di dimensioni inferiori¹¹².

154. È altresì emerso dall'istruttoria che Mondadori rifiuta di fornire i propri prodotti editoriali in formato digitale sia alla piattaforma digitale Simplicissimus sia al Gruppo Giunti che opera attraverso il proprio sito anche nel mercato della vendita *online*¹¹³.

La posizione di Mondadori

155. Mondadori non concorda con la posizione dell'Autorità di ritenere l'editoria di *e-book* un mercato del prodotto distinto dall'editoria del libro cartaceo e rileva di non essere in grado di fornire una stima del valore del mercato né di conseguenza della quota propria e dei concorrenti. L'unico dato disponibile rimane, pertanto, la stima fornita dall'AIE¹¹⁴.

156. Mondadori ritiene, inoltre, che il formato digitale presenti la caratteristica che le quote di mercato degli editori più piccoli nel mercato dell'editoria di *e-book* sono di media più alte rispetto ai mercati dell'editoria

¹¹¹ Cfr. risposta di Messaggerie alla richiesta di informazioni in fase pre-istruttoria, doc. 47 del fascicolo istruttorio.

¹¹² Cfr. risposta di Book Republic alla richiesta di informazioni in fase pre-istruttoria, doc. 32 del fascicolo istruttorio.

¹¹³ Cfr. risposta di Giunti alla richiesta di informazioni in fase pre-istruttoria, doc. 34 del fascicolo istruttorio.

¹¹⁴ Cfr. memoria di Mondadori, docc. 183 e 192 del fascicolo istruttorio.

cartacea¹¹⁵.

F) IL MERCATO DELLA DISTRIBUZIONE DI *E-BOOK* ALLE PIATTAFORME DI VENDITA

157. I due principali soggetti attivi nell'ambito della filiera relativa alla distribuzione degli *e-book* sono rappresentati dall'editore e dalla piattaforma commerciale. I rapporti tra tali soggetti sono di norma regolati da un rapporto di agenzia in base al quale la piattaforma commerciale vende gli *e-book* ai propri clienti in qualità di mandatario della casa editrice. L'editore e la piattaforma commerciale definiscono gli aspetti commerciali e finanziari del rapporto compreso sconti e promozioni.

158. Dal punto di vista operativo, l'editore cura l'archiviazione in un'apposita *repository* dei propri *e-book* in formato e-pub/pdf, nonché la trasmissione dei *file* alle piattaforme commerciali o, a seconda dei casi, direttamente al cliente finale. Le principali piattaforme commerciali, infatti, si occupano direttamente della fase di *delivery*, ossia della consegna del libro digitale al cliente finale (modello c.d. *push*), mentre, nel caso degli altri *on line store* è l'editore a farsi carico di tale operazione (modello c.d. *pull*).

159. In tale contesto alcuni editori si fanno carico in modo diretto dei predetti servizi tecnici necessari per l'implementazione dei descritti modelli di distribuzione (Mondadori e Newton Compton), mentre altri ritengono maggiormente conveniente ricorrere all'*outsourcing*, acquistando i servizi in questione (*repository*, invio di metadati e *file* alle piattaforme commerciali o al cliente finale) da *provider* terzi quali Edigita, Semplicissimus e Book Republic.

160. I *provider* di servizi tecnici sono remunerati dagli editori in misura percentuale rispetto al prezzo di vendita dell'*e-book*. Talvolta, su richiesta degli editori, i *provider* si occupano anche degli aspetti contrattuali e/o finanziari del rapporto tra editore e piattaforme, senza che tale ulteriore servizio incida di norma sull'entità della remunerazione percepita; questo è il caso degli editori medio-piccoli.

La posizione di Edigita

161. In relazione all'attività svolta, Edigita ha osservato che è possibile distinguere due tipologie di attività svolte dalla società per conto degli editori

¹¹⁵ Cfr. memoria di Mondadori, docc. 183 e 192 del fascicolo istruttorio.

clienti. Una prima tipologia, *[omissis]*¹¹⁶.

162. La seconda tipologia di attività, *[omissis]*. In tale caso, è l'editore a operare quale distributore degli *e-book* (e a essere controparte contrattuale della piattaforma *retail*), mentre Edigita si limita a fornire servizi accessori (tecnici e/o amministrativi). Edigita, cioè, è del tutto estranea alla definizione delle condizioni commerciali concordate tra l'editore e la piattaforma *retail* e al rischio economico del loro rapporto.

163. Edigita ritiene che solo la prima tipologia di attività svolta possa essere definita come distribuzione di *e-book*. Di conseguenza, essa ritiene che la quota ascrivibile nel provvedimento di avvio di istruttoria, con riferimento alla distribuzione di *e-book*, merita di essere riconsiderata in quanto calcolata sulla base dell'intero fatturato della società e quindi sovrastimata. *[omissis]*. Il resto della quota attribuita a Edigita dovrebbe invece essere imputata ai vari editori che operano direttamente come distributori di *e-book* e che si servono di Edigita quale mero fornitore di servizi tecnici e/o amministrativi (i.e. GEMS, RCS Libri, Hoepli, Feltrinelli, Gruppo Giunti, Gruppo De Agostini ecc.).

164. La società ha evidenziato che sul mercato in questione alcuni editori svolgono la distribuzione degli *e-book* in autoproduzione; è questo il caso di Mondadori e Newton Compton entrambi in grado di gestire in una logica interamente *captive* la distribuzione dei propri *e-book*. Inoltre, sul mercato sono attivi altri operatori, quali Simplicissimus e Book Republic, che distribuiscono libri digitali di editori terzi, oltre a disporre di una propria piattaforma *retail*. Pertanto, malgrado il mercato in questione sia ancora in una fase embrionale di sviluppo, esso appare già caratterizzato dalla presenza di diversi operatori.

165. Inoltre, secondo Edigita, non esistono significative barriere all'ingresso di natura tecnologica in quanto è possibile operare utilizzando piattaforme gestite da operatori anche internazionali ovvero svolgere l'attività *in house* con investimenti relativamente modesti. Edigita ha citato quali operatori stranieri attivi in questo mercato: Bookwire, Vearsa, Publit, CB, Numilog, Editis, Immatériel, Libre Digital, Perseus Constellation e Impelsys¹¹⁷.

166. Considerato che le controparti contrattuali dei distributori di *e-book* sono principalmente le piattaforme *retail* internazionali, Edigita ritiene improbabile che nell'offerta di servizi di distribuzione possa crearsi alcuna

¹¹⁶ Cfr. verbale di audizione di Edigita, doc. 159 del fascicolo istruttorio.

¹¹⁷ Cfr. memoria di Edigita, doc. 195 del fascicolo istruttorio.

posizione dominante, stante il notevole potere contrattuale esercitato dai suddetti *e-retailer*.

167. Con riferimento all'estensione geografica del mercato, Edigita ha osservato che, nel breve periodo, esso potrà assumere connotati sovranazionali, in quanto i servizi offerti - di natura eminentemente tecnica - non sono condizionati da limiti imposti dalla lingua e potranno quindi essere resi anche da operatori situati al di fuori del territorio italiano. Per le medesime considerazioni, sarà possibile per gli operatori nazionali estendere la propria operatività oltre i confini italiani. In proposito, è stato posto in evidenza come Edigita sia già attiva nella distribuzione di *e-book* in lingua straniera.

168. Edigita ritiene teoricamente possibile che il Gruppo Mondadori, una volta acquisita RCS Libri, possa valutare l'opportunità di gestire attraverso la propria piattaforma anche la distribuzione di *e-book* di RCS Libri sottraendola a Edigita. La società però non conoscendo l'organizzazione tecnica adottata da Mondadori non è in grado di valutare la possibilità tecnica e la convenienza economica di un tale scenario. Ad ogni modo, la perdita dei volumi di attività svolti per conto di RCS Libri potrebbe risultare problematica per Edigita.

La posizione dei Terzi

169. Gli operatori terzi che sono stati sentiti nel corso dell'istruttoria hanno prevalentemente illustrato i propri rapporti con Edigita e prodotto i relativi contratti. Come rilevato da Edigita gli operatori grandi e medi sono soliti contrattare individualmente con le piattaforme dei diversi *e-retailer* affidando a Edigita i soli aspetti di natura tecnica (Giunti, Sellerio, Hoepli).

170. Il Gruppo GEMS, socio di Edigita, ha rilevato che nel mercato in esame il ruolo principale non lo giocano le piattaforme di distribuzione le quali hanno un ruolo esclusivamente tecnico: esse di fatto sovrintendono a che i *file* dei titoli degli editori siano correttamente distribuiti sui vari *store*, ognuno dei quali ha le sue specifiche tecniche. Il ruolo principale sarebbe invece svolto dagli *e-retailer*, in particolare dalle piattaforme internazionali che detengono la quota preponderante delle vendite di *e-book* in Italia (Amazon, Kobo, Apple, Google, Barnes & Noble)¹¹⁸.

¹¹⁸ Cfr. risposta di Messaggerie alla richiesta di informazioni in fase pre-istruttoria, doc. 47 del fascicolo istruttorio.

171. Feltrinelli, con riguardo all'ingresso di Mondadori in Edigita, ha osservato che [omissis]¹¹⁹.

La posizione di Mondadori

172. Anche Mondadori, al pari di Edigita e degli altri operatori che si sono espressi sul punto, ha rilevato che in Italia il ruolo del distributore di *e-book* come soggetto intermediario tra l'editore e la piattaforma di vendita si sta ridimensionando o quantomeno si sta modificando in modo da configurare il distributore come un fornitore di servizi tecnici in senso lato. Tale evoluzione sarebbe connessa al fatto che per arrivare alla distribuzione degli *e-book* sugli *store* internazionali non c'è bisogno di un distributore in quanto ciascun editore è potenzialmente in grado di caricare i propri *file* su ciascuna piattaforma¹²⁰.

G) IL MERCATO DELLA DISTRIBUZIONE DI LIBRI DI “VARIA” ALLA GDO

173. Il mercato in esame è caratterizzato sostanzialmente da un duopolio tra Opportunity, controllata da Messaggerie, e Mach2 Libri.

174. Nelle Tabelle 37 e 38 sono riportati rispettivamente il numero e il valore (a prezzo di copertina) dei libri distribuiti da Mach2 Libri e Opportunity nell'ultimo biennio¹²¹. Emerge che Mach2 Libri ha livelli di attività superiori quelli di Opportunity: nel 2015 i volumi movimentati da Mach2 Libri (circa [5-10] milioni) superavano del [20-25%] circa quelli di Opportunity ([5-10] milioni); in termini di valore il movimentato di Mach2 Libri (circa [49-100] milioni di euro) è stato superiore del [30-35%] circa rispetto a quello di Opportunity ([49-100] milioni di euro). Entrambe le società hanno registrato un calo di attività tra il 2014 e il 2015.

Tabella 37 - Numero di volumi distribuiti (migliaia) da Mach 2 Libri e Opportunity

	2014	2015
Mach 2 Libri	[10.000-15.000]	[5.000-10.000]
Opportunity	[5.000-10.000]	[5.000-10.000]

Fonte: dati forniti da Mondadori e Messaggerie

¹¹⁹ Cfr. verbale di audizione di Feltrinelli, doc. 176 del fascicolo istruttorio.

¹²⁰ Cfr. memoria Mondadori, doc. 183 e 192 del fascicolo istruttorio.

¹²¹ Dati forniti da Mondadori (doc. 173 del fascicolo istruttorio) e Messaggerie (doc. 198 del fascicolo istruttorio).

Tabella 38 - Valore dei volumi distribuiti (milioni di euro) da Mach 2 Libri e Opportunity

	2014	2015
Mach 2 Libri	[100-492]	[49-100]
Opportunity	[49-100]	[49-100]

Fonte: dati forniti da Mondadori e Messaggerie

La posizione dei Terzi

175. Il Gruppo Messaggerie, proprietario di Opportunity concorrente di Mach2 Libri, ha rilevato che tra tutti i canali quello che potrebbe soffrire di più la concentrazione è proprio quello della GDO. Se è vero, infatti, che il canale GDO ha un'incidenza del 17% sul totale delle vendite di libri di "varia", deve essere tenuto in considerazione, secondo Messaggerie, che la GDO incide per il 50% sulle vendite degli autori di *best seller* configurandosi, pertanto, strategico per il recupero degli anticipi concordati¹²². L'elevata quota di tascabili e di *best seller* di Mondadori e RCS Libri, unitamente alla presenza di entrambe nell'azionariato di Mach 2 Libri, già oggi determinerebbero, secondo i dati Nielsen riportati da GEMS, una quota del 55% in capo al soggetto derivante dalla concentrazione¹²³.

176. Il Gruppo Messaggerie ha osservato che nello scenario *post* concentrazione sarà molto facile per Mach2 Libri mettere in difficoltà la concorrenza, tra cui Opportunity e altri operatori minori, privandola dei prodotti dei marchi oggetto di aggregazione¹²⁴. Messaggerie ha, altresì, affermato [*omissis*].

177. Le preoccupazioni di Messaggerie troverebbero fondamento [*omissis*]. [*omissis*] il canale della GDO è più sensibile a una riduzione della varietà dell'offerta movimentando una gamma meno ampia di titoli (offerta di 6.000-7.000 titoli) rispetto alle librerie (20.000-30.000 titoli); inoltre, il canale è stato particolarmente colpito dalla crisi economica.

178. I comportamenti temuti sarebbero in grado di incidere sull'attività di Opportunity nei confronti delle catene da questa servite [*omissis*]. È stato precisato che Opportunity e Mach2 Libri sono legate alle catene della GDO da contratti solitamente di durata [*omissis*]; la maggioranza delle catene, che sono servite da entrambi gli operatori, sono in grado di confrontare il livello

¹²² Cfr. verbale di audizione di GEMS, doc. 175 del fascicolo istruttorio.

¹²³ Cfr. risposta di Messaggerie alla richiesta di informazioni in fase pre-istruttoria, doc. 47 del fascicolo istruttorio.

¹²⁴ Cfr. risposta di Messaggerie alla richiesta di informazioni in fase pre-istruttoria, doc. 47 del fascicolo istruttorio.

dei servizi resi ai diversi punti vendita. Da ultimo è stato indicato che a oggi, in base a delle stime, Mach2 Libri avrebbe una quota di mercato superiore a quella di Opportunity (circa 50-52% rispetto a 43-45%).

179. Secondo quanto riferito da Feltrinelli, il canale GDO si distingue dagli altri canali di vendita dei libri per la differente modalità di approvvigionamento basata sull'intermediazione di fornitori specializzati, che attualmente si riducono a Mach2 Libri e Opportunity. L'accesso a tale canale di vendita è importante per gli editori in quanto esso risulta strategico per il lancio presso il grande pubblico delle novità, così contribuendo al successo di vendite e classifiche. In tale canale la fungibilità dei libri è più elevata in quanto gli acquirenti occasionali si lasciano guidare dall'esposizione effettuando acquisti di impulso non dettati da esigenze specifiche. Posto che l'accesso passa per le scelte, discrezionali, dei due *buyer* indicati, l'acquisto di RCS Libri determinerà, secondo Feltrinelli, un aumento del livello di interesse di Mondadori a presidiare detto canale in quanto il Gruppo avrà un portafoglio molto più ampio di novità da lanciare. Ciò potrebbe comportare effetti escludenti a danno degli altri editori, anche in ragione del fatto che la crisi ha determinato una riduzione degli spazi adibiti all'esposizione di libri nei punti vendita della GDO¹²⁵.

180. Anche Giunti ha rilevato che la quota già dominante di Mondadori sarebbe suscettibile di moltiplicarsi in virtù del vantaggio competitivo determinato dal conseguimento della maggioranza relativa del principale operatore del canale GDO. Secondo Giunti, infatti, l'unico *competitor* di Mach2 Libri già verserebbe in una condizione di estrema debolezza. La prospettiva di accrescere ulteriormente la propria dominanza in un canale di vendita già caratterizzato da una limitazione nel numero di titoli distribuiti potrebbe di fatto precludere del tutto l'accesso agli editori non collegati, portando a un effetto chiaramente distorsivo della concorrenza, già fortemente limitata nel canale in questione stante la presenza quasi esclusiva di tre soli operatori: Mondadori, RCS Libri e Messaggerie¹²⁶.

