AUTORITÀ GARANTE
DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

Bollettino

Settimanale

Anno XX - n. 49

Pubblicato sul sito *www.agcm.it*
il 3 gennaio 2011

Tutto ciò premesso e considerato:

DELIBERA

di rettificare il provvedimento del 21 ottobre 2010, n. 21726, nei termini di cui sopra.

Il presente provvedimento verrà comunicato ai soggetti interessati.

IL SEGRETARIO GENERALE
Luigi Fiorentino

IL PRESIDENTE
Antonio Catricalà

e) che il termine di chiusura dell'istruttoria è fissato al 31 dicembre 2011.

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

IL SEGRETARIO GENERALE
Luigi Fiorentino

IL PRESIDENTE
Antonio Catricalà

ciascuna parte del procedimento alle riunioni del Gruppo Chimico, Centromarca ha fornito una tavola sinottica (allegato al doc. XV.879 e al doc. XXIX.1052) che riporta, ma solo a partire dall'anno 2005, l'elenco dei presenti alle cinque riunioni annuali del Gruppo citato[46] e ha indicato la data di adesione di ciascuna azienda all'associazione[47].

Per quanto attiene alle riunioni precedenti al 2005, il documento XXIX.1048-*bis* fornisce l'elenco delle società parti del procedimento che hanno comunicato la loro adesione alle riunioni del 19 settembre 2000 (Beiersdorf, Colgate, Unilever, Mirato, Reckitt, J&J) e del 2 dicembre 2003 (Beiersdorf, Colgate, Glaxo, Henkel, Unilever, M&R, Mirato, P&G, Quidnovi, Reckitt, L'Oreal e Sara Lee). Per quanto concerne le riunioni del 20 gennaio e 17 novembre 2004 si rinvia a quanto già osservato a proposito dei docc. XXIX.1062-*bis*, XXIX.1048-*bis* e XVIII.545 (*supra*, parr. 105-109).

del gruppo chimico del 2 dicembre 2003, doc. XVIII. 546 per la riunione del 20 gennaio 2004, *ex multis* si vedano i docc. VII.167 relativo alla riunione del 7 marzo 2007, X.301 relativo alla riunione del 10 giugno 2008 e X.298 relativo alla riunione dell'8 aprile 2008.

[46] Elaborazione già precedentemente fornita da P&G in allegato alla dichiarazione orale del 3 febbraio 2009 (doc. XXVII.927, allegato n.7).

[47] Da cui risulta che tutte le parti del procedimento partecipavano al Gruppo Chimico già da prima del 1999 ad eccezione della società Glaxosmithkline la cui adesione risale al 2001, Ludovico Martelli, la cui adesione risale al settembre del 2004, della società Sunstar la cui adesione risale all'ottobre del 2005 e della società Weruska&Joel, la cui adesione risale, infine, al settembre del 2004.

c) che, in ragione di quanto indicato in motivazione, è riconosciuto alla società Henkel S.p.A. il beneficio della non imposizione della sanzione, di cui al paragrafo 2 della Comunicazione sulla non imposizione e sulla riduzione delle sanzioni ai sensi dell'articolo 15 della legge 10 ottobre 1990, n. 287;

d) che, in ragione di quanto indicato in motivazione, è riconosciuto alle società e Colgate-Palmolive S.p.A. e Procter&Gamble S.r.l. il beneficio della riduzione della sanzione, di cui al paragrafo 4 della Comunicazione sulla non imposizione e sulla riduzione delle sanzioni ai sensi dell'articolo 15 della legge 10 ottobre 1990, n. 287 nella misura, rispettivamente, del 50% e del 40%;

e) di irrogare, in ragione di quanto indicato in motivazione, le sanzioni amministrative pecuniarie ai seguenti soggetti:

