



AUTORITÀ GARANTE
DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

Bollettino

Settimanale

Anno XXI - n. 13

Pubblicato sul sito *www.agcm.it*
il 18 aprile 2011

SOMMARIO

INTESE E ABUSO DI POSIZIONE DOMINANTE	5
I731 - GARE ASSICURATIVE ASL E AZIENDE OSPEDALIERE CAMPANE	
<i>Provvedimento n. 22259</i>	5
OPERAZIONI DI CONCENTRAZIONE	6
C10862 – ALBISETTI/COMPLESSO AZIENDALE ITTIERRE	
<i>Provvedimento n. 22261</i>	6
C10946 - ENGINEERING.IT/ARMOSIA TV	
<i>Provvedimento n. 22262</i>	9
C10958 - TEA TASCABILI DEGLI EDITORI ASSOCIATI/RAMO DI AZIENDA DI STAMPA INDIPENDENTE (LIMINA EDIZIONI)	
<i>Provvedimento n. 22263</i>	12
C10979 - TT HOLDING/AUTOSTELLA	
<i>Provvedimento n. 22264</i>	15
C10980 - ASPIAG SERVICE/RAMO DI AZIENDA DI VECOS	
<i>Provvedimento n. 22265</i>	19
C10981 - MIROGLIO FASHION/RAMO DI AZIENDA DI IPER MONTEBELLO	
<i>Provvedimento n. 22266</i>	22
C10982 - MIROGLIO FASHION/RAMO DI AZIENDA DI IMMOBILIARE GRANDE DISTRIBUZIONE SOCIETA' DI INVESTIMENTO IMMOBILIARE QUOTATA	
<i>Provvedimento n. 22267</i>	25
C10983 - MIROGLIO FASHION/RAMO DI AZIENDA DI FASHION AND CONSULTING	
<i>Provvedimento n. 22268</i>	28
C10984 - ENEL GREEN POWER/TECNOSERVICE	
<i>Provvedimento n. 22269</i>	31
C10985 - HERA COMM MARCHE/SADORI GAS	
<i>Provvedimento n. 22270</i>	34
C10987 - MIROGLIO FASHION/RAMO DI AZIENDA DI PAM PANORAMA	
<i>Provvedimento n. 22271</i>	38
C10988 - COMET/RAMO DI AZIENDA DI FANGAREGGI	
<i>Provvedimento n. 22272</i>	41
SEPARAZIONI SOCIETARIE	44
SP83B - FERROVIA ADRIATICO SANGRITANA	
<i>Provvedimento n. 22260</i>	44

ATTIVITA' DI SEGNALAZIONE E CONSULTIVA	54
AS825 - AFFIDAMENTO IN HOUSE DELLA GESTIONE DEL SERVIZIO IDRICO INTEGRATO	54
AS826 - COMUNE DI CITTANOVA (RC) - SERVIZIO DI RACCOLTA RIFIUTI	57
AS827 - COMUNE DI OLIVA GESSI (PV) - GESTIONE DEL SERVIZIO DI ILLUMINAZIONE VOTIVA DEL CIMITERO COMUNALE	59
AS828 - DEFINIZIONE DEGLI OBBLIGHI DEI TITOLARI DEI DIRITTI D'USO DELLE RADIOFREQUENZE DESTINATE ALLA DIFFUSIONE DI SERVIZI DI MEDIA AUDIOVISIVI	60
AS829 - DETERMINAZIONE DEI COMPENSI DOVUTI ALLE IMPRESE PRODUTTRICI PER L'UTILIZZAZIONE IN PUBBLICO DI FONOGRAMMI	62
PRATICHE COMMERCIALI SCORRETTE	64
IP107 - EASY DOWNLOAD-ATTIVAZIONE NON RICHIESTA <i>Provvedimento n. 22205</i>	64
IP109 - BAKKER ITALIA <i>Provvedimento n. 22256</i>	67

INTESE E ABUSO DI POSIZIONE DOMINANTE

I731 - GARE ASSICURATIVE ASL E AZIENDE OSPEDALIERE CAMPANE

Provvedimento n. 22259

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 30 marzo 2011;

SENTITO il Relatore Dottor Antonio Pilati;

VISTA la legge 10 ottobre 1990, n. 287;