181. L'editore Fazi ha spiegato con riguardo al canale della GDO che i due operatori di mercato, Mach2 Libri e Opportunity, scelgono discrezionalmente i libri di cui rifornire il canale e hanno contratti di esclusiva con alcune catene distributive. Mach2 Libri, secondo Fazi, già oggi distribuisce prevalentemente marchi dei soci e solo in piccola parte editori terzi mentre Opportunity appare più aperto alle produzioni degli editori

¹²⁵ Cfr. verbale di audizione di Feltrinelli, doc. 176 del fascicolo istruttorio.

¹²⁶ Cfr. risposta di Giunti alla richiesta di informazioni in fase pre-istruttoria, doc. 34 del fascicolo istruttorio.

diversi dai soci. A parere di Fazi l'acquisizione di RCS Libri da parte di Mondadori comporta il rischio che Mach2 Libri diventi sostanzialmente un operatore monomarca così precludendo l'accesso di prodotti editoriali di soggetti terzi alle catene distributive servite in esclusiva¹²⁷.

182. Infine anche Sellerio ha dichiarato di temere il verificarsi di effetti pregiudizievoli nel canale della GDO a seguito del perfezionamento dell'operazione. In particolare l'editore ha rilevato di ritenere molto importante per le proprie vendite l'accesso al canale della grande distribuzione e di temere che a valle dell'operazione Mach2 Libri possa non confermare la propria politica di apertura verso edizioni esterne alla proprietà riducendone progressivamente gli spazi a vantaggio delle sigle editoriali appartenenti al gruppo Mondadori. Un tale scenario avrebbe senza dubbio, data l'importanza rivestita da Mach2 Libri nelle attività di Sellerio, ripercussioni molto serie sui risultati economici e sulla posizione di mercato della casa editrice e contribuirebbe a consolidare la già forte posizione detenuta dal gruppo Mondadori sul mercato dell'editoria¹²⁸.

La posizione di Mondadori

183. Mondadori ha, di contro, sostenuto che essa, anche dopo il perfezionamento dell'acquisizione, avrà ogni interesse a garantire a tutte le società attive nel canale della GDO l'accesso al proprio catalogo affinché questo possa essere venduto in tutti i punti vendita del canale. La società ha, altresì, escluso di poter fare a meno di Mach2 Libri internalizzando il servizio distributivo in ragione delle peculiarità dei servizi richiesti dalla GDO che necessitano dell'intermediazione di un operatore specializzato¹²⁹.

184. Mondadori ritiene, inoltre, che la crisi in cui versa il canale della GDO e le perdite di Mach2 Libri, che incideranno sulla maggior quota di Mondadori, non rendano ipotizzabile un accrescimento della asserita dominanza di Mach2 Libri *post*-concentrazione; la situazione rimarrà invariata attraverso il mantenimento del duopolio *pre*-concentrazione. Mondadori avrà in ragione delle medesime motivazioni un incentivo a sostenere il canale e ad arginarne le perdite consentendo a tutti gli operatori di distribuire i propri prodotti editoriali.

¹²⁷ Cfr. verbale di audizione di Fazi, doc. 159 del fascicolo istruttorio.

¹²⁸ Cfr. risposta di Sellerio alla richiesta di informazioni in fase pre-istruttoria, doc. 63 del fascicolo istruttorio.

¹²⁹ Cfr. memoria di Mondadori, docc. 183 e 192 del fascicolo istruttorio.

H) IL MERCATO DELLA VENDITA DI LIBRI DI “VARIA”

185. Nelle Tabelle 39 e 40 di seguito riportate sono rappresentati, per il periodo 2010-2014, i livelli delle quote di mercato in volume e in valore di Mondadori e di RCS Libri nel mercato della vendita di libri di “varia” con riferimento all’intero territorio nazionale.

Tabella 39 - Quote di mercato in volume nel mercato della vendita di libri di “varia”

	2010	2011	2012	2013	2014
Mondadori	[10-15%]	[10-15%]	[10-15%]	[10-15%]	[15-20%]
RCS	[inferiore all’1%]	[inferiore all’1%]	[inferiore all’1%]	[inferiore all’1%]	[inferiore all’1%]
Mondadori+RCS	[10-15%]	[10-15%]	[10-15%]	[10-15%]	[15-20%]
Altri operatori	[85-90%]	[85-90%]	[85-90%]	[85-90%]	[80-85%]
Mercato	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Fonte: elaborazioni su dati forniti dalle Parti

Tabella 40 - Quote di mercato in valore nel mercato della vendita di libri di “varia”

	2010	2011	2012	2013	2014
Mondadori	[10-15%]	[10-15%]	[10-15%]	[10-15%]	[10-15%]
RCS	[inferiore all’1%]	[inferiore all’1%]	[inferiore all’1%]	[inferiore all’1%]	[inferiore all’1%]
Mondadori+RCS	[10-15%]	[10-15%]	[10-15%]	[10-15%]	[15-20%]
Altri operatori	[85-90%]	[85-90%]	[85-90%]	[85-90%]	[80-85%]
Mercato	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Fonte: elaborazioni su dati forniti dalle Parti

186. Nel 2014 la quota di mercato di Mondadori era pari al [15-20%] in volume e al [15-20%] in valore, quella di RCS Libri era dello [inferiore all’1%] sia in volume che in valore. A seguito della realizzazione dell’operazione notificata Mondadori verrà pertanto a detenere una quota stimabile nel [15-20%] in volume e nel [15-20%] in valore.

187. Per quanto concerne l’ambito territoriale della provincia di Milano, dove si trova l’unica libreria di RCS Libri, le librerie a marchio Mondadori, compresi in punti vendita in *franchising*, sono 23 su un totale di 214. A seguito della realizzazione dell’operazione notificata le librerie riferibili Mondadori saliranno a 24 pari all’11,2% del totale.

La consistenza della rete di vendita Mondadori e le sue caratteristiche principali

188. Con riguardo al numero complessivo di librerie presenti in Italia sono

emersi dati contrastanti in quanto Mondadori ha rilevato l'esistenza di 2.500/3.000 librerie indipendenti¹³⁰ mentre l'associazione di categorie di riferimento, ALI, ha dichiarato che le stesse non sarebbero più di 1.500. La notevole differenza potrebbe derivare dalla difficoltà di distinguere le librerie e cartolibrerie vere e proprie da altri punti vendita che espongono pochi titoli e/o vendono libri sulla base di ordini e prenotazioni.

189. Quanto all'estensione della rete di vendita di Mondadori, questa, a fine 2015, era costituita da [omissis] punti vendita di cui [omissis] di proprietà, [omissis] in *franchising* e [omissis] punti vendita Edicolè (anche questi in *franchising*). La rete in questione comprende un grande numero di negozi di piccole dimensioni: un quarto ha una superficie inferiore o uguale a 70 mq, la metà una superficie inferiore o uguale a 112 mq; inoltre, i punti vendita in *franchising* hanno, in media, una dimensione inferiore a quella dei punti vendita di proprietà¹³¹.

190. Mondadori ritiene che “*la rete di punti vendita affiliati al network Mondadori sia costituita in gran parte da punti vendita che restano in vita grazie a questa affiliazione*” (cfr. memoria di Mondadori, enfasi nell'originale). In 101 casi la libreria affiliata al *network* Mondadori è l'unica presente nel comune; al riguardo Mondadori ha affermato che si tratta di comuni di “*minime dimensioni*”. Anche su tale quantificazione i dati emersi dall'istruttoria non sono coerenti in quanto secondo le stime di Feltrinelli sarebbero 185 i comuni in cui l'unica libreria esistente sarebbe a marchio Mondadori¹³².

191. Quanto alla consistenza delle altre librerie di catena, il Gruppo Feltrinelli possiede una rete composta (al 30 settembre 2015) di [omissis] punti vendita operanti sotto diversi marchi di cui solo [omissis] sono dei *franchising* (Feltrinelli Point) mentre tutti gli altri sono di proprietà¹³³. Il Gruppo Messaggerie ha spiegato che la rete di librerie di proprietà è in via di dismissione e attualmente conta solo [omissis] punti vendita; inoltre, con riferimento alla rete di librerie in *franchising* sotto il marchio Ubik, costituita da [omissis] punti vendita, il Gruppo Messaggerie ha dichiarato di aver ceduto il 50% della società che gestiva il *franchising* a soggetti terzi cosicché esso non esercita più su detta società il potere di direzione e

¹³⁰ Cfr. memoria di Mondadori, docc. 183 e 192 del fascicolo istruttorio.

¹³¹ Cfr. memoria di Mondadori, docc. 183 e 192 del fascicolo istruttorio.

¹³² Cfr. risposta di Feltrinelli alla richiesta di informazioni in fase pre-istruttoria, doc. 46 del fascicolo istruttorio.

¹³³ Cfr. risposta di Feltrinelli alla richiesta di informazioni in fase pre-istruttoria, doc. 46 del fascicolo istruttorio.

coordinamento¹³⁴. Il gruppo Giunti possiede una rete di librerie di proprietà gestite direttamente che conta [omissis] punti vendita¹³⁵.

192. La rete di vendita di Mondadori rappresenta, dunque, quella maggiormente estesa per numero di punti vendita e si caratterizza per un modello operativo imperniato sul *franchising*. Il successo del modello di affiliazione proposto da Mondadori è dato dall'utilizzo dello strumento del conto deposito che è in grado di spostare la gran parte del rischio e dell'esposizione finanziaria dalla libreria alla stessa Mondadori che si propone anche come fornitore unico. Il *franchisee*, infatti, non paga le giacenze di magazzino, ossia le forniture di libri, ma paga, a seguito di una rendicontazione periodica, esclusivamente i libri venduti.

193. I libri di Mondadori godono nelle librerie del *network* con uguale insegna di una sovraesposizione. Tale effetto è dimostrato dal fatto che, secondo i dati forniti dalla stessa Mondadori, in tutto il periodo 2010-2015 il livello della quota di vendita di libri di "varia" di Mondadori all'interno delle librerie del medesimo Gruppo (Tabella 41 di seguito riportata) risulta di superiore di oltre [10-15] punti percentuali rispetto a quella detenuta nel mercato (Tabelle 26 e 27). Ciò indica che le vendite di libri Mondadori all'interno delle librerie con uguale insegna superano del [40-45%] circa le vendite complessivamente realizzate sul mercato.

Tabella 41 - Vendite di libri Mondadori nelle librerie Mondadori (percentuale sul totale delle vendite)

	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Volume	[35-40%]	[35-40%]	[35-40%]	[35-40%]	[35-40%]	[30-35%]
Valore	[35-40%]	[35-40%]	[35-40%]	[35-40%]	[35-40%]	[35-40%]

Fonte: dati forniti da Mondadori (memoria difensiva)

Profili contrattuali della rete di franchising di Mondadori

194. Nonostante i contratti di *franchising* di Mondadori prevedano in linea teorica un certo grado di autonomia dei *franchisee* con particolare riguardo alla predisposizione degli ordini delle forniture, in realtà questa viene in gran parte elisa dalle clausole contrattuali che: [omissis].

195. Inoltre, il sistema del conto deposito, che consente al *franchisee* di pagare esclusivamente i libri venduti, disincentiva ulteriormente

¹³⁴ Cfr. risposta di Messaggerie alla richiesta di informazioni in fase pre-istruttoria (doc. 47) e verbale di audizione di GEMS (doc. 175).

¹³⁵ Cfr. risposta di Giunti alla richiesta di informazioni in fase pre-istruttoria, doc. 34 del fascicolo istruttorio.

dall'acquistare prodotti editoriali di editori terzi dai quali il *franchisee* non riesca a ottenere le medesime favorevoli condizioni. A ciò si aggiunga che la notoria situazione di squilibrio di potere negoziale in cui versano i *franchisee* li rende particolarmente vulnerabili a ulteriori restrizioni della loro autonomia veicolate da Mondadori attraverso l'inoltro periodico di circolari interne alla rete nelle quali vengono stabilite di volta in volta le regole cui attenersi.

196. Da ultimo, anche i limitati spazi di autonomia concessi ai *franchisee* non risultano in concreto fruibili. Feltrinelli ha, infatti, osservato che per il rifornimento della rete di librerie Mondadori viene adottato un modello centralizzato di acquisiti che prevede l'invio ai librai di cedole precompilate nelle quali sono indicati gli acquisiti ipotizzati, a livello centrale, per il singolo punto vendita. Il libraio, pur potendo effettuare qualche modifica sulla cedola, non dispone delle informazioni necessarie per farlo in quanto in ragione dell'affiliazione non ha quasi più alcun contatto con le reti di promozione degli editori terzi che interloquiscono esclusivamente con il *buyer* centrale di catena¹³⁶.

La posizione dei Terzi

197. Le descritte caratteristiche della rete di vendita Mondadori, in costante crescita anche in ragione della crisi che attraversano le librerie indipendenti che sempre più spesso si affiliano a Mondadori per evitare la chiusura, sono alla base delle preoccupazioni concorrenziali evidenziate in particolar modo dagli editori concorrenti.

198. Gli editori indipendenti hanno, infatti, osservato che già oggi nello scenario di mercato *pre-concentrazione*, la rete di vendita Mondadori favorisce la visibilità dei marchi appartenenti al Gruppo attraverso l'occupazione degli spazi presenti nei punti vendita con la conseguenza che gli editori indipendenti riescono raramente ad arrivare nelle librerie Mondadori e quando ci riescono vengono relegati in spazi e quantità che non garantiscono la visibilità necessaria per raggiungere il consumatore.

199. Anche quando gli editori indipendenti riescono ad arrivare nelle librerie Mondadori, questo ha per loro un costo che spesso non ha una correlazione positiva con i ricavi di vendita in quanto Mondadori impone condizioni contrattuali molto onerose, quali il conto deposito, che sposta il rischio sull'editore, e la richiesta di uno sconto sul prezzo di copertina che

¹³⁶ Cfr. verbale di audizione di Feltrinelli, doc. 176 del fascicolo istruttorio.

non è mai inferiore al 50%¹³⁷.

200. Anche Feltrinelli ha lamentato [*omissis*]¹³⁸.

201. L'effetto di moltiplicazione della quota di mercato all'interno delle proprie librerie è riscontrabile anche nel caso di Feltrinelli (che raddoppia la propria quota) e di Giunti (che la triplica in ragione della scelta di specializzazione tematica effettuata sia a livello editoriale che a livello *retail*). Tuttavia, nel caso di Mondadori detto effetto è suscettibile di avere un diverso impatto sul mercato stante la differente dimensione della quota di mercato.

202. Mentre le librerie generaliste di una catena come quella di Feltrinelli non potrebbero sopravvivere senza essere in grado offrire i prodotti editoriali dei concorrenti in ragione della ridotta quota di mercato dell'editore di riferimento, le librerie Mondadori, all'indomani dell'acquisizione nel portafoglio editoriale del Gruppo anche dei marchi di RCS Libri, potrebbero ridimensionare ancora di più l'ingresso degli editori terzi al loro interno trasformandosi in librerie monomarca. Tale evoluzione sarebbe resa possibile dall'ampiezza della gamma dei prodotti editoriali del Gruppo Mondadori all'indomani della concentrazione che è suscettibile di soddisfare tutte le richieste del consumatore senza attingere ai cataloghi dei concorrenti se non per una minima parte relativa a titoli percepiti come imprescindibili¹³⁹.