a) Unilever Italia Holdings S.r.l.	**18.766.440 euro**
b) Reckitt-Benckiser Holdings (Italia) S.r.l.	2.457.840 euro
c) Colgate-Palmolive S.p.A.	2.467.080 euro
d) Procter & Gamble S.r.l.	6.227.021 euro
e) Sara Lee Household & Body Care Italy S.p.A.	4.029.300 euro
f) L'Oreal Italia S.p.A.	26.977.500 euro
g) Società Italo Britannica L.Manetti-H.Roberts & Co S.p.A.	7.653.360 euro
h) Beiersdorf S.p.A.	3.483.480 euro
i) Johnson & Johnson S.p.A.	3.298.680 euro
l) Mirato S.p.A.	2.244.375 euro
m) Paglieri Profumi S.p.A.	908.628 euro
n) Ludovico Martelli S.r.l.	217.200 euro
o) Weruska&Joel S.r.l.	147.571 euro
p) Glaxosmithkline Consumer Healthcare S.p.A.	2.275.680 euro
q) Sunstar Suisse SA	10.080 euro
r) Associazione Italiana dell'Industria di Marca – Centromarca	17.100 euro

Le sanzioni amministrative pecuniarie di cui al punto e) devono essere pagate entro il termine di novanta giorni dalla notificazione del presente provvedimento con versamento diretto al Concessionario del Servizio della Riscossione oppure mediante delega alla banca o alle Poste Italiane S.p.A., presentando il modello allegato al presente provvedimento, così come previsto dal Decreto Legislativo 9 luglio 1997, n. 237.
Decorso il predetto termine, per il periodo di ritardo inferiore ad un semestre, devono essere corrisposti gli interessi di mora nella misura del tasso legale a decorrere dal giorno successivo alla scadenza del termine del pagamento e sino alla data del pagamento. In caso di ulteriore ritardo

Il presente provvedimento verrà pubblicato nel Bollettino dell'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato.

IL SEGRETARIO GENERALE
Luigi Fiorentino

IL PRESIDENTE
Antonio Catricalà

distribuzione all'ingrosso di prodotti per la cura dei capelli, con una quota marginale ([*inferiore all'1%*]).

10. L'operazione, dunque, anche in considerazione della sostanziale assenza di barriere all'ingresso e della presenza di numerosi e qualificati concorrenti, quali L'OREAL, HENKEL, GARNIER, COLGATE, non appare suscettibile di alterare significativamente le attuali dinamiche concorrenziali della vendita all'ingrosso di prodotti per la cura della persona e l'igiene personale.

RITENUTO, pertanto, che l'operazione in esame non determina, ai sensi dell'articolo 6, comma 1, della legge n. 287/90, la costituzione o il rafforzamento di una posizione dominante sul mercato interessato, tale da eliminare o ridurre in modo sostanziale e durevole la concorrenza;

DELIBERA

di non avviare l'istruttoria di cui all'articolo 16, comma 4, della legge n. 287/90.

Le conclusioni di cui sopra saranno comunicate, ai sensi dell'articolo 16, comma 4, della legge n. 287/90, alle imprese interessate e al Ministro dello Sviluppo Economico.

Il presente provvedimento verrà pubblicato nel Bollettino dell'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato.

IL SEGRETARIO GENERALE
Luigi Fiorentino

IL PRESIDENTE
Antonio Catricalà

produzione di acido solforico. Tuttavia, DuPont non produce né filtri purificatori né altri prodotti realizzati da Mecs che trovano applicazione in settori diversi dagli impianti per la produzione di acido solforico, con l'unica eccezione dei depuratori per gas industriali.
Nel caso dei depuratori per gas industriali, commercializzati da Mecs con il marchio DynaWave, si riscontra un'apparente sovrapposizione con i sistemi di depurazione di DuPont (BELCO), impiegati (in via pressoché esclusiva) negli impianti per la raffinazione del petrolio.
Tuttavia, i sistemi di depurazione delle parti sono essenzialmente concepiti per applicazioni differenti nell'ambito dell'industria di raffinazione del petrolio. I depuratori di DuPont, BELCO, richiedono infatti investimenti molto elevati e sono particolarmente indicati per il trattamento dei flussi gassosi generati dalle c.d. "*fluid catalytic cracking units*" (di seguito FCC)[3]. I depuratori DynaWave di Mecs costituiscono invece una soluzione relativamente più economica e vengono impiegati pressoché esclusivamente per il trattamento dei flussi gassosi delle *sulfur recovery units* (di seguito SRU)[4] attraverso i c.d. "sistemi di depurazione a flusso inverso" ("*reverse jet scrubber*").
Inoltre, i sistemi di depurazione delle parti sono progettati per gli impianti FCC e SRU delle raffinerie statunitensi nelle quali si produce principalmente benzina, e non invece per le raffinerie europee presso le quali viene generato in larga misura carburante diesel (data l'ampia predominanza in tale area geografica del diesel rispetto alla benzina). In ambito SEE infatti la domanda per i depuratori prodotti da DuPont e Mecs è contenuta. In particolare, secondo stime effettuate da DuPont, il numero totale di impianti FCC e SRU nel territorio SEE è inferiore, rispettivamente, alle 100 unità e alle 400 unità. Mecs ha generato un fatturato trascurabile dalla vendita dei propri depuratori a livello europeo pari a circa *[1-10]* milioni di euro negli ultimi tre anni. Nello stesso arco temporale, DuPont ha installato nello SEE un numero trascurabile di depuratori BELCO presso impianti FCC di raffinerie.
Si osserva infine che l'acquisizione in esame non è idonea a determinare integrazioni verticali tra le attività delle parti, atteso che DuPont non è attiva nella produzione e/o vendita di acido solforico nello SEE, bensì esclusivamente negli Stati Uniti.
In virtù di quanto considerato, si ritiene che nei mercati di riferimento l'operazione non avrà effetti pregiudizievoli per la concorrenza, non determinando modifiche sostanziali nella struttura concorrenziale degli stessi.