VISTA la propria delibera del 6 maggio 2010, con la quale è stata avviata, ai sensi dell'articolo 14 della legge n. 287/90, un'istruttoria nei confronti delle società HDI-Gerling Industrie Versicherung AG; Faro Compagnia di Assicurazioni e riassicurazioni S.p.A.; Navale Assicurazioni S.p.A. e Primogest S.r.l. per l'accertamento di eventuali violazioni dell'articolo 101 TFUE e/o dell'articolo 2 della legge n. 287/90;

VISTI gli atti del procedimento;

RITENUTO necessario, per esigenze procedimentali, procedere al differimento del termine di conclusione del procedimento;

DELIBERA

di prorogare al 1° luglio 2011 il termine di conclusione del procedimento.

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

OPERAZIONI DI CONCENTRAZIONE

C10862 – ALBISETTI/COMPLESSO AZIENDALE ITTIERRE

Provvedimento n. 22261

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 30 marzo 2011;

SENTITO il Relatore Professor Piero Barucci;

VISTA la legge 10 ottobre 1990, n. 287;

VISTA la comunicazione della società Albisetti S.p.A., pervenuta in data 3 dicembre 2010;

VISTA la richiesta di informazioni, inviata alla società Albisetti S.p.A. in data 24 dicembre 2010, con conseguente interruzione dei termini ai sensi dell'articolo 5, comma 3, del D.P.R. 30 aprile 1998, n. 217;

VISTE le informazioni integrative della società Albisetti S.p.A., pervenute in data 7 marzo 2011;

CONSIDERATO quanto segue:

I. LE PARTI

Albisetti S.p.A. (di seguito, Albisetti) è una società attiva nella produzione e commercializzazione, all'ingrosso e al dettaglio, di prodotti tessili, tessuti e confezionati e accessori, di produzione propria e di terzi, ed è controllata dalla società Makweti Investments S.A..

Nel 2009, Albisetti ha realizzato un fatturato mondiale pari a circa 48 milioni di euro, di cui circa 36,9 milioni di euro per vendite in Europa e circa 27,9 milioni di euro per vendite realizzate in Italia.

Oggetto dell'operazione è il "*Complesso aziendale Ittierre*" costituito dai rami d'azienda delle società IT Holding S.p.A. (di seguito, IT Holding), Ittierre S.p.A. (di seguito Ittierre) e Plus IT S.p.A. (di seguito Plus) e dalle partecipazioni di controllo detenute da Ittierre nelle società estere Ittierre France S.A. (di seguito, IT France) e IT Asia Pacific Limited (di seguito, IT Asia), attive nell'import-export e nella vendita, all'ingrosso e al dettaglio, di abbigliamento e accessori, al di fuori del territorio italiano.

IT Holding, *holding* di partecipazioni a capo dell'omonimo gruppo, è attiva nella direzione e nel controllo delle società del gruppo, controllate dirette e indirette, attraverso un centro servizi.

Ittierre e Plus sono società appartenenti al gruppo IT Holding, attive nella produzione e distribuzione, all'ingrosso e al dettaglio, di articoli e prodotti di abbigliamento.

Nel 2009, il *Complesso aziendale Ittierre* oggetto di acquisizione, ha realizzato un fatturato mondiale pari a circa 277 milioni di euro di cui circa 132 milioni di euro per vendite realizzate in Italia.

II. DESCRIZIONE DELL'OPERAZIONE

L'operazione in esame consiste nell'acquisizione, da parte di Albisetti, mediante una costituenda NewCo, del Complesso aziendale Ittierre, costituito dall'insieme dei rami d'azienda delle società IT Holding, Ittierre e Plus, di seguito descritti, e dalle partecipazioni di controllo detenute da Ittierre in IT France e in IT Asia. Il Complesso aziendale Ittierre costituisce l'oggetto del Programma di cessione presentato dai Commissari Straordinari nell'ambito della procedura di amministrazione straordinaria cui sono soggette IT Holding, Ittierre e Plus, autorizzato dal Ministro per lo Sviluppo Economico.

In particolare, il ramo di azienda di IT Holding oggetto di cessione è attivo nell'erogazione di tutti i servizi amministrativi e finanziari, di *information & communication technology*, nella gestione del personale e degli affari legali societari necessari all'operatività del *Complesso aziendale Ittierre*.