203. La preoccupazione degli editori che hanno rilevato le criticità anzidette è quella che lo scenario *post* concentrazione eliminerà del tutto la possibilità per loro di essere venduti nelle librerie Mondadori o ne ridurrà ancor di più la visibilità¹⁴⁰. Feltrinelli ha osservato a tal proposito che, se già oggi Mondadori è in grado di arrivare quasi a raddoppiare la propria quota di mercato all'interno delle proprie librerie, con l'acquisizione di RCS Libri, aumentando significativamente la dimensione di mercato di Mondadori, lo spazio residuo per i terzi si ridurrebbe drasticamente potendo una quota del 40% facilmente portare le vendite di libri Mondadori all'interno dello stesso *network* a punte del 60-80%¹⁴¹.

204. La temuta limitazione degli spazi disponibili per gli editori terzi risulta ancor più grave con riferimento ad alcune realtà locali in cui il punto vendita Mondadori è a oggi, o potrà diventare domani, l'unica libreria del comune

¹³⁷ Cfr. risposta di Fazi alla richiesta di informazioni in fase pre-istruttoria, docc. 27 e 36 del fascicolo istruttorio.

¹³⁸ Cfr. verbale di audizione di Feltrinelli, doc. 176 del fascicolo istruttorio.

¹³⁹ Cfr. verbale di audizione di Feltrinelli, doc. 176 del fascicolo istruttorio.

¹⁴⁰ Cfr. verbale di audizione di Fazi, doc. 158 del fascicolo istruttorio.

¹⁴¹ Cfr. verbale di audizione di Feltrinelli, doc. 176 del fascicolo istruttorio.

cosicché non essere presenti nel punto Mondadori equivarrà a non essere venduti in determinate aree del territorio nazionale attraverso quello che si configura come il principale canale *retail*¹⁴².

205. Gli editori indipendenti temono, altresì, che anche laddove residuasse qualche possibilità di avere accesso alle librerie Mondadori, l'ulteriore affievolimento dell'interesse di Mondadori a dare visibilità ai propri concorrenti, possa portare a un inasprimento delle condizioni contrattuali loro applicate attraverso l'imposizione di sconti sempre più elevati e di condizioni contrattuali suscettibili di incidere sui loro risultati economici.

206. Se è vero, infine, che nelle librerie di catena gli spazi di visibilità possono essere acquistati dagli editori terzi attraverso investimenti promozionali, è stato rilevato che detta possibilità sarebbe di fatto preclusa ai soggetti che non fanno parte di grandi gruppi in quanto richiede esborsi finanziari non sostenibili in assenza di sinergie ed economie di scala¹⁴³.

La posizione di Mondadori

207. Mondadori sostiene che la quota di mercato detenuta nel mercato della vendita non sia suscettibile di determinare effetti di *market foreclosure* anche nel caso in cui il *network* Mondadori dovesse essere completamente monopolizzato dall'editore di riferimento¹⁴⁴.

208. Ciò premesso, Mondadori contesta che la catena di librerie riferibile al gruppo venga utilizzata per spingere “*sopra il normale*” i libri Mondadori. La quota delle vendite dei libri Mondadori all'interno della rete del Gruppo sarebbe di poco superiore alla quota di mercato e sarebbe andata diminuendo nel tempo.

209. Il *network* Mondadori sarebbe del tutto analogo a quello di altri operatori e rappresenterebbe un sostegno per molte piccole realtà che in assenza della prospettiva dell'affiliazione sarebbero costrette a chiudere.

I) IL MERCATO DELLA VENDITA *ON LINE* DI PRODOTTI EDITORIALI

210. All'interno del mercato in esame le attività di vendita di libri cartacei e di *e-book* si presentano differenziate. In primo luogo le trattative con gli editori si svolgono separatamente per i libri cartacei e gli *e-book*, anche per quei soggetti che commercializzano entrambe le diverse categorie di

¹⁴² Cfr. verbale di audizione di ODEI, doc. 153 del fascicolo istruttorio.

¹⁴³ Cfr. verbale di audizione di ODEI, doc. 153 del fascicolo istruttorio.

¹⁴⁴ Cfr. memoria di Mondadori, docc. 183 e 192 del fascicolo istruttorio.

prodotto.

211. I libri cartacei vengono acquistati all'ingrosso dalla piattaforma per la rivendita al dettaglio direttamente dagli editori ovvero dai distributori e dai grossisti. Le specifiche condizioni contrattuali (prezzo di cessione, condizioni di reso, attività di *marketing*, *extra* sconti, eventuali *bonus* di risultato) tendono a variare notevolmente a seconda della forza contrattuale della piattaforma. Generalmente vengono conclusi degli accordi quadro, negoziati periodicamente, sulla base dei quali vengono di volta in volta inoltrati gli ordinativi. Le politiche di prezzo dei libri cartacei sono condizionate anche per le piattaforme *on line* dai limiti previsti a livello normativo.

212. Il diritto di vendere i libri in formato digitale si acquista direttamente dall'editore salvo qualche rara eccezione di piccoli editori che affidano al distributore anche la cessione del diritto. Nonostante esistano due modelli di *business* per la commercializzazione degli *e-book*, nel mercato italiano gli editori richiedono alle piattaforme l'adozione del modello c.d. *commissionaire* (rapporto di agenzia) in base al quale le piattaforme vendono gli *e-book* in qualità di mandataria della casa editrice. Pertanto, benché la piattaforma si presenti come il venditore, è l'editore, in qualità di mandante, a stabilire il prezzo di vendita al dettaglio dell'*e-book*. La piattaforma consegna il titolo al cliente finale per conto dell'editore e, per lo svolgimento di tale attività, percepisce una commissione calcolata con riferimento al prezzo al dettaglio fissato dall'editore¹⁴⁵.

213. Nel modello c.d. *commissionaire* le principali variabili negoziali sono costituite dalla commissione, dalla disponibilità del catalogo, dai termini di pagamento e dalle promozioni. Gli editori possono, infatti, offrire ai clienti finali prezzi promozionali per determinati periodi. Le piattaforme e gli editori possono poi concordare delle attività di *marketing* (pacchetti di visibilità relativi agli *e-book* di un particolare autore, *newsletter* dedicate da inviare ai clienti della piattaforma)¹⁴⁶.

214. Il modello alternativo sarebbe quello c.d. di rivendita in base al quale la piattaforma paga all'editore per ogni *e-book* un prezzo all'ingrosso calcolato sulla base del prezzo di listino fissato dall'editore. Nell'ambito di questa tipologia contrattuale, la piattaforma sarebbe libera di fissare il prezzo

¹⁴⁵ Cfr. risposta di Giunti alla richiesta di informazioni in fase pre-istruttoria, doc. 34 del fascicolo istruttorio; risposta di Feltrinelli alla richiesta di informazioni in fase pre-istruttoria, doc. 46 del fascicolo istruttorio; risposta di Messaggerie alla richiesta di informazioni in fase pre-istruttoria doc. 47 del fascicolo istruttorio.

¹⁴⁶ Cfr. risposta di De Agostini alla richiesta di informazioni, doc. 167 del fascicolo istruttorio; risposta di Newton Compton alla richiesta di informazioni, doc. 179 del fascicolo istruttorio.

di vendita finale del singolo *e-book*.

215. Le parti sono attive sia nel segmento della vendita di libri cartacei che in quello della vendita di *e-book*. In particolare Mondadori effettua l'attività di vendita *on line* di libri digitali attraverso il sito *internet* [omissis]. L'attività di vendita *on line* di libri cartacei viene effettuata direttamente attraverso il sito *internet* www.mondadoristore.it. Anche RCS Libri è attiva nella vendita *on line* di libri cartacei e *e-book* attraverso il proprio sito libreriarizzoli.it. [omissis].

216. Nel 2014 Mondadori deteneva nel mercato della vendita *on line* di prodotti digitali una quota del [1-5%], RCS Libri una quota del [10-15%]. A seguito della realizzazione dell'operazione notificata Mondadori verrà a detenere una quota del [15-20%]¹⁴⁷. Ai fini della valutazione dell'operazione in esame non risulta necessario esaminare la posizione delle Parti sui distinti segmenti della vendita *on line* di libri cartacei e della vendita di *e-book* in ragione del livello delle suddette quote e della presenza sul mercato di qualificati concorrenti come Amazon e IBS.

La posizione dei Terzi

217. In relazione al mercato della vendita *on line* sia di libri cartacei che di *e-book*, Amazon ha rilevato che i principali editori già nello scenario attuale detengono un considerevole potere contrattuale nelle trattative aventi a oggetto la fornitura di libri, dal momento che ogni editore detiene un monopolio sulle proprie opere e ciascun rivenditore necessita della possibilità di rivendere le pubblicazioni delle principali case editrici per avere un *business* commerciale economicamente sostenibile¹⁴⁸.

218. In tale contesto l'operazione prospettata che vede l'integrazione dei due principali concorrenti, è suscettibile di influenzare l'intera filiera dell'editoria dall'acquisizione delle opere degli autori alla vendita al dettaglio delle stesse. Il nuovo operatore risultante dalla concentrazione, attraverso la propria politica commerciale sarà in grado di mettere a rischio la sostenibilità economica dei vari operatori lungo tutta la filiera con effetti pregiudizievoli nella vendita di libri ai clienti finali. In particolare, Amazon ha rilevato che i vari rivenditori di libri, sia cartacei che *e-book*, avrebbero necessità di offrire ai propri clienti il catalogo Mondadori-RCS Libri (che integrerebbero il primo e il secondo più vasto catalogo di libri, sia per i

¹⁴⁷ Cfr. punti 116-118 del provvedimento di avvio.

¹⁴⁸ Cfr. risposta di Amazon alla richiesta di informazioni in fase istruttoria, doc. 166 del fascicolo istruttorio.

tascabili che per le nuove uscite) a prezzi ragionevoli e con la possibilità di accedere a iniziative promozionali per i loro clienti. Il nuovo soggetto sarebbe pertanto in grado di influenzare la selezione e i prezzi applicati dai rivenditori di libri (i.e. il loro livello di competitività e di sostenibilità economica). Tale influenza sarebbe ulteriormente amplificata dall'integrazione verticale con una delle maggiori catene di librerie (circa 600 punti vendita in Italia) e un operatore *leader* nella distribuzione di libri in formato digitale. Questa integrazione comporta, infatti, il rischio concreto che le librerie terze (sia *off line* che *on line*) non siano in grado di ottenere dal nuovo gruppo condizioni economiche sostenibili, che consentano loro di avere un *business* sufficientemente remunerativo.

219. Google ha rilevato [*omissis*]¹⁴⁹.

La posizione di Mondadori

220. Mondadori ritiene che nel mercato della vendita al dettaglio *on line* di prodotti editoriali, la concorrenza delle piattaforme internazionali è tale che l'eventuale potere di mercato associato al catalogo Mondadori *post* concentrazione sarebbe fortemente controbilanciato. Secondo Mondadori, infatti, specie con riguardo alla vendita di *e-book*, le piattaforme internazionali rappresenterebbero il 90-95% del mercato. Queste ultime applicano strategie costruite a livello sovranazionale e determinano esse stesse il tasso di sconto praticabile (nel caso del mercato italiano quello dei contratti di agenzia). Quanto alle piccole piattaforme nazionali esse godrebbero del fatto che Mondadori applicherebbe loro le stesse condizioni contrattuali riconosciute alle piattaforme internazionali¹⁵⁰.

GLI ALTRI MERCATI RILEVANTI

221. L'operazione in esame interessava, oltre i mercati che sono stati oggetto dell'istruttoria, anche i seguenti mercati:

- mercato dell'editoria scolastica
- mercato dell'editoria di libri d'arte;
- mercato dell'editoria di guide e manuali;
- mercato dell'editoria di libri accademici e professionali;

¹⁴⁹ Cfr. risposta di Google alla richiesta di informazioni in fase pre-istruttoria, doc. 51 del fascicolo istruttorio.

¹⁵⁰ Cfr. memoria di Mondadori, docc. 183 e 192 del fascicolo istruttorio.

- mercato della parascolastica;
- mercato dei servizi di promozione di libri di “varia”;
- mercato della distribuzione alle librerie di libri di “varia”;
- mercato della gestione di *bookshop* presso i siti museali e archeologici;

222. I suddetti mercati sono stati esaminati nell’ambito del provvedimento di avvio dell’istruttoria cui si fa integrale rinvio con riferimento alla posizione delle Parti e dei principali concorrenti sugli stessi.

VII. VALUTAZIONE DELL’OPERAZIONE

Mondadori e RCS Libri sono i principali sostituti reciproci

223. Nel corso dell’istruttoria sono emersi diversi elementi che fanno ritenere che Mondadori e RCS Libri siano i principali sostituti reciproci.

224. Con riferimento ai mercati dell’acquisizione dei diritti d’autore (*sub a*) è stato osservato che dette società sono tradizionalmente state impegnate in un vivace confronto competitivo al fine di “accaparrarsi” i diritti di pubblicazione delle opere sia italiane che straniere con la conseguenza di elevare i livelli degli anticipi riconosciuti agli autori. Inoltre, i marchi riferibili ai gruppi Mondadori e RCS Libri sono sempre stati considerati in via prioritaria dagli agenti letterari al fine di collocare le opere degli autori rappresentati. Da ultimo, Mondadori e RCS Libri sono considerate entrambe dotate di una forza promozionale e distributiva di rilievo che, come si vedrà, risulta rafforzata dalla appartenenza a gruppi multimediali.

225. Per quanto concerne i mercati dell’editoria (*sub b, c, e*) Mondadori e RCS Libri si contraddistinguono nel panorama italiano per l’ampiezza dei cataloghi e per il pregio storico-culturale degli stessi. Con riguardo a tale aspetto è stato evidenziato che i cataloghi di Mondadori e RCS contengono 80-90 anni di storia letteraria e rappresentano il nucleo sul quale si formano le generazioni di lettori. Inoltre, detti operatori sono quelli che riescono a collocare nelle classifiche il maggior numero di *best seller* (Top 100) come conseguenza sia della capacità di acquisire i diritti d’autore sia di promuovere e distribuire i propri libri¹⁵¹. È altresì emerso che Mondadori e RCS Libri si contendono gli spazi di visibilità nelle librerie attraverso una differenziazione delle offerte economiche e contrattuali ai librai.

¹⁵¹ Cfr. sul punto provvedimento di avvio.

226. Un altro elemento che contraddistingue le società coinvolte nella concentrazione è il fatto che esse sono le sole a far parte di gruppi attivi in diversi *media*. Nello specifico, RCS Libri appartiene al gruppo che edita “Il Corriere della Sera”. Quanto a Mondadori, essa appartiene al Gruppo Fininvest che, come noto, è attivo sui mezzi televisivo e radiofonico; inoltre, la stessa Mondadori è presente nell’editoria di periodici.

227. Da ultimo, Mondadori e RCS Libri possono ben essere considerati i primi due operatori nell’editoria di “varia” in quanto RCS Libri è divenuto il terzo solo in conseguenza dell’uscita di Adelphi, seguita alla notizia del progetto di concentrazione.

La definizione dei mercati dell’acquisizione dei diritti d’autore e dell’editoria

228. Nelle loro argomentazioni difensive Mondadori e RCS Libri hanno contestato la definizione di taluni mercati con particolare riferimento alla distinzione dell’acquisizione di diritti di pubblicazione di opere (di narrativa e saggistica) italiane e straniere e alla suddivisione dell’editoria di “varia” a seconda delle categorie di opera.

229. L’istruttoria ha fatto emergere elementi che consentono di confermare la definizione dei mercati adottata nel provvedimento di avvio. In particolare, in relazione all’acquisizione dei diritti sono state rilevate alcune differenze a seconda che la negoziazione riguardi opere italiane ovvero straniere:

- l’interazione degli autori stranieri con gli editori italiani è quasi completamente intermediata dagli agenti mentre, in alcuni casi, gli autori italiani non sono rappresentati da agenti;
- la negoziazione di diritti su opere straniere è più strutturata e comporta più di frequente il ricorso a meccanismi competitivi quali le aste;
- nel caso di opere straniere l’acquisizione dei diritti riguarda quasi sempre lavori già compiuti mentre per le opere italiane vengono spesso negoziati diritti per lavori futuri;
- il livello delle *royalty* per le opere straniere è inferiore a quello relativo a opere italiane in ragione del fatto che l’editore deve sostenere anche i costi di traduzione;
- la mobilità degli autori stranieri (passaggi da un editore a un altro) è inferiore a quella degli autori italiani.