RITENUTO, pertanto, che l'operazione in esame non determina, ai sensi dell'articolo 6, comma 1, della legge n. 287/90, la costituzione o il rafforzamento di una posizione dominante sui mercati interessati, tale da eliminare o ridurre in modo sostanziale e durevole la concorrenza;

DELIBERA

di non avviare l'istruttoria di cui all'articolo 16, comma 4, della legge n. 287/90.

[3] Il *fluid catalytic cracking* è uno dei principali processi di raffinazione del petrolio attraverso il quale avviene la conversione del greggio in sostanze ad elevato valore aggiunto quali benzina e gas olefinici.
[4] Le unità di recupero di zolfo sono installate ed impiegate negli stabilimenti di raffinazione del petrolio, per la trasformazione dell'idrogeno solforato (quale sottoprodotto altamente tossico risultante dai processi di raffinazione) in zolfo elementare.

Le conclusioni di cui sopra saranno comunicate, ai sensi dell'articolo 16, comma 4, della legge n. 287/90, alle imprese interessate e al Ministro dello Sviluppo Economico.

Il presente provvedimento verrà pubblicato nel Bollettino dell'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato.

IL SEGRETARIO GENERALE
Luigi Fiorentino

IL PRESIDENTE
Antonio Catricalà

Le conclusioni di cui sopra saranno comunicate, ai sensi dell'articolo 16, comma 4, della legge n. 287/90, alle imprese interessate e al Ministro dello Sviluppo Economico.

Il presente provvedimento verrà pubblicato nel Bollettino dell'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato.

IL SEGRETARIO GENERALE
Luigi Fiorentino

IL PRESIDENTE
Antonio Catricalà

Il presente provvedimento verrà pubblicato nel Bollettino dell'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato

IL SEGRETARIO GENERALE
Luigi Fiorentino

IL PRESIDENTE
Antonio Catricalà

RITENUTO, altresì, che gli obblighi di non concorrenza intercorsi tra le parti sono accessori alla presente operazione nei soli limiti sopra descritti e che l'Autorità si riserva di valutare, laddove ne sussistano i presupposti, i suddetti patti che si realizzino oltre i limiti ivi indicati;

DELIBERA

di non avviare l'istruttoria di cui all'articolo 16, comma 4, della legge n. 287/90.
Le conclusioni di cui sopra saranno comunicate, ai sensi dell'articolo 16, comma 4, della legge n. 287/90, alle imprese interessate e al Ministro dello Sviluppo Economico.

Il presente provvedimento verrà pubblicato nel Bollettino dell'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato.

IL SEGRETARIO GENERALE
Luigi Fiorentino

IL PRESIDENTE
Antonio Catricalà

Il presente provvedimento verrà pubblicato nel Bollettino dell'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato.

IL SEGRETARIO GENERALE
Luigi Fiorentino

IL PRESIDENTE
Antonio Catricalà

Il provvedimento verrà pubblicato nel Bollettino dell'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato.