Ciò posto, è stata in ogni caso valutata la posizione delle Parti anche sul

mercato più ampio dell'acquisizione dei diritti di pubblicazione *tout court*.

230. Parimenti in relazione alla suddivisione dei mercati di “varia” l'istruttoria ha fornito elementi che consentono di confermare l'impostazione del provvedimento di avvio. In primo luogo l'analisi delle correlazioni tra i ricavi medi relativi alle diverse categorie di libri ha suffragato l'ipotesi che si tratti di mercati distinti. Secondariamente una classificazione delle opere a seconda del contenuto caratterizza le principali analisi di mercato (AIE, GFK e Nielsen) come del resto riconosciuto dalla stessa RCS Libri. Ciò si aggiunge al fatto che la suddivisione adottata è coerente con i precedenti nazionali e comunitari.

231. Analoghe considerazioni in termini di indici di correlazione e analisi di settore si applicano alla distinzione tra tascabili e prime edizioni. Con riferimento ai tascabili l'istruttoria ha altresì evidenziato che il segmento dei tascabili presenta delle caratteristiche specifiche: dal punto di vista della domanda, la pubblicazione di edizioni successive alla prima e più economiche determina un ampliamento della platea dei lettori a fasce sociali e di reddito diverse; dal punto di vista dell'offerta, il tascabile si configura come un formato che consente di proseguire le vendite di un libro di successo così contribuendo al recupero delle somme pagate a titolo di anticipo nonché al finanziamento dell'attività di ricerca di nuovi autori.

232. Fermo restando quanto osservato, anche per i mercati dell'editoria la prospettazione delle Parti è stata presa in considerazione nella valutazione della posizione delle stesse sui mercati interessati.

La posizione dominante di Mondadori dopo l'acquisizione di RCS Libri

233. Le evidenze istruttorie consentono di concludere che l'operazione di concentrazione in esame porterà alla costituzione o al rafforzamento di una posizione dominante nei mercati dell'acquisizione dei diritti d'autore (*sub a*) e nei mercati dell'editoria di libri di narrativa e saggistica (*sub b*), di libri per ragazzi (*sub c*) e di *e-book* (*sub e*). A tale conclusione induce, in primo luogo, la valutazione della dimensione dell'attività che farà capo a Mondadori.

234. Nei mercati dell'acquisizione dei diritti sulle opere di narrativa e saggistica (*sub a*) Mondadori e RCS Libri sono in grado di aggiudicarsi insieme un numero di diritti superiore a quello complessivamente riferibile ai principali concorrenti, sia per opere italiane che per quelle straniere. Analogamente Mondadori e RCS Libri corrispondono agli autori un monte

anticipi che risulta significativamente superiore (pari ad almeno il doppio) rispetto a quello pagato dagli altri concorrenti, sia per le opere italiane che per quelle straniere. In tale contesto il numero di diritti acquisiti e gli importi complessivamente pagati dal principale concorrente GEMS risultano percentuali limitate dei corrispondenti numeri e importi riferibili alle Parti; nel caso più favorevole a queste ultime, relativo agli importi pagati per i diritti di opere straniere, il rapporto è all'incirca di uno a tre; nei restanti casi il rapporto di forza tra Mondadori (dopo l'acquisizione di RCS Libri) e GEMS è ancora più squilibrato. Per i motivi esposti si può concludere che a seguito della realizzazione dell'operazione Mondadori verrà a detenere una quota di mercato suscettibile di determinare la costituzione o il rafforzamento di una posizione dominante sui mercati dell'acquisizione dei diritti d'autore di opere di narrativa e saggistica italiane e straniere. Alle medesime conclusioni si giunge laddove non si distinguono le opere italiane da quelle straniere ma le si consideri parte di uno stesso mercato in quanto il rapporto di forza tra le Parti e i principali concorrenti risulterebbe del tutto analogo.

235. Per quanto concerne il mercato dell'editoria di narrativa e saggistica (*sub b*) le quote di mercato che Mondadori verrà a detenere dopo la realizzazione dell'operazione sono compatibili con una posizione dominante. Infatti, le quote congiunte di Mondadori e RCS Libri si collocano nel 2015 su valori prossimi o superiori al [40-45%] incrementandosi le quote di Mondadori almeno del [10-15%]. Il secondo operatore GEMS detiene quote di mercato inferiori di circa tre volte ([10-15%] in volume, [10-15%] in valore). L'indice di concentrazione HHI si attesta su valori prossimi o superiori a 2.000 facendo registrare incrementi superiori a 600 (629 in volume, 720 in valore).

236. Parimenti nel segmento dei tascabili le quote congiunte di Mondadori e RCS Libri si attestano nel 2015 su livelli superiori al 50% ([50-55%]) in volume, e al 60% ([60-65%]) in valore; le quote di Mondadori si incrementano almeno del [10-15%] ([10-15%] in volume, [10-15%] in valore). Nello scenario *post* concentrazione l'indice HHI sale a livelli prossimi o superiori a 3.000 facendo registrare incrementi pari a 1.079 se si considerano le quote in volume e a 1.325 se si guarda alle quote in valore.

237. I dati forniti da Mondadori con riguardo al mercato che riunisce tutte le categorie di opere di "varia" danno conto del fatto che nel 2015 la quota di mercato congiunta di Mondadori e RCS Libri è pari al [30-35%] in volume e al [35-40%] in valore. Il primo concorrente GEMS detiene nello stesso anno

una quota del [10-15%] in volume e del [10-15%] in valore. Gli indici HHI passano da oltre 900 nel contesto di mercato attuale a oltre 1.400 nello scenario *post* concentrazione con un incremento superiore a 500. Il livello delle quote di Mondadori, la distanza con il principale concorrente che ha una dimensione di mercato tre volte inferiore e l'analisi dei valori dell'indice di concentrazione consentono di ritenere che le valutazioni circa la posizione dominante non cambierebbero laddove si aderisse alla prospettazione di Mondadori e RCS Libri di un mercato unico delle opere di "varia".

238. Per quanto concerne il mercato dell'editoria per ragazzi (*sub c*) l'evoluzione delle quote rispetto al 2014 conferma le criticità rilevate in sede di avvio del procedimento. Infatti, secondo i dati relativi al 2015, con l'acquisizione di RCS Libri Mondadori diventa il primo operatore di mercato sia in volume (con una quota del [30-35%]) che in valore ([35-40%]) incrementando la propria quota almeno del [5-10%] ([5-10%] in volume, [5-10%] in valore). A seguito della realizzazione dell'operazione il livello dell'indice di concentrazione HHI si attesta su valori prossimi o superiori a 2.000 con incrementi pari a 355, se si guarda alle quote di mercato in volume, e a 495, se si considerano le quote di mercato in valore.

239. L'argomento di Mondadori secondo il quale nel mercato dell'editoria di libri per ragazzi la sua quota dovrebbe essere decurtata della metà della quota riferibile a Edizione EL non è condivisibile: *[omissis]*.

240. Si rileva, inoltre, che, come evidenziato dal principale concorrente nell'editoria per ragazzi (Giunti), la posizione di mercato di Mondadori è amplificata dal fatto che, appartenendo a un gruppo di grandi dimensioni attivo nei settori dei *media*, essa si avvantaggia delle relazioni internazionali della capogruppo per ottenere le licenze relative ai *characters* (che sono spesso personaggi della tv per ragazzi) sui quali vengono costruite intere collane di libri. Inoltre, l'accesso privilegiato di Mondadori al canale della GDO e a quello delle librerie favorirebbe la diffusione dei prodotti di tale società.

241. Sul mercato dell'editoria di e-book (*sub e*) per effetto dell'acquisizione di RCS Libri la quota di Mondadori si incrementa del [15-20%] circa attestandosi al [45-50%]. Si tratta di un livello di rilievo come rilevato dal concorrente GEMS¹⁵² e dalle piattaforme di vendita Book Republic¹⁵³ e Amazon¹⁵⁴; quest'ultima ha, in particolare, sottolineato l'importanza di poter disporre dei cataloghi di Mondadori e RCS Libri per condurre in maniera

¹⁵² Cfr. paragrafo 152.

¹⁵³ Cfr. paragrafo 153.

¹⁵⁴ Cfr. paragrafo 218.

redditizia l'attività di vendita di *e-book*. La concentrazione in esame farà sì che il livello dell'indice di concentrazione HHI salga al di sopra di 2.000 con un incremento pari a 860.

242. L'istruttoria ha del resto posto in rilievo la stretta connessione tra gli *e-book* e i libri cartacei per il fatto che vi è quasi sempre, nel mercato italiano, una corrispondenza tra *e-book* e versione cartacea di un libro e che i relativi diritti di pubblicazione sono acquistati congiuntamente. Si può pertanto ritenere che la posizione di mercato con riguardo agli *e-book* riproduca e sia il portato di quella sui mercati dell'editoria di narrativa e saggistica e ragazzi che, come sopra rilevato, rappresentano insieme l'[80-85%] circa della produzione complessiva di "varia".

243. La posizione di preminenza nella quale Mondadori si verrà a trovare a seguito della realizzazione dell'operazione nei mercati sopra considerati risulta rafforzata da una serie di caratteristiche che aumentano la distanza dei concorrenti rispetto a Mondadori.

244. La prima di tali prerogative risiede nel fatto che Mondadori avrà la disponibilità di un catalogo tascabile ampio e pregiato nel quale si trova all'incirca la metà delle opere letterarie sulle quali si formano i ragazzi nelle scuole superiori e all'università. Tale catalogo costituisce un *asset* di particolare rilievo in quanto, oltre ad assicurare a Mondadori le risorse finanziarie per la ricerca di nuovi autori, esso costituisce un chiaro volano per la diffusione del marchio tra le nuove generazioni di lettori.

245. L'istruttoria ha inoltre messo in rilievo che la rete di vendita con insegna Mondadori, per estensione e per caratteristiche organizzative, costituisce uno strumento che rafforza la visibilità dei libri Mondadori alimentandone in tal modo il successo. In effetti il *network* Mondadori è il più esteso tra le librerie di catena per numero di punti vendita (circa 600 compresi quelli in *franchising*); esso è, inoltre, diffuso sul territorio (comprendendo un certo numero di punti vendita di piccole dimensioni) e in almeno 100 comuni la libreria con insegna Mondadori è l'unica presente; inoltre, l'adozione del sistema del conto deposito, che alleggerisce la pressione finanziaria sul libraio, esercita una spinta espansiva alla crescita della rete di vendita. Le specifiche caratteristiche del rapporto che lega Mondadori ai *franchisee* in termini di clausole contrattuali che limitano l'autonomia di scelta di quest'ultimo, di acquisti centralizzati in capo a Mondadori Retail e di squilibrio del potere negoziale a sfavore dei *franchisee* (è la stessa Mondadori a evidenziare che senza l'affiliazione diverse librerie non sarebbero sopravvissute) fanno sì che ci sia una sovraesposizione dei

libri Mondadori all'interno delle librerie con uguale insegna. Le evidenze istruttorie mostrano al riguardo che all'interno del proprio *network* la percentuale di vendita di libri Mondadori supera del [40-45%] circa quella registrata sul mercato.

246. Sempre in tema di capacità di penetrazione del mercato, si deve rilevare che Mondadori, in qualità di azionista di maggioranza (benché relativa) di Mach2 Libri, gode di un accesso privilegiato al canale della GDO, caratterizzato dalla ristrettezza degli spazi a disposizione. Detto canale si presenta strategico per il lancio delle novità, e in tal senso può contribuire a rendere i nuovi titoli dei *best seller*, anche in ragione della capillarità della diffusione che lo stesso garantisce presso il grande pubblico (si pensi solo ai supermercati e alle aree di servizio).

247. Il quadro emerso dall'istruttoria fa ritenere che, nel contesto di mercato che si verrà a creare a seguito della realizzazione dell'operazione di concentrazione, il potere di mercato di cui verrà a disporre Mondadori possa difficilmente trovare vincoli competitivi idonei ad arginarlo. Si è infatti rilevato che l'integrazione verticale dei principali gruppi editoriali nelle fasi di promozione, distribuzione e vendita costituisce un'importante barriera alla crescita degli editori non integrati unitamente alla necessità di risorse finanziarie per l'acquisizione dei diritti d'autore. La stessa scarsa mobilità degli autori dà conto del fatto che il settore editoriale italiano – del quale l'acquisizione dei diritti d'autore è la prima fase – si presenta come poco dinamico.

248. Nessun impulso alle dinamiche competitive del settore editoriale italiano pare poter provenire dalla domanda stante il fatto che il mercato italiano risulta di piccole dimensioni in ragione del vincolo linguistico e dei bassi livelli di lettura. Vale al riguardo evidenziare che nei Paesi europei dove si legge di più e il settore editoriale ha dimensioni ben più ampie di quello italiano, il primo operatore del mercato detiene una quota che non supera il 24% avendo privilegiato acquisizioni all'estero.

249. Per quanto concerne i mercati dell'editoria di fumetti e della distribuzione di *e-book* alle piattaforme di vendita le evidenze istruttorie consentono di escludere che l'operazione in esame porterà alla costituzione ovvero al rafforzamento di una posizione dominante.

250. In relazione al mercato dell'editoria di fumetti (*sub d*) è emerso che la quota di mercato congiunta di Mondadori e RCS Libri è scesa nel 2015 nettamente al di sotto del [30-35%] sia in volume che in valore riducendosi di oltre [5-10] punti percentuali. Inoltre, è stato evidenziato che il mercato in

questione rappresenta una percentuale molto ridotta delle vendite complessive di libri di “varia”.

251. Per quanto concerne la distribuzione di e-book alle piattaforme di vendita (*sub f*), l’istruttoria ha messo in luce il fatto che nella larga maggioranza dei casi l’attività svolta dal soggetto incaricato della distribuzione si riduce alla fornitura di servizi tecnici e/o amministrativi che non investono il rapporto editore-piattaforma di vendita. Per tale motivo la quota di mercato calcolata sul complesso dell’attività svolta da Edigita, senza tenere conto del tipo di attività effettivamente svolta, sovrastima la reale influenza che detto operatore è in grado di esercitare. A ciò si aggiunga che già oggi è possibile per gli editori gestire la fase di distribuzione in proprio eventualmente ricorrendo a piattaforme di distribuzione gestite da operatori terzi, anche internazionali.

252. Da ultimo, in relazione agli altri mercati interessati dall’operazione che non sono stati oggetto dell’istruttoria (cfr. punto 221), si confermano le valutazioni contenute nel provvedimento di avvio secondo cui l’integrazione tra Mondadori e RCS Libri non è idonea a costituire o rafforzare una posizione dominante sugli stessi né può essere ritenuta idonea a pregiudicarne le dinamiche concorrenziali.

Effetti della concentrazione

253. Sui mercati dell’acquisizione dei diritti d’autore per le opere di narrativa e saggistica italiane e straniere (*sub a*), la posizione dominante nella quale Mondadori si verrà a trovare a seguito dell’acquisizione di RCS Libri è suscettibile di determinare una riduzione del potere negoziale degli agenti e degli autori come conseguenza del venire meno del principale concorrente di Mondadori (concorrenza *interbrand*) e del probabile affievolimento delle dinamiche competitive tra le numerose case editrici riunite sotto il controllo di Mondadori (concorrenza *intrabrand*). Tale effetto non è suscettibile di essere controbilanciato dagli altri gruppi editoriali verticalmente integrati e tanto meno dai restanti editori in quanto nessun operatore avrà la massa critica e la forza promozionale e distributiva di Mondadori.

254. La perdita di potere negoziale degli agenti e degli autori potrà tradursi in una riduzione del livello degli anticipi e delle *royalty* e in una modifica in senso sfavorevole agli autori di altre clausole contrattuali, quali quelle relative alla manleva per danni e alle ipotesi di recesso dell’editore.

255. La dimensione che Mondadori acquisirà sarà altresì suscettibile di influire sulla capacità degli editori concorrenti di aggiudicarsi i diritti di edizione di loro interesse in quanto per la massa critica, per la forza promozionale e distributiva, per il numero e la varietà dei marchi e per l'accesso privilegiato ai *media* Mondadori rappresenterà la prima scelta di qualunque autore. L'attrattività di Mondadori per gli autori che siano stati portati al successo da editori indipendenti potrebbe amplificarsi rischiando così di impoverire il progetto editoriale di questi ultimi e di affievolirne ulteriormente la forza competitiva con la conseguenza di ridurre la varietà dell'offerta di libri al consumatore finale.

256. La posizione di dominanza di Mondadori sui mercati dell'editoria di libri di narrativa e saggistica (*sub b*) e di libri per ragazzi (*sub c*) è suscettibile di produrre effetti sia nei confronti delle librerie, con riguardo alle condizioni praticate per la fornitura dei libri, sia nei confronti degli editori concorrenti indipendenti, con riferimento alla visibilità dei libri di questi ultimi nelle librerie.

257. Per quanto concerne il rapporto con le librerie, la dimensione dell'offerta di Mondadori e il fatto che questa comprenderà oltre il 50% dei Top 100 *best seller* renderanno imprescindibile per qualunque libreria avere i libri di Mondadori. A ciò si aggiunge il fatto che acquistando RCS Libri Mondadori elimina un concorrente che, allo scopo di conquistare spazi di visibilità nelle librerie, pratica una politica di favore nei confronti di alcune librerie indipendenti (formule di pagamento volte a ridurre l'esposizione finanziaria di queste ultime) e di catena (condizioni economiche e investimenti commerciali). Di conseguenza Mondadori sarà in grado di imporre una modifica delle condizioni contrattuali in senso a essa più favorevole: per le librerie indipendenti il rischio è quello di un peggioramento delle condizioni applicate in termini di sconti, tempi di pagamento e tempi di riaccredito dei resi; per le librerie di catena il rischio è una revisione al ribasso delle condizioni economiche e degli investimenti commerciali (promozioni, acquisto di spazi espositivi, riconoscimento di premi di fine anno).

258. Con riferimento alla visibilità dei libri dei concorrenti nelle librerie, l'istruttoria ha fatto emergere che lo spazio nelle librerie è limitato e che, pertanto, l'ampiezza dell'offerta di Mondadori può tradursi in una riduzione degli spazi disponibili per gli altri editori; ciò potrà riguardare in particolar modo i tascabili la cui vendita, peraltro, dipende quasi esclusivamente dalla visibilità che essi hanno nelle librerie.

259. Effetti di riduzione della visibilità dei libri degli editori concorrenti possono altresì discendere dalla concomitanza della posizione di dominanza di Mondadori sui mercati dell'editoria di libri di narrativa e saggistica e di libri per ragazzi e dalla forte presenza della medesima Mondadori nel mercato della vendita di libri di "varia" (*sub h*) e in quello della distribuzione di libri di "varia" alla GDO (*sub g*).

260. Si è sopra rilevato come già oggi nel *network* a insegna Mondadori i libri con uguale marchio abbiano una sovraesposizione rispetto a quanto avviene nel resto del mercato. Per effetto dell'acquisizione di RCS Libri detto vantaggio potrebbe estendersi a un tale numero di marchi e titoli da ridurre in maniera drastica gli spazi disponibili per i soggetti terzi e trasformare le librerie Mondadori in rivenditori monomarca. Ciò avrebbe evidenti riflessi sulle possibilità per gli altri editori di commercializzare i propri libri e, dunque, finanziare la propria attività di ricerca di nuove opere.

261. Un esito analogo potrebbe prodursi con riguardo all'attività di Mach2 Libri nella quale Mondadori diverrà il socio di maggioranza relativa. Diversi editori hanno espresso il timore che Mach2 Libri possa restringere la propria offerta prediligendo i titoli di Mondadori e RCS Libri a danno di quelli dei concorrenti. Ciò avrebbe ripercussioni sull'attività di questi ultimi in quanto il canale GDO, per quanto abbia un'incidenza limitata sul totale delle vendite di "varia", contribuisce al lancio delle novità e incide in maniera significativa sulle vendite degli autori di *best seller*.

262. Per altri versi, la posizione di dominanza nei mercati dell'editoria di libri di narrativa e saggistica e di libri per ragazzi e la concomitante presenza nel capitale sociale di Mach2 Libri potrebbero indurre Mondadori a valutare la possibilità di introdurre ostacoli alla fornitura di propri libri all'unico concorrente di Mach2 Libri ossia Opportunity (*[omissis]*). Simili condotte sortirebbero un effetto discriminatorio di particolare rilievo, in quanto il canale in questione è più sensibile a una riduzione della varietà dell'offerta, cosicché i servizi offerti da Opportunity verrebbero considerati dagli operatori della GDO meno appetibili rispetto a quelli forniti da Mach2 Libri.

263. Per quanto concerne il mercato dell'editoria di *e-book*, l'ampiezza del catalogo di cui Mondadori verrà a disporre è suscettibile di indurre gli *e-retailer* a concedere maggiori spazi e promozioni all'operatore dominante riducendo la visibilità degli editori concorrenti in analogia con quanto già rilevato in relazione ai mercati dell'editoria di libri di narrativa e saggistica e di libri per ragazzi.

264. La posizione di dominanza di Mondadori sul mercato dell'editoria di *e-book* è altresì idonea a mettere detta società nella condizione di negare ad alcuni operatori della vendita il proprio catalogo il quale, data la corrispondente quota di mercato, risulta imprescindibile per qualunque piattaforma di vendita che tratti titoli italiani; ciò risulta, del resto, essere già accaduto per *Simplicissimus* e per *Giunti*. Una simile condotta avrebbe effetti sulla struttura e sulle dinamiche competitive del mercato a valle della vendita *on line* di prodotti editoriali (*sub i*) con particolare riguardo alla possibilità che in detto mercato possano operare e svilupparsi piattaforme di vendita di *e-book* diverse da quelle internazionali.

VIII. I RIMEDI PROPOSTI DA MONDADORI

DESCRIZIONE DEI RIMEDI

265. Mondadori si è dichiarata disponibile ad adottare una serie di rimedi la cui implementazione sarebbe suscettibile, secondo detta società, di eliminare gli elementi distorsivi della concorrenza emersi a conclusione dell'istruttoria¹⁵⁵.

Rimedio 1

266. Con riguardo ai mercati dell'acquisizione dei diritti d'autore di opere di narrativa e saggistica italiane e straniere, Mondadori propone di rinunciare, previa accettazione degli autori, al diritto di opzione sulle opere future, al diritto di preferenza per il rinnovo del contratto di edizione e al diritto di prelazione per le opere in raccolta. Il suddetto rimedio sarà attuato per tutti i contratti le cui opere sottostanti siano riferibili ai generi narrativa e saggistica, sottoscritti o da sottoscrivere nei [*omissis*] anni successivi alla data di adozione della delibera di autorizzazione della concentrazione in esame, dalle case editrici del gruppo Mondadori e dalle case editrici di RCS Libri, con l'espressa esclusione delle case editrici Marsilio, Sonzogno e Bompiani

267. Per i contratti in vigore alla data di adozione della delibera dell'Autorità che contengano una o più delle suddette clausole, Mondadori proporrà all'autore la modifica parziale del contratto, inserendo le seguenti clausole: “*Le Parti si danno espressamente atto che l'autore sarà libero di*

¹⁵⁵ Cfr. comunicazioni del 5, 15 e 16 febbraio 2016, docc. 188, 203 e 204 del fascicolo istruttorio.

pubblicare le proprie opere successive alla presente con un altro editore. Alla scadenza del presente contratto l'autore non sarà obbligato ad offrire il rinnovo dell'acquisizione dei diritti esclusivi sull'opera all'editore" e, con riguardo alle opere in raccolta, "Le Parti si danno espressamente atto che l'autore sarà libero di pubblicare le proprie opere in raccolta successive alla presente con un altro editore senza riconoscere alcun diritto di prelazione in capo all'editore".

Per i contratti in fase di negoziazione alla data di adozione della delibera dell'Autorità e per quelli che saranno sottoscritti successivamente a tale data ed entro il termine di scadenza del rimedio, Mondadori proporrà all'autore nella bozza di contratto le medesime clausole sopra riportate.

268. La modifica contrattuale rispetto ai contratti esistenti ovvero la volontà di Mondadori di apporre la clausola nei contratti futuri dovrà necessariamente riscontrare il consenso dell'autore direttamente interessato. Mondadori ha, infatti, rilevato che non è possibile allo stato escludere che alcuni autori possano essere interessati a mantenere nei propri contratti una o più delle clausole sopra indicate. A tal fine, Mondadori richiederà agli autori che volessero avvalersi di dette clausole di motivarne per iscritto le ragioni.

269. Ciò posto, con riferimento ai contratti già in vigore, che prevedano uno o più dei diritti sopra indicati, Mondadori invierà al domicilio di ciascun autore o all'agente di riferimento una apposita comunicazione contenente la proposta di modifica del contratto in cui dichiarerà di avere assunto l'impegno in oggetto nei confronti dell'Autorità e di essere quindi tenuta a darvi esecuzione salvo diverso avviso dell'autore. Le comunicazioni saranno inviate a tutti gli autori del gruppo Mondadori e di RCS Libri (escluse le case editrici Marsilio, Sonzogno e Bompiani) entro 60 (sessanta) giorni dalla data di adozione della delibera dell'Autorità. La modifica sarà apportata, previo consenso dell'autore, entro 6 mesi dalla data di adozione della delibera.

Rimedio 2

270. Con riferimento al mercato dell'editoria di narrativa e saggistica, Mondadori propone l'adozione di due rimedi di tipo strutturale. Il primo rimedio prospettato consiste nella vendita della partecipazione azionaria detenuta da RCS Libri in Marsilio, società proprietaria altresì del marchio Sonzogno. Ai fini dell'implementazione di tale rimedio, Mondadori delinea una serie di condizioni per la vendita della partecipazione e per la gestione della società nelle more della cessione.

271. Mondadori propone di cedere la partecipazione in Marsilio a un operatore già attivo nel mercato dell'editoria, ovvero che abbia una comprovata conoscenza ed esperienza del settore, e che si trovi in una condizione di assoluta indipendenza rispetto alla stessa Mondadori nonché alle società del Gruppo Fininvest. Il nominativo dell'acquirente, sia esso individuato da Mondadori ovvero dal fiduciario incaricato della cessione, sarà sottoposto alla preventiva autorizzazione dell'Autorità.

Qualora il terzo acquirente dovesse dichiarare di non voler acquisire alcuni attivi o membri del personale di Marsilio la cui esclusione, secondo il parere di Mondadori, potrebbe incidere sulla redditività e sulla competitività della stessa Marsilio, Mondadori, prima di aderire alla prospettata condizione, richiederà all'Autorità di fornire un parere al riguardo.

272. Mondadori si farà carico di garantire al terzo acquirente la cessione dell'intero patrimonio di Marsilio così come le sarà trasferito a seguito dell'acquisizione di RCS Libri. Mondadori ha specificato che Marsilio è una casa editrice che ha tutte le caratteristiche per operare in autonomia e indipendenza sul mercato. Inoltre, all'interno di RCS Libri Marsilio ha sempre mantenuto una propria specifica autonomia e indipendenza.

273. Ai fini della ricerca e dell'individuazione del terzo acquirente Mondadori ha previsto tre periodi: *(i)* un primo periodo, della durata di *[omissis]*, nel quale Mondadori svolgerà in autonomia la fase di ricerca, negoziazione e scelta dell'acquirente; *(ii)* un successivo periodo di *[omissis]* nel quale, qualora Mondadori non sia riuscita nel primo periodo a concludere un accordo di natura vincolante, essa darà mandato ad un fiduciario incaricato per la cessione, nominato secondo quanto di seguito indicato, di trovare un terzo acquirente; *(iii)* un ulteriore periodo di *[omissis]* nel quale, *[omissis]*.

Il nominativo, il *curriculum* e i mandati del fiduciario incaricato della vendita saranno sottoposti alla preventiva approvazione dell'Autorità.

274. Una volta che Mondadori abbia raggiunto un accordo vincolante con un terzo acquirente essa darà esecuzione al contratto nel termine di *[omissis]* dalla data del medesimo accordo.

275. Mondadori si asterrà dal riacquistare il controllo di Marsilio per un periodo di 10 anni dalla data di cessione, riservandosi tuttavia di presentare un'apposita istanza all'Autorità al fine di poter derogare a tale termine, nel caso in cui le condizioni di mercato ovvero dello stesso Gruppo Mondadori subiscano modifiche tali da rendere possibile il riacquisto.

276. Il secondo rimedio consiste nella cessione della casa editrice Bompiani per la quale si rende necessario individuare preliminarmente il relativo ramo d'azienda. Al riguardo Mondadori ha specificato che i contratti di edizione degli autori Bompiani e il relativo catalogo sono identificabili all'interno di RCS Libri e che il ramo d'azienda è essenzialmente costituito dal marchio, dai contratti con gli autori, dai dipendenti (tra cui l'*editor*) e dagli attivi e passivi connessi all'attività specifica.

277. Nel periodo necessario a realizzare la cessione di Bompiani, Mondadori si assume l'obbligo di tenere separata l'attività di detta casa editrice e di non cedere separatamente a terzi singoli attivi, marchi, contratti con autori o altri beni la cui cessione potrebbe inficiare la redditività e la competitività del ramo d'azienda.

Qualora il terzo acquirente dovesse dichiarare di non voler acquisire alcuni attivi o membri del personale di Bompiani la cui esclusione, secondo il parere di Mondadori, potrebbe incidere sulla redditività e sulla competitività della stessa Bompiani, Mondadori, prima di aderire alla prospettata condizione, richiederà al fiduciario incaricato del controllo di fornire un parere al riguardo.

278. Come per la cessione di Marsilio, Mondadori si fa carico di cedere la casa editrice Bompiani a un operatore già attivo nel mercato dell'editoria, ovvero che abbia una comprovata conoscenza ed esperienza del settore, e che si trovi in una condizione di assoluta indipendenza rispetto alla stessa Mondadori nonché alle società del Gruppo Fininvest. Il nominativo dell'acquirente, sia esso individuato da Mondadori ovvero dal fiduciario incaricato della cessione, sarà sottoposto alla preventiva autorizzazione dell'Autorità.

279. Per quanto concerne le modalità di attuazione della cessione, Mondadori nominerà un "fiduciario incaricato del controllo" che vigilerà sulle attività della casa editrice Bompiani sia nella fase di identificazione e costituzione del ramo d'azienda, sia nella fase di ricerca, negoziazione e scelta del terzo acquirente. Il nominativo, il *curriculum* e il mandato del suddetto fiduciario saranno sottoposti alla preventiva approvazione dell'Autorità.

280. Il fiduciario incaricato del controllo dovrà assicurarsi che, nel tempo necessario a realizzare la cessione di Bompiani, questa mantenga la redditività e la competitività per stare sul mercato anche dopo il perfezionamento della cessione. Egli vigilerà, in particolare, sull'individuazione del ramo d'azienda. Il fiduciario invierà inoltre

all'Autorità una relazione scritta con cadenza trimestrale.

281. Il fiduciario incaricato della controllo potrà nominare un dirigente di RCS Libri che lo coadiuvi nell'attività di vigilanza e sia direttamente responsabile della gestione dell'attività e dell'esecuzione degli obblighi di delimitare e mantenere separata l'attività della casa editrice Bompiani.