IL SEGRETARIO GENERALE
Luigi Fiorentino

IL PRESIDENTE
Antonio Catricalà

Il presente provvedimento verrà pubblicato nel Bollettino dell'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato.

IL SEGRETARIO GENERALE
Luigi Fiorentino

IL PRESIDENTE
Antonio Catricalà

appartenenti a reti o catene di esercizi alberghieri, anche se negli ultimi anni si registra una crescente importanza di tale categoria.

Le catene alberghiere - quale ad esempio quella di Nh - sono reti operanti sotto un unico marchio e comprendenti almeno una ventina di strutture ricettive; esse sfruttano le sinergie derivanti dalla gestione di una pluralità di esercizi alberghieri (appartenenti ad uno o più soggetti economici). Si tratta, in particolare, di economie di scala (soprattutto nella commercializzazione dei propri servizi, nell'organizzazione di comuni sistemi di prenotazione e promozione pubblicitaria, nella formazione del personale, nell'impiego del *know-how* tecnologico e di servizio), di un chiaro posizionamento del prodotto con un unico marchio e di un'omogeneità qualitativa tra i diversi esercizi della catena, con la possibilità di ricorrere a tecniche di fidelizzazione (il cliente tenderà infatti a scegliere l'albergo in cui soggiornare anche tenendo conto delle caratteristiche che già conosce come associate ad una determinata catena/marchio) e di diversificazione dei servizi a seconda del tipo di utenza.

In generale, nell'ambito del settore alberghiero possono essere individuati una pluralità di distinti mercati del prodotto con riferimento alle differenze esistenti tra le varie strutture in relazione ai fattori che influiscono sulle scelte del consumatore, quali la tipologia, le dimensioni, i servizi offerti, la collocazione territoriale e i prezzi[2]. Tali elementi distintivi incidono sulle preferenze dei consumatori, limitando così la sostituibilità tra gli esercizi alberghieri al sottoinsieme di quelli che presentano e offrono caratteristiche simili.

La definizione del mercato del prodotto rilevante non può infatti comprendere il complesso degli alberghi presenti in una determinata area geografica, proprio in ragione delle suddette differenziazioni; è perciò necessario far riferimento all'insieme di alberghi che possano considerarsi sostituibili dal punto di vista del consumatore.

Ad esempio, gli alberghi generalmente classificati come di lusso (o a 5 stelle o di categoria superiore) sono caratterizzati da un'architettura di tipo classico, da un numero di stanze di norma non elevato e da una collocazione nel centro delle città, fornendo un servizio di alloggio di particolare prestigio. Gli alberghi classificati tra le 4 e le 5 stelle si caratterizzano invece per un'architettura più moderna, per un numero di stanze più elevato e per una collocazione più prossima agli aeroporti o alle vie di accesso alle città (tale soluzione di alloggio, sovente relativa alle catene, è in genere preferita dalla clientela d'affari o dal turismo organizzato). Gli alberghi con una classificazione inferiore sono spesso di piccole dimensioni e non appartenenti a catene (possibilmente a conduzione familiare); altre soluzioni ricettive sono rappresentate dai *residence* (a metà strada tra hotel e appartamenti in affitto) e dai *resort* (villaggi con anche attività di intrattenimento). A volte, tuttavia, la diversità delle singole esigenze dei consumatori e la varietà delle situazioni locali possono far sì che, almeno entro certi limiti, anche sistemazioni appartenenti a categorie diverse possano essere considerate tra loro sostituibili, modificando di conseguenza la segmentazione generale.

Ad ogni modo, nel caso di specie non è necessario addivenire ad una più precisa delimitazione del mercato del prodotto.

[2] Cfr. da ultimo C10331.

Il provvedimento verrà pubblicato nel Bollettino dell'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato.

IL SEGRETARIO GENERALE
Luigi Fiorentino

IL PRESIDENTE
Antonio Catricalà

Si fa presente, comunque, che nel mercato dei supermercati della provincia di Cosenza operano concorrenti qualificati, tra i quali Despar, Conad, Selex e Carrefour, con quote pari, rispettivamente, a circa il 19%, 15%, 13% e 10%.
Per quanto precede, l'operazione comunicata non è suscettibile di limitare la concorrenza sul mercato interessato.

RITENUTO, pertanto, che l'operazione in esame non determina, ai sensi dell'articolo 6, comma 1, della legge n. 287/90, la costituzione o il rafforzamento di una posizione dominante sul mercato interessato, tale da eliminare o ridurre in modo sostanziale e durevole la concorrenza;

DELIBERA

di non avviare l'istruttoria di cui all'articolo 16, comma 4, della legge n. 287/90.

Le conclusioni di cui sopra saranno comunicate, ai sensi dell'articolo 16, comma 4, della legge n. 287/90, alle imprese interessate e al Ministro dello Sviluppo Economico.

Il presente provvedimento verrà pubblicato nel Bollettino dell'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato.

IL SEGRETARIO GENERALE
Luigi Fiorentino

IL PRESIDENTE
Antonio Catricalà

La dimensione geografica del mercato del credito al consumo cd. finalizzato è nazionale, in considerazione dell'omogeneità delle caratteristiche di produzione e commercializzazione dei servizi in questione sull'intero territorio nazionale.
CSF è l'unica società partecipante alla concentrazione che opera nei due mercati interessati dalla stessa, ove è presente nelle diverse regioni con una quota variabile.
Nell'ambito del credito al consumo diretto, le quote di mercato di CSF variano, per i prestiti personali, da un minimo dello 0,01% in Abruzzo e Molise ad un massimo dello 0,60% in Valle d'Aosta, e da un minimo dello 0,01% in Basilicata ad un massimo del 12,81% in Valle d'Aosta per quanto riguarda le carte di credito *revolving*.
Nel mercato del credito al consumo finalizzato, invece, CSF è attivo solo nell'acquisto di beni diversi dagli autoveicoli, dove la quota di mercato detenuta a livello nazionale è pari allo 0,17 %.
L'operazione prospettata non pare determinare alcuna sovrapposizione nell'attività di credito al consumo in quanto, dalle informazioni rese dalla notificante, CSF è l'unica società del Gruppo Carrefour a svolgere in Italia le attività coinvolte da tale concentrazione.
Non determinando, tra l'altro, la presente operazione alcuna modifica delle quote di mercato detenute dalle Parti interessate, ma solo il passaggio da una situazione di controllo congiunto ad una di controllo esclusivo del Gruppo Carrefour su CSF, si ritiene che l'operazione in esame non sia suscettibile di modificare gli assetti competitivi nel mercato analizzato.

RITENUTO, pertanto, che l'operazione in esame non determina, ai sensi dell'articolo 6, comma 1, della legge n. 287/90, la costituzione o il rafforzamento di una posizione dominante nei mercati interessati tale da eliminare o ridurre in modo sostanziale e durevole la concorrenza;

DELIBERA

di non avviare l'istruttoria di cui all'articolo 16, comma 4, della legge n. 287/90.
Il presente provvedimento verrà pubblicato nel Bollettino dell'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato.

IL SEGRETARIO GENERALE
Luigi Fiorentino

IL PRESIDENTE
Antonio Catricalà

Dell’avvenuto pagamento deve essere data immediata comunicazione all’Autorità attraverso l’invio di copia del modello attestante il versamento effettuato.

Ai sensi dell’art. 27, comma 12, del Codice del Consumo, in caso di inottemperanza alla presente delibera l'Autorità applica la sanzione amministrativa pecuniaria da 10.000 a 150.000 euro. Nei casi di reiterata inottemperanza l'Autorità può disporre la sospensione dell'attività di impresa per un periodo non superiore a trenta giorni.

A tal fine si chiede al professionista, entro il termine di trenta giorni dalla notifica del presente provvedimento, di comunicare all’Autorità le iniziative assunte in ottemperanza alla diffida di cui al punto a) della presente delibera.

Il presente provvedimento verrà 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'art. 135, comma 1, lettera *b*), del Codice del processo amministrativo (Decreto Legislativo 2 luglio 2010, n. 104), entro sessanta giorni dalla data di notificazione del provvedimento stesso, ovvero può essere proposto ricorso straordinario al Presidente della Repubblica ai sensi dell’art. 8, comma 2, 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
Luigi Fiorentino

IL PRESIDENTE
Antonio Catricalà