282. Con riguardo alla tempistica, Mondadori ha specificato che l'individuazione del ramo d'azienda sarà condotta entro *[omissis]* dalla data di compravendita di RCS Libri da parte di Mondadori e, come detto, avverrà sotto la vigilanza del fiduciario incaricato del controllo.

Come per la cessione di Marsilio, Mondadori ha inoltre previsto tre periodi per la ricerca del terzo acquirente: *(i)* un primo periodo, della durata di *[omissis]*, nel quale Mondadori svolgerà in autonomia la fase di ricerca, negoziazione e di scelta dell'acquirente; *(ii)* un secondo periodo, della durata di *[omissis]*, nel quale Mondadori, qualora non sia riuscita a concludere un accordo di natura vincolante, darà mandato in tal senso al fiduciario incaricato per la cessione; *(iii)* un terzo periodo, della durata di *[omissis]*, nel quale, *[omissis]*.

Una volta che Mondadori abbia raggiunto un accordo vincolante con un terzo acquirente essa darà esecuzione al contratto nel termine di *[omissis]* dalla data del medesimo accordo.

283. Il nominativo, il *curriculum* e i mandati del fiduciario incaricato della vendita saranno sottoposti alla preventiva approvazione dell'Autorità. Mondadori si riserva di nominare per il ruolo di fiduciario incaricato della vendita il medesimo professionista che rivesta il ruolo di fiduciario incaricato del controllo.

284. Come per la cessione di Marsilio, Mondadori si asterrà dal riacquistare il controllo di Bompiani per un periodo di 10 anni dalla data di cessione, riservandosi tuttavia di presentare un'apposita istanza all'Autorità per poter derogare a tale termine, nel caso in cui le condizioni di mercato ovvero dello stesso Gruppo Mondadori subiscano modifiche tali da rendere possibile tale riacquisto.

Rimedio 3

285. In relazione ai mercati dell'editoria di *e-book* e della vendita *online* di prodotti editoriali, Mondadori propone di mettere il proprio intero catalogo di *e-book* a disposizione di tutte le piattaforme nazionali e internazionali che ne facciano richiesta a condizione eque, trasparenti, non discriminatorie e

orientate ai costi.

286. Mondadori si riserva di verificare la solidità patrimoniale e finanziaria dell'operatore attraverso l'assenza di perdite risultanti dai bilanci relativi agli ultimi tre esercizi e di protesti. In caso di perdite e/o protesti, i soggetti richiedenti potranno dimostrare la propria solvibilità rilasciando un'idonea fideiussione bancaria. Mondadori verificherà, altresì, l'esistenza di una stabile organizzazione interna/esterna dedicata all'attività di vendita di libri digitali e il possesso di un'adeguata tecnologia per il corretto funzionamento della piattaforma di vendita e la protezione dei *file*.

287. Il rimedio avrebbe la durata di *[omissis]* anni dall'adozione della delibera di autorizzazione dell'operazione di concentrazione.

Rimedio 4

288. Con riferimento al mercato della distribuzione di *e-book*, Mondadori propone di non rinnovare il patto parasociale esistente tra gli attuali soci di Edigita. *[omissis]*.

Rimedio 5

289. Per quanto concerne il mercato della distribuzione di libri di "varia" alla GDO, Mondadori propone di mettere a disposizione il proprio intero catalogo, così come risultante *post* concentrazione, agli operatori già attivi sul mercato, così come ai grossisti e agli altri operatori che intendano entrarvi, a condizioni eque, trasparenti, non discriminatorie e orientate ai costi.

290. Mondadori si riserva di verificare la solidità patrimoniale e finanziaria degli operatori attraverso l'assenza di perdite risultanti dai bilanci relativi agli ultimi tre esercizi e l'assenza di protesti. In caso di perdite e/o protesti le imprese potranno dimostrare il possesso dei suddetti requisiti rilasciando a Mondadori un'idonea fideiussione bancaria. Mondadori verificherà, altresì, l'esistenza di una stabile organizzazione interna/esterna dedicata all'attività di distribuzione di libri.

291. Il rimedio avrà una durata di *[omissis]* anni dall'adozione della delibera dell'Autorità di autorizzazione della concentrazione.

Rimedio 6.1

292. Con riguardo al mercato della vendita al dettaglio di libri di “varia”, Mondadori propone di adottare un rimedio con riguardo ai punti vendita della propria catena che sono ubicati nei comuni nei quali non è presente nessun altro punto vendita appartenente alle catene Feltrinelli, Giunti e Ubik, oltre a quello a marchio Mondadori; si tratta, allo stato, di 292 librerie¹⁵⁶.

293. Definito l’ambito geografico della misura proposta, in relazione ai punti vendita di proprietà, compresi quelli che saranno aperti successivamente alla data di delibera dell’Autorità, Mondadori propone di garantire la presenza nel punto vendita di un numero di titoli editi dalla concorrenza pari ad almeno il 40% dei titoli esposti con una garanzia di copertura di almeno 15 giorni; i titoli dei concorrenti esposti saranno prevalentemente riferiti al genere narrativa e saggistica, sia in formato *hard cover* che tascabile, e al genere ragazzi.

294. Per quanto concerne i punti vendita gestiti in *franchising*, sia esistenti alla data di delibera dell’Autorità che aperti successivamente alla medesima data, Mondadori si farà carico di (i) fornire del materiale espositivo da utilizzare a scelta per l’esposizione di prodotti degli editori concorrenti, in accordo con gli stessi, e (ii) effettuare per ciascun anno, d’accordo e con la collaborazione degli editori interessati a promuovere i propri libri, almeno 12 campagne promozionali, della durata di tre settimane ciascuna, dedicate ai libri dei medesimi editori.

295. Sempre con riferimento ai punti vendita in *franchising*, Mondadori assumerebbe altresì l’obbligo di proporre agli affiliati una clausola del contratto che preveda la presenza nel punto vendita di un numero di titoli editi dalla concorrenza pari ad almeno il 40% dei titoli esposti con una garanzia di copertura di almeno 15 giorni; Mondadori richiederebbe inoltre che i titoli dei concorrenti esposti siano prevalentemente riferiti al genere narrativa e saggistica, sia in formato *hard cover* che tascabile, e al genere ragazzi.

296. La durata del rimedio proposto è di *[omissis]* anni dall’adozione della delibera dell’Autorità e potrebbe essere attuato entro tre mesi dalla medesima data. Entro tale ultimo termine Mondadori invierà una comunicazione a tutti gli affiliati interessati dal rimedio contenente la proposta di modifica del contratto, fornendo nel mese successivo all’Autorità un adeguato riscontro circa le adesioni degli affiliati.

¹⁵⁶ Cfr. comunicazione di Mondadori del 4 marzo 2016.

Rimedio 6.2

297. Nell'ottica di favorire lo sviluppo e la crescita di editori terzi, Mondadori propone di mettere a disposizione dell'istituzione responsabile dell'organizzazione della Fiera "Più Libri Più Liberi" un finanziamento economico di Euro *[omissis]* a sostegno della promozione degli altri editori volto ad acquistare uno *stand* espositivo gratuito per le realtà nuove editoriali.

298. La durata prevista per la misura è di *[omissis]* anni dalla delibera dell'Autorità.

Rimedio 6.3

299. Al fine di favorire l'intera filiera del libro e nell'interesse delle librerie, in particolar modo di quelle indipendenti, Mondadori propone di non peggiorare le condizioni contrattuali che, prima dell'esecuzione della concentrazione, sono applicate alle librerie indipendenti e di catena dai Gruppi Mondadori e RCS Libri. Resta inteso che qualora il gestore del punto vendita non sia in grado di garantire il normale pagamento delle forniture e degli altri servizi forniti da Mondadori, quest'ultima potrà comunque avvalersi delle tutele previste dal contratto vigente e/o dalla legge applicabile.

300. Tale rimedio avrà la durata di *[omissis]* anni successivi all'adozione della delibera di autorizzazione dell'operazione in esame. Entro 30 giorni da tale data, Mondadori fornirà un elenco dei punti vendita cui sarà applicato il suddetto rimedio.

Rimedi 7.1 e 7.2

301. Infine, Mondadori propone due misure in favore della filiera volte a diffondere la cultura della lettura, soprattutto tra i giovani, e ad allargare il bacino dei lettori.

302. Il primo dei rimedi proposti, della durata di *[omissis]* anni, riguarda la donazione di libri a istituti scolastici, biblioteche pubbliche, carceri minorili e ospedali individuati sull'intero territorio nazionale (Rimedio 7.1). Per il primo anno di applicazione l'elenco dei soggetti beneficiari sarà fornito da Mondadori entro 30 giorni dalla delibera di autorizzazione dell'operazione; l'elenco dei donatori sarà modificato ogni anno.

303. Il secondo rimedio, della durata di [omissis] riguarda la prosecuzione di un progetto già intrapreso e denominato “*In libreria con la classe*” che prevede attività e laboratori per bambini e ragazzi all’interno delle librerie per avvicinarli alla lettura (Rimedio 7.2). Mondadori prevede di organizzare nell’anno successivo alla concentrazione almeno 3.000 eventi del genere.

CONSIDERAZIONI DI MONDADORI SUI RIMEDI PROPOSTI

304. In data 19 febbraio 2016 Mondadori ha fatto pervenire la propria memoria finale incentrata sul tema della durata delle misure diverse dalla dismissione delle case editrici Marsilio e Bompiani. Secondo Mondadori la durata da essa stessa proposta per quasi tutti i rimedi ([omissis] anni) è da ritenersi congrua. La maggiore durata indicata nella Comunicazione delle Risultanze Istruttorie risulterebbe pertanto sproporzionata rispetto all’obiettivo di rimuovere gli effetti distorsivi della concorrenza derivanti dall’operazione in esame. Al riguardo Mondadori ha rilevato che in un periodo di tempo superiore a [omissis] anni il mercato può cambiare in maniera radicale citando a supporto di tale valutazione il fatto che negli ultimi 5 anni la sua quota si è ridotta del [omissis] circa.

305. Per quanto concerne la modifica dei contratti di edizione nel senso di rinunciare ai diritti di opzione, preferenza e prelazione (Rimedio 1) Mondadori ha posto in evidenza che la misura proposta è idonea a produrre effetti fino al [omissis] considerando una durata media dei contratti di [omissis] anni.

306. In relazione alla misura relativa alla messa a disposizione dell’intero catalogo di *e-book* alle piattaforme di vendita che ne faranno richiesta (Rimedio 3), Mondadori ha rilevato che i grandi operatori internazionali sono in grado di controbilanciare il potere di mercato di cui essa verrà a disporre mentre le piattaforme nazionali di dimensioni più piccole beneficiano del fatto che a esse Mondadori applica condizioni allineate a quelle praticate ai grandi operatori internazionali.

307. Con riguardo alla messa a disposizione dell’intero catalogo di libri agli operatori attuali e potenziali nella distribuzione alla GDO (Rimedio 5), Mondadori ha sottolineato come non sia interesse di Mach2 Libri restringere la propria offerta discriminando i libri di editori terzi rispetto a Mondadori in quanto ciò comporterebbe un danno diretto alla stessa Mach2 Libri.

308. Quanto alla misura relativa alla messa a disposizione in alcune librerie del *network* Mondadori di spazi riservati a editori terzi (Rimedio 6.1),

Mondadori ha rilevato che questi ultimi sono già tutelati dalle dinamiche di mercato in quanto i librai, specie quelli che operano in regime di *franchising*, perseguono un obiettivo di redditività del punto vendita e non di visibilità dei libri Mondadori.

309. In relazione al finanziamento della fiera dedicata all'editoria indipendente "Più Libri Più Liberi" (Rimedio 6.2), Mondadori ha precisato che l'investimento previsto per i *[omissis]* anni di durata della misura è pari a *[omissis]* euro).

310. Con riferimento alla proposta di non modificare le condizioni contrattuali praticate alle librerie indipendenti e di catena (Rimedio 6.3), Mondadori lamenta che un'estensione della durata della misura la penalizzerebbe gravemente nella gestione economica delle forniture alle librerie.

311. Per quanto concerne i progetti volti ad allargare il bacino di lettori (Rimedi 7.1 e 7.2), Mondadori ha posto in rilievo che essi sono stati pensati dalle funzioni aziendali per durare non più di *[omissis]* anni. Inoltre, con specifico riferimento al progetto di donazione di libri a istituti scolastici, biblioteche pubbliche, carceri minorili e ospedali (Rimedio 7.1), Mondadori ha precisato che l'investimento complessivo preventivato è pari a 1 milione di euro.

IX. VALUTAZIONE DEI RIMEDI PROPOSTI E INDIVIDUAZIONE DELLE MISURE DA PRESCRIVERE

312. Le misure proposte da Mondadori comprendono la dismissione delle case editrici Marsilio e Bompiani (Rimedio 2), una misura che può essere definita di natura quasi-strutturale, consistente nella riserva di spazi dedicati agli editori concorrenti nelle librerie del *network* Mondadori situate nei comuni nei quali non è presente alcun punto vendita delle catene Feltrinelli, Giunti e Ubik (Rimedio 6.1), e una serie di altre misure comportamentali.

313. Come si vedrà più dettagliatamente nel seguito, la cessione delle case editrici Marsilio e Bompiani è suscettibile di ridurre significativamente la sovrapposizione di attività tra Mondadori e RCS Libri nei mercati dell'editoria di libri di narrativa e saggistica (*sub b*) e di *e-book* (*sub e*) influenzando altresì positivamente sulle dinamiche competitive dei mercati a monte dell'acquisizione dei diritti sulle opere di narrativa e saggistica italiane e straniere (*sub a*). A completamento di tale correttivo, la misura

quasi-strutturale e le altre misure comportamentali sopra indicate sono idonee a contenere i residui effetti dell'operazione di concentrazione, in termini di potere negoziale di Mondadori nei confronti delle librerie (mercato della vendita di libri di "varia" *sub h*) e di visibilità dei libri degli editori terzi, con effetti positivi oltre che nei suddetti mercati in quelli dell'editoria di libri per ragazzi (*sub c*). Le medesime misure sono in grado di favorire la nascita e la crescita di nuovi operatori, sia nelle attività di distribuzione di libri alla GDO (mercato *sub g*) e di vendita di *e-book* (mercato *sub i*) che nell'attività editoriale (ivi compresa quella per ragazzi); al riguardo, vale evidenziare che la presenza di soggetti indipendenti lungo la filiera del libro favorisce la presenza di una molteplicità di editori.

314. Affinché le misure diverse dalla dismissione di case editrici possano risultare efficaci ai fini sopra indicati esse devono avere una durata congrua, avuto riguardo alle caratteristiche intrinseche dell'attività editoriale (che richiede tempi lunghi per la costruzione di un catalogo adeguato) e alle specificità del contesto italiano (nel quale gli editori indipendenti si vedono costretti ad acquistare servizi dai gruppi concorrenti integrati nelle fasi di promozione, distribuzione e vendita e si osserva una vischiosità nei passaggi degli autori da un editore all'altro). Si ritiene, pertanto, che sia necessario assicurare che le misure in questione abbiano una durata non inferiore a 3 anni effettivi. Tale termine dovrà quindi decorrere dal momento di effettiva implementazione delle misure.

315. Ciò posto, al fine di individuare un termine unico di durata delle misure che richiedono un'attività continuativa (escluse, dunque, le misure relative al finanziamento della fiera "Più Libri Più Liberi" e al progetto di donazione di libri a istituti scolastici pubblici, biblioteche pubbliche, carceri minorili e ospedali), si ritiene che il periodo minimo di vigenza delle misure (3 anni) debba iniziare a decorrere dopo 6 mesi dalla delibera dell'Autorità essendo questo il termine più lungo necessario per gli adempimenti preliminari previsti da Mondadori per dare esecuzione alle misure. Resta inteso che nel suddetto periodo di 6 mesi dovranno trovare tempestiva applicazione tutte le misure che non richiedono adempimenti preliminari o i cui adempimenti preliminari siano svolti in periodo inferiore. Resta altresì inteso che la misura relativa al finanziamento della fiera "Più Libri Più Liberi" (Rimedio 6.2), la cui durata proposta è di *[omissis]* anni, dovrà essere applicata per 3 anni.

Rimedio 1

316. La rinuncia al diritto di opzione sulle opere future, al diritto di preferenza per il rinnovo e al diritto di prelazione per le opere in raccolta nei contratti relativi ad opere di narrativa e saggistica, italiane e straniere, rimuove un ostacolo tecnico al passaggio degli autori che hanno pubblicato con Mondadori e RCS Libri (con l'eccezione di Bompiani, Marsilio e Sonzogno) verso altri editori. In tal senso la misura in questione è suscettibile di favorire una mobilità degli autori sui corrispondenti mercati dell'acquisizione dei diritti d'autore a vantaggio degli editori concorrenti, attuali e potenziali, del nuovo soggetto, in una fase di cambiamento strutturale del settore.

317. Per le ragioni sopra esposte la misura in questione dovrà trovare applicazione per 3 anni decorrenti dopo 6 mesi dalla delibera dell'Autorità restando inteso che essa si applicherà anche ai contratti conclusi o modificati in tale ultimo periodo.

Rimedio 2

318. La cessione di Marsilio e Bompiani è idonea a ridurre significativamente la quota di Mondadori sul mercato dei libri di narrativa e saggistica e, all'interno di questo nel segmento dei tascabili, nonché sul mercato dell'editoria di *e-book*. La dismissione di Marsilio e Bompiani rimuove, infatti, circa metà della sovrapposizione delle attività di Mondadori e RCS Libri nel mercato della narrativa e saggistica: le suddette case editrici pesano per il [1-5%] circa sulla quota complessiva riferibile a RCS Libri che è pari al [10-15%] circa del mercato dell'editoria di narrativa e saggistica e al [omissis] circa del segmento dei tascabili (all'interno del medesimo mercato)¹⁵⁷. Analogamente anche nel mercato dell'editoria di *e-book*, stante la stretta connessione tra la pubblicazione di libri digitali e cartacei e il fatto che i libri di narrativa e saggistica rappresentano la parte maggioritaria dei libri di "varia", le cessioni di Marsilio e Bompiani riducono in maniera significativa le quote di mercato di Mondadori e RCS Libri¹⁵⁸.

¹⁵⁷ Per quanto concerne il mercato dell'editoria dei libri per ragazzi Bompiani rappresenta lo [inferiore all'1%] circa rispetto ad una quota complessiva del [5-10%] circa attribuibile a RCS Libri (dati 2015).

¹⁵⁸ Secondo i dati forniti da RCS Libri Marsilio e Bompiani rappresentavano nel 2014 il [1-5%] delle vendite di e-book a fronte di una quota complessiva di RCS Libri pari al [10-15%] (cfr. risposta di RCS Libri alla richiesta di informazioni del 17 dicembre 2015, doc. 59 del fascicolo istruttorio).

319. Le suddette cessioni sono altresì idonee alla costituzione o al rafforzamento di un editore concorrente. Tale esito e la sopra descritta riduzione delle quote sono suscettibili di mitigare gli effetti dell'operazione in esame in termini di potere negoziale di Mondadori nei confronti delle librerie, ivi comprese le piattaforme nazionali di vendita di *e-book* di minori dimensioni, e di visibilità dei libri di Mondadori nelle librerie di terzi e del proprio *network*, nel catalogo degli operatori attivi nella distribuzione alla GDO e sui siti di vendita *online*. Inoltre, il mantenimento di una pluralità di soggetti e il rafforzamento dei concorrenti attualmente presenti sui mercati dell'editoria sono suscettibili di contenere l'aumento del potere negoziale di Mondadori sui mercati dell'acquisizione dei diritti d'autore relativi a opere italiane e straniere di narrativa e saggistica¹⁵⁹.

320. Ciò posto, la misura così come individuata da Mondadori deve essere modificata con riguardo alle modalità applicative al fine di garantire che le procedure di vendita si svolgano con la massima efficacia e celerità, che gli acquirenti siano soggetti idonei a consentire la prosecuzione e lo sviluppo delle attività cedute e che sia preservata la capacità competitiva degli attivi sia nella fase di definizione del ramo d'azienda (con riguardo alla cessione di Bompiani) che in quella di vendita. A tale scopo si farà riferimento a quanto previsto dalla Commissione nella Comunicazione sulle misure correttive¹⁶⁰. Di seguito si indicano le modifiche necessarie a rendere la misura in questione compatibile con le finalità e i criteri richiamati, ferme restando le altre previsioni non incompatibili con le suddette modifiche.

321. In primo luogo, con riguardo alla cessione di Marsilio, si rileva la necessità che sia nominato un fiduciario incaricato del controllo al fine di garantire l'autonomia della gestione della suddetta casa editrice nel periodo necessario a realizzare la vendita.

322. Nel caso in cui la cessione non venga finalizzata nel periodo inizialmente individuato [*omissis*]. Il fiduciario incaricato della cessione deve essere individuato con largo anticipo rispetto alla scadenza del primo periodo di cessione¹⁶¹.

323. La nomina del fiduciario incaricato del controllo deve avvenire prima della realizzazione dell'operazione¹⁶², sia per Marsilio che per Bompiani.

¹⁵⁹ Per completezza, si rileva che la cessione della partecipazione in Marsilio farà venir meno il controllo di Mondadori su Venezia Accademia, società attiva nella gestione del polo museale veneziano.

¹⁶⁰ Cfr. Comunicazione della Commissione concernente le misure correttive considerate adeguate a norma del regolamento (CE) n. 139/2004 del Consiglio e del regolamento (CE) n. 802/2004 della Commissione 2008/C 267/01.

¹⁶¹ Cfr. punti 121 e seguenti della Comunicazione.

¹⁶² Cfr. punto 123 della Comunicazione.

Tale figura svolgerà le sue mansioni sotto la supervisione dell’Autorità la quale potrà dare al fiduciario qualsiasi ordine e istruzione per garantire il rispetto delle misure; le Parti non potranno dare alcuna indicazione al fiduciario senza l’autorizzazione dell’Autorità.

324. La previsione di una seconda fase di *[omissis]* fa superare l’ipotesi prospettata da Mondadori che l’Autorità ovvero il fiduciario incaricato del controllo siano chiamati a esprimere un parere nel caso in cui il terzo acquirente individuato da Mondadori non voglia acquisire alcuni specifici attivi o membri del personale di Marsilio ovvero di Bompiani la cui esclusione incida, secondo Mondadori, sulla redditività e sulla competitività delle medesime case editrici.

325. Con riferimento alla cessione di Bompiani, il dirigente di RCS Libri, nominato dal fiduciario incaricato del controllo, sarà responsabile della gestione dell’attività e dell’esecuzione degli obblighi di delimitare e mantenere separata l’attività della casa editrice¹⁶³. Resta inteso che il suddetto dirigente agirà sotto la vigilanza del fiduciario incaricato del controllo e non potrà, pertanto, svolgere attività di supporto al medesimo.

326. Al fine di garantire la celerità e l’economicità delle procedure di dismissione, le funzioni di fiduciario incaricato del controllo e di fiduciario incaricato della cessione potranno essere svolte dal medesimo professionista e conferite con un unico mandato.

Rimedio 3

327. La messa a disposizione del catalogo di *e-book* a condizioni eque, non discriminatorie e orientate ai costi alle piattaforme di vendita che ne facciano richiesta appare idonea a ridurre il rischio di esclusione a danno di alcuni *e-retailer*. Tale misura, pertanto, favorisce la presenza sul mercato della vendita *online* di prodotti editoriali di una pluralità di piattaforme di vendita di *e-book*; in tale senso essa è altresì suscettibile di mitigare il rischio di riduzione della visibilità del catalogo di *e-book* degli editori concorrenti, così influenzando positivamente sulle dinamiche competitive del mercato dell’editoria di *e-book*.

328. Per le ragioni sopra esposte, la misura in questione, che è suscettibile di essere applicata subito dopo la delibera dell’Autorità, dovrà restare in vigore per il periodo di 3 anni e 6 mesi dalla data della medesima delibera.

¹⁶³ Cfr. punto 112 della Comunicazione.

Rimedio 4

329. La misura volta a garantire che RCS Libri non rinnoverà il Patto Parasociale con gli altri due soci di Edigita risulta superflua in ragione del fatto che l'istruttoria non ha confermato le preoccupazioni prospettate in sede di avvio in relazione al mercato della distribuzione di *e-book*. Si ritiene, pertanto, che la misura in questione non debba rientrare tra quelle da prescrivere per risolvere le criticità concorrenziali emerse dall'istruttoria.

Rimedio 5

330. La messa a disposizione dell'intero catalogo di libri di "varia" a condizioni eque, trasparenti, non discriminatorie e orientate ai costi agli operatori già attivi o che intendano entrare nel mercato della distribuzione alla GDO appare idonea a ridurre il rischio di effetti escludenti a danno dei concorrenti di Mach2 Libri attuali o potenziali. Tale misura, inoltre, poiché favorisce la nascita e il mantenimento di una pluralità di operatori sul mercato della distribuzione di *e-book*, è suscettibile di mitigare il rischio di riduzione della visibilità del catalogo degli editori concorrenti presso i punti vendita della GDO così influenzando sulle dinamiche competitive dei mercati dell'editoria di narrativa e saggistica e di libri per ragazzi.

331. Tenuto conto delle valutazioni sopra svolte e considerato che la misura in questione è suscettibile di immediata applicazione, essa dovrà avere durata pari a 3 anni e 6 mesi decorrenti dalla data della delibera di autorizzazione dell'operazione.

Rimedio 6.1

332. In linea teorica si può ritenere che una misura volta a garantire uno spazio agli editori terzi nelle librerie Mondadori vada nella direzione di mitigare l'effetto di riduzione della visibilità dei libri degli editori concorrenti con possibili ricadute sulle dinamiche competitive dei mercati dell'editoria di narrativa e saggistica e di libri per ragazzi.

333. Si rileva tuttavia come la misura proposta da Mondadori debba essere emendata allo scopo di garantirne l'efficacia. Di seguito si indicano le modifiche ritenute necessarie.

334. A integrazione della misura proposta da Mondadori volta ad assicurare sul punto vendita di proprietà, ovvero a proporre all'affiliato, la presenza di

un numero di titoli editi da soggetti terzi pari ad almeno il 40% del totale dei titoli esposti, detta società dovrà altresì prevedere che per ciascun titolo di terzi le copie siano esposte in modo adeguato e in numero proporzionale rispetto a quanto avviene per i titoli di Mondadori e RCS Libri appartenenti alla medesima tipologia. Inoltre, la proposta di modifica del contratto agli affiliati dovrà essere accompagnata da una direttiva di Mondadori che, inquadrando la proposta stessa nell'ambito del presente procedimento, ne incentivi l'accettazione da parte degli affiliati. Resta altresì inteso che per nuovi contratti di affiliazione devono intendersi sia i rinnovi di rapporti già esistenti che l'apertura di nuovi punti vendita.

335. In relazione alla misura proposta da Mondadori volta a fornire ai punti vendita interessati materiale espositivo di editori concorrenti e a effettuare presso gli stessi negozi campagne promozionali in accordo con operatori terzi, si ritiene necessario che sia garantita una rotazione nel corso di ciascun anno degli editori beneficiari di tali misure.

336. Per le ragioni sopra esposte, la misura in questione dovrà trovare applicazione almeno per 3 anni decorrenti dopo 6 mesi dalla delibera dell'Autorità restando inteso che essa si applicherà anche in relazione ai contratti di *franchising* conclusi o modificati in tale ultimo periodo.

Rimedio 6.2

337. La misura relativa al finanziamento alla fiera "Più Libri Più Liberi" è suscettibile di dare un sostegno all'attività degli editori indipendenti così favorendo lo sviluppo e il mantenimento di una pluralità di potenziali concorrenti con beneficio della varietà dell'offerta. In tal senso la misura in esame è suscettibile di influire sulle dinamiche competitive dei mercati dell'editoria di libri di narrativa e saggistica, libri per ragazzi e *e-book*.

338. Facendo riferimento a quanto sopra rilevato, si ritiene che la durata della misura in esame non possa essere inferiore a 3 anni. Resta altresì inteso che l'importo complessivo di spesa per l'attuazione della misura deve essere proporzionalmente adeguato alla maggiore durata e portato a 225.000 euro.

Rimedio 6.3

339. La misura volta a garantire che Mondadori non modificherà in senso peggiorativo le condizioni contrattuali applicate alle librerie indipendenti e a quelle di catena avrà un effetto diretto sulle dinamiche negoziali tra detti

soggetti limitando l'aumento del potere contrattuale di Mondadori nei confronti delle librerie.

340. Alla luce delle valutazioni sopra svolte, si ritiene che la misura in esame, risultando di immediata applicabilità, debba avere una durata pari a 3 anni e 6 mesi.

Rimedi 7.1 e 7.2

341. La misura relativa alla promozione di un progetto di donazione di libri a istituti scolastici pubblici, biblioteche pubbliche, carceri minorili e ospedali (Rimedio 7.1) è suscettibile di promuovere la cultura del libro con possibili ricadute sulla domanda di libri. Analoga valutazione può essere fatta per la misura relativa allo sviluppo del progetto per scuole nelle librerie Mondadori “*In libreria con la classe*” (Rimedio 7.2).

342. Con riguardo al Rimedio 7.2 si rileva come la sua durata debba essere pari a 3 anni e 6 mesi risultando il progetto “*In libreria con la classe*” già in corso.

Obblighi informativi sull'attuazione delle misure

343. Con riferimento a tutte le misure esaminate, Mondadori dovrà fornire all'Autorità relazioni periodiche volte a fornire gli elementi conoscitivi necessari alla verifica dell'ottemperanza alle misure stesse. In particolare, in aggiunta alle informazioni specifiche ad alcune singole misure (relazione sull'esito della proposta di modifica contrattuale agli affiliati della rete di vendita interessati dal Rimedio 6.1, da inviarsi entro 4 mesi dalla delibera di autorizzazione dell'operazione; elenco delle librerie indipendenti e di catena interessate dal Rimedio 6.3, da inviarsi entro 30 giorni dalla delibera dell'Autorità; elenco dei soggetti beneficiari delle donazioni di cui al Rimedio 7.1, da inviarsi entro 30 giorni dalla suddetta delibera), Mondadori dovrà inviare una relazione in merito all'attuazione delle misure prescritte entro il 31 dicembre 2016 e, a partire da tale data, relazioni semestrali per i successivi 3 anni.

X. IL PARERE DELL'AUTORITÀ PER LE GARANZIE NELLE COMUNICAZIONI

344. In data 16 marzo 2016 l'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni

(di seguito, AGCom) ha trasmesso il parere ai sensi dell'articolo 1, comma 6, lettera c), numero 11 della legge n. 249/97 sullo schema di provvedimento inviato dall'Autorità in data 24 febbraio 2016.

345. L'AGCom, preso atto delle valutazioni effettuate dall'Autorità con riguardo ai mercati rilevanti, agli effetti dell'operazione di concentrazione e alle misure correttive proposte da Mondadori, ha espresso parere richiamando la propria delibera n. 2/16/CONS del 14 gennaio 2016 relativa all'operazione in esame. In tale delibera l'AGCom ha, in particolare, concluso che le verifiche di competenza sul rispetto dei limiti anticoncentrativi di cui all'articolo 43 del Decreto Legislativo 31 luglio 2005, n. 177 hanno dato "*esito positivo*".

XI. CONCLUSIONI

346. L'istruttoria ha evidenziato che l'acquisizione di RCS Libri da parte di Mondadori, così come prospettata in sede di notifica, porterebbe alla costituzione o al rafforzamento di una posizione dominante in capo a Mondadori nei mercati dell'acquisizione dei diritti d'autore relativi a opere di narrativa e saggistica italiane e straniere e nei mercati dell'editoria di libri di narrativa e saggistica, di libri per ragazzi e di *e-book*. Tale esito sarebbe suscettibile di produrre effetti pregiudizievoli per la concorrenza che interesserebbero sia gli editori concorrenti di Mondadori che le controparti contrattuali di quest'ultima lungo la filiera dell'editoria (autori, librerie, *e-retailer*, distributori che forniscono la GDO).

347. Le misure proposte da Mondadori, ove modificate nei termini descritti, appaiono nel loro complesso idonee a scongiurare i suddetti effetti pregiudizievoli della concorrenza nei mercati esaminati. Esse risultano altresì proporzionate rispetto a tale scopo non potendosi nel caso di specie individuare un *set* di misure – ugualmente idonee ad evitare il prodursi di un pregiudizio alla concorrenza – che impongano a Mondadori un sacrificio minore in termini di dismissioni e che incidano in maniera meno significativa sulle attività della stessa Mondadori.

348. Tutto ciò considerato si ritiene che l'operazione di concentrazione notificata sia suscettibile di essere autorizzata condizionatamente alla realizzazione delle misure correttive sopra individuate.

RITENUTO che l'operazione in esame è suscettibile di determinare, ai sensi dell'articolo 6 della legge n. 287/90, la creazione o il rafforzamento di una posizione dominante nei mercati *(i)* dell'acquisizione dei diritti d'autore di opere di narrativa e saggistica italiane, *(ii)* dell'acquisizione dei diritti d'autore di opere di narrativa e saggistica straniere, *(iii)* dell'editoria di narrativa e saggistica, *(iv)* dell'editoria di libri per ragazzi e *(v)* dell'editoria di *e-book*, tale da eliminare o ridurre in modo sostanziale e durevole la concorrenza nei suddetti mercati e nei mercati verticalmente connessi *(a)* della distribuzione di libri di "varia" alla GDO, *(b)* della vendita di libri di "varia" e *(c)* della vendita al dettaglio *online* di prodotti editoriali;

RITENUTO necessario prescrivere alla società Arnoldo Mondadori Editore S.p.A. ai sensi dell'articolo 6, comma 2, della legge n. 287/90, misure volte a impedire tali conseguenze, eliminando gli effetti distorsivi causati dalla realizzazione della concentrazione in esame;

RITENUTO, pertanto, che l'Operazione in esame è autorizzata subordinatamente alla piena ed effettiva esecuzione di tutte le misure prescritte nel presente provvedimento;

DELIBERA

di autorizzare l'Operazione di concentrazione comunicata, a condizione che Arnoldo Mondadori Editore S.p.A. dia piena ed effettiva esecuzione alle seguenti prescrizioni adottate ai sensi dell'articolo 6, comma 2, della legge n. 287/90:

A) Rinuncia alle clausole di opzione, preferenza e prelazione nei contratti con gli autori relativi a opere di narrativa e saggistica sia italiane che straniere (Rimedio 1):

i) la prescrizione si applica ai contratti sottoscritti o da sottoscrivere dalle case editrici di Mondadori e di RCS Libri con l'esclusione di Marsilio, Sonzogno e Bompiani;

ii) per i contratti in essere alla data della presente delibera Mondadori dovrà inviare al domicilio degli autori delle case editrici, ovvero ai relativi

agenti, una comunicazione contenente la proposta di inserire nel contratto le seguenti clausole: *“Le Parti si danno espressamente atto che l’autore sarà libero di pubblicare le proprie opere successive alla presente con un altro editore. Alla scadenza del presente contratto l’autore non sarà obbligato ad offrire il rinnovo dell’acquisizione dei diritti esclusivi sull’opera all’editore”*; *“Le Parti si danno espressamente atto che l’autore sarà libero di pubblicare le proprie opere in raccolta successive alla presente con un altro editore senza riconoscere alcun diritto di prelazione in capo all’editore”*;

iii) le comunicazioni di cui al punto precedente dovranno essere inviate entro 60 giorni dalla data della presente delibera e, laddove riscontrate positivamente dagli autori, Mondadori dovrà procedere alla modifica contrattuale entro 6 mesi dalla suddetta data;

iv) nei contratti sottoscritti successivamente alla data della presente delibera ed entro il termine di 3 anni e 6 mesi dalla medesima data Mondadori dovrà proporre l’inserimento delle medesime clausole indicate al punto ii);

v) nel caso in cui gli autori non riscontrassero positivamente la proposta di modifica dei contratti in essere ovvero l’inserimento nei nuovi contratti delle descritte clausole Mondadori richiederà loro di motivarne per iscritto le ragioni;

vi) la prescrizione durerà per 3 anni la cui decorrenza inizierà dopo 6 mesi dalla data della presente delibera; resta inteso che i contratti sottoscritti nei 6 mesi successivi alla delibera dovranno parimenti contenere le clausole individuate e che per i contratti già vigenti modificati nel medesimo periodo le clausole individuate dovranno essere subito efficaci;

B) Cessione della partecipazione detenuta da RCS Libri in Marsilio e del ramo d’azienda costituito dalla casa editrice Bompiani (Rimedio 2):

i) la partecipazione in Marsilio e la casa editrice Bompiani dovranno essere cedute a operatori che siano già attivi nel mercato dell’editoria, ovvero che abbiano una comprovata conoscenza ed esperienza del settore, e che si trovino in una condizione di assoluta indipendenza rispetto alla stessa Mondadori nonché alle società del Gruppo Fininvest; i nominativi dei terzi acquirenti dovranno essere preventivamente approvati dall’Autorità;

ii) prima della realizzazione dell’operazione Mondadori dovrà nominare, sia per Marsilio che per Bompiani, un fiduciario incaricato del controllo il

cui nominativo, *curriculum* e mandato dovranno essere preventivamente approvati dall'Autorità;

iii) il fiduciario incaricato del controllo vigila sulla corretta gestione dell'attività oggetto di cessione e sul mantenimento dell'operatività economica, commerciabilità e competitività della stessa; egli agisce sotto la supervisione dell'Autorità, la quale potrà dargli qualsiasi ordine e istruzione; Mondadori e RCS Libri non possono dare al fiduciario incaricato del controllo alcuna indicazione senza l'autorizzazione dell'Autorità;

iv) entro *[omissis]* dalla data di compravendita di RCS Libri Mondadori dovrà procedere all'individuazione del ramo d'azienda di Bompiani sotto la vigilanza del fiduciario incaricato del controllo;

v) relativamente alla casa editrice Bompiani il fiduciario incaricato del controllo nominerà un dirigente di RCS Libri quale responsabile della gestione dell'attività e dell'esecuzione degli obblighi di delimitare e mantenere separata l'attività di Bompiani; detto dirigente agirà sotto la vigilanza del fiduciario incaricato del controllo e non potrà svolgere attività di supporto al medesimo;

vi) Mondadori svolgerà in autonomia le fasi di ricerca, negoziazione e scelta del terzo acquirente per un periodo di *[omissis]* dalla data della presente delibera ai fini della cessione della partecipazione in Marsilio e per un periodo di *[omissis]* dalla medesima data ai fini della cessione della casa editrice Bompiani;

vii) nel caso in cui nei suddetti periodi Mondadori non sia in grado di concludere un accordo vincolante di vendita, essa procederà, sia per la partecipazione in Marsilio e che per la casa editrice Bompiani, a dare un mandato di vendita irrevocabile ed esclusivo a un fiduciario incaricato della cessione, *[omissis]*, per un periodo di *[omissis]*;

viii) il nominativo, il *curriculum* e il mandato del fiduciario incaricato della cessione dovranno essere preventivamente approvati dall'Autorità, sia per la partecipazione in Marsilio che per la casa editrice Bompiani; il fiduciario incaricato della cessione dovrà essere nominato prima dello scadere dei suddetti periodi di *[omissis]*, per la vendita della partecipazione in Marsilio, e di *[omissis]*, per la vendita della casa editrice Bompiani;

ix) Mondadori dovrà dare esecuzione agli accordi vincolanti di vendita con i terzi acquirenti della partecipazione in Marsilio e della casa editrice Bompiani nel termine di 3 mesi dalla conclusione degli stessi;

x) Mondadori dovrà preservare l'operatività economica, la commerciabilità e la competitività degli attivi oggetto di cessione in tutto il

periodo intercorrente tra la realizzazione dell'operazione e l'esecuzione dei contratti di vendita;

xi) Mondadori non potrà riacquisire le attività oggetto di cessione per un periodo di 10 anni dalla cessione di gli attivi ceduti;

C) Messa a disposizione del catalogo di *e-book* alle piattaforme di vendita che ne faranno richiesta (Rimedio 3):

i) Mondadori dovrà mettere a disposizione il proprio intero catalogo di *e-book* come risultante dalla realizzazione dell'operazione alle piattaforme di vendita che ne faranno richiesta a condizioni eque, non discriminatorie e orientate ai costi;

ii) la prescrizione durerà per 3 anni e 6 mesi decorrenti dalla data della presente delibera;

D) Messa a disposizione del catalogo a operatori attivi e potenziali nella distribuzione di libri di "varia" alla GDO (Rimedio 5):

i) Mondadori dovrà mettere a disposizione il proprio intero catalogo come risultante dalla realizzazione dell'operazione agli operatori già attivi nella distribuzione di libri di "varia" alla GDO così come ad altri operatori che intendano entrare nel mercato, a condizioni eque, non discriminatorie e orientate ai costi;

ii) la prescrizione durerà per 3 anni e 6 mesi decorrenti dalla data della presente delibera;

E) Presenza e visibilità dei libri di editori terzi nella rete di vendita di Mondadori (Rimedio 6.1):

i) le misure prescritte si applicano ai punti vendita, di proprietà e affiliati, presenti e futuri, localizzati nei Comuni nei quali non sono presenti librerie delle catene Feltrinelli, Giunti e Ubik; esse si applicheranno anche ai nuovi punti vendita, sia di proprietà che affiliati, nonché ai rinnovi di rapporti di affiliazione già in essere alla data della presente notifica;

i) Mondadori dovrà assicurare presso ciascun punto vendita di proprietà, presente e futuro, la presenza di un numero di titoli editi da concorrenti pari ad almeno il 40% del totale dei titoli esposti, con una garanzia di copertura di almeno 15 giorni; i titoli di terzi esposti dovranno essere prevalentemente

riferiti al genere narrativa e saggistica, sia prime edizioni che tascabili, e al genere ragazzi; per ciascun titolo di terzi le copie dovranno essere esposte in modo adeguato e in numero proporzionale rispetto a quanto avviene per i titoli di Mondadori e RCS Libri appartenenti alla medesima tipologia;

ii) Mondadori dovrà proporre ai propri affiliati, presenti e futuri, una clausola contrattuale che preveda la presenza presso ciascun punto vendita di un numero di titoli editi da concorrenti pari ad almeno il 40% del totale dei titoli esposti, con una garanzia di copertura di almeno 15 giorni; i titoli di terzi esposti dovranno essere prevalentemente riferiti al genere narrativa e saggistica, sia prime edizioni che tascabili, e al genere ragazzi; per ciascun titolo di terzi le copie dovranno essere esposte in modo adeguato e in numero proporzionale rispetto a quanto avviene per i titoli di Mondadori e RCS Libri appartenenti alla medesima tipologia;

iii) la proposta di modifica contrattuale di cui al punto precedente dovrà essere inviata ai punti vendita affiliati nel termine di 3 mesi dalla data della presente delibera; essa dovrà essere accompagnata da una direttiva di Mondadori che, inquadrando la proposta nell'ambito del presente procedimento, ne solleciti l'accettazione; entro il successivo mese Mondadori dovrà inviare una relazione dettagliata sulla proposta di modifica e sulle adesioni alla stessa;

iv) Mondadori dovrà fornire ai propri affiliati, presenti e futuri, materiale espositivo da utilizzare per mettere in vista i libri di editori concorrenti, in accordo con gli editori stessi, e dovrà effettuare in ciascun anno almeno 12 campagne promozionali, ciascuna della durata di almeno 3 settimane, dedicate ai libri di editori concorrenti, in accordo e con la collaborazione degli editori interessati; in ciascun anno dovrà essere assicurata una rotazione degli editori terzi coinvolti nelle iniziative in questione;

v) le prescrizioni avranno durata pari a 3 anni la cui decorrenza inizierà dopo 6 mesi dalla presente delibera; resta inteso che laddove possibile esse dovranno trovare applicazione anche nel periodo di 6 mesi decorrenti dalla data della presente delibera;

F) Mondadori dovrà mettere a disposizione dell'istituzione responsabile dell'organizzazione e gestione della fiera "Più Libri Più Liberi" un finanziamento economico di 225.000 euro da erogare per le prossime 3 edizioni della suddetta fiera (Rimedio 6.2):

G) Non peggioramento delle condizioni contrattuali applicate alle librerie

indipendenti e di catena (Rimedio 6.3):

- i) Mondadori non potrà peggiorare le condizioni contrattuali applicate alle librerie di catena e indipendenti prima della realizzazione della presente concentrazione per la fornitura di libri delle case editrici facenti parte dei Gruppi Mondadori e RCS Libri;
- ii) entro 30 giorni dall'adozione della presente delibera Mondadori dovrà inviare l'elenco completo delle librerie interessate dalla misura prescritta;
- iii) la prescrizione durerà 3 anni e 6 mesi dalla data della presente delibera;

H) Donazione di libri a istituti scolastici pubblici, biblioteche pubbliche, carceri minorili e ospedali (Rimedio 7.1):

- i) Mondadori dovrà realizzare un progetto di donazione di libri a istituti scolastici pubblici, biblioteche pubbliche, carceri minorili e ospedali per un valore complessivo di 1 milione di euro calcolato con riguardo al valore di copertina dei libri;
- ii) entro 30 giorni dalla data della presente delibera Mondadori dovrà fornire l'elenco dei donatari individuati per il 2016; l'elenco dei donatari dovrà essere modificato ogni anno;
- iii) la durata della misura è di 3 anni;

I) Prosecuzione e sviluppo del progetto "In libreria per la classe" che prevede attività e laboratori nelle librerie per insegnare il piacere della lettura (Rimedio 7.2):

- i) Mondadori dovrà proseguire e sviluppare il progetto per scuole "In libreria con la classe";
- ii) la durata della prescrizione è di 3 anni e 6 mesi dalla data della presente delibera;

J) Obbligo di informare l'Autorità sulle azioni intraprese per dare efficace e completa attuazione alle misure prescritte:

- i) in aggiunta alle informazioni specifiche relative alle misure *sub* E (punto iii), G (punto ii) e H (punto ii) Mondadori dovrà inviare una relazione in merito all'attuazione delle misure prescritte entro il 31 dicembre 2016 e, a

partire da tale data, relazioni semestrali per i successivi 3 anni.

Le misure correttive prescritte entreranno in vigore dalla notifica del provvedimento di autorizzazione della concentrazione.

Il presente provvedimento sarà notificato ai soggetti interessati e pubblicato nel Bollettino dell'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato.

Avverso il presente provvedimento può essere presentato ricorso al TAR del Lazio, ai sensi dell'articolo 135, comma 1, lettera b), del Codice del processo amministrativo (Decreto Legislativo 2 luglio 2010, n. 104), entro il termine di sessanta giorni dalla data di notificazione del provvedimento stesso, fatti salvi i maggiori termini di cui all'articolo 41, comma 5, del Codice del processo amministrativo, ovvero può essere proposto ricorso straordinario al Presidente della Repubblica, ai sensi dell'articolo 8 del Decreto del Presidente della Repubblica 24 novembre 1971, n. 1199, entro il termine di centoventi giorni dalla data di notificazione del provvedimento stesso.

IL SEGRETARIO GENERALE

Roberto Chieppa

IL PRESIDENTE

Giovanni Pitruzzella