Il ramo di azienda di Ittierre, parte del *Complesso aziendale Ittierre*, produce e distribuisce all'ingrosso abbigliamento ed accessori nel settore delle linee giovani "griffate", con in licenza i marchi *Just Cavalli*, *CNC Costume National*, *Galliano*, *Ermanno- Ermanno Scervino*, *GF Ferrè*, e con il marchio di proprietà *ACHT* ed è comprensivo, altresì, di due punti vendita al dettaglio di generi non alimentari situati presso i centri commerciali "*Fashion district*" di Bagnolo San Vito (MN) e Valmontone (RM).

Il ramo di azienda di Plus, che opera quale *sub*-licenziatario dei marchi concessi in licenza a Ittierre, produce e distribuisce all'ingrosso accessori, scarpe, borse e piccola pelletteria con i marchi *Just Cavalli*, *CNC Costume National*, *Galliano* e *GF Ferrè*.

Con l'operazione citata Albisetti, acquisendo il *Complesso aziendale Ittierre* si impegna a proseguirne l'attività di impresa e ad assicurarne la regolare continuità per almeno due anni successivi alla cessione.

Ad esito dell'operazione di cui si tratta le società cedenti, ossia IT Holding, Ittierre e Plus, non saranno più attive nel settore della produzione e distribuzione, all'ingrosso e al dettaglio, di abbigliamento.

III. QUALIFICAZIONE DELL'OPERAZIONE

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

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, in quanto il fatturato totale realizzato a livello nazionale dal complesso aziendale di cui è prevista l'acquisizione è stato superiore a 47 milioni di euro.

IV. VALUTAZIONE DELLA CONCENTRAZIONE

I settori interessati dalla presente operazione sono quelli della produzione e distribuzione all'ingrosso e al dettaglio di abbigliamento ed accessori nel settore delle linee giovani "griffate, nei quali è attivo il *Complesso aziendale Ittierre* oggetto di acquisizione.

Dal punto di vista geografico, il mercato della produzione e distribuzione all'ingrosso dei capi di abbigliamento e dei relativi accessori può considerarsi di dimensione nazionale, mentre quello

della distribuzione al dettaglio di capi di abbigliamento ed accessori ha dimensione locale, corrispondente al territorio delle province di Mantova e Roma, in cui sono ubicati i due punti vendita oggetto di acquisizione.

Tuttavia, non risulta necessario procedere a un'esatta delimitazione degli ambiti merceologici e geografici rilevanti, in quanto, anche nelle ipotesi più restrittive, la valutazione dell'operazione non muterebbe.

In tal senso, infatti, si osserva che Albisetti è principalmente attiva nella distribuzione all'ingrosso di abbigliamento intimo e mare per uomo e donna e che in tale settore è presente con una quota di mercato comunque inferiore all'1%. Considerata, inoltre, la trascurabile incidenza dell'acquisizione, da parte di Albisetti, di due esercizi commerciali per la vendita al dettaglio di abbigliamento e accessori, presenti nelle province di Roma e Mantova, si ritiene che l'operazione comunicata non avrà effetti pregiudizievoli per la concorrenza, non determinando modifiche sostanziali nell'attuale assetto concorrenziale dei mercati di riferimento.

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.

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

C10946 - ENGINEERING.IT/ARMOSIA TV*Provvedimento n. 22262*

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 30 marzo 2011;

SENTITO il Relatore Dottor Salvatore Rebecchini;

VISTA la legge 10 ottobre 1990, n. 287;

VISTO l'atto della società Engineering.IT S.p.A. pervenuto in data 10 febbraio 2011;

VISTA la richiesta di parere all'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, inviata in data 2 marzo 2011 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 23 marzo 2011 ai sensi dell'articolo 1, comma 6, lettera c), n. 11, della legge 31 luglio 1997, n. 249;

CONSIDERATO quanto segue:

I. LE PARTI

ENGINEERING.IT S.p.A. (di seguito, Eii) è una società di diritto italiano che svolge attività di sviluppo, integrazione, installazione e assistenza di prodotti e soluzioni *software*, nonché servizi di consulenza. Eii appartiene al gruppo Engineering, attivo nell'ambito della fornitura dei servizi di *Information Technology* (in particolare integrazione di sistemi, consulenza organizzativa, soluzioni applicative, ecc.) principalmente rivolti a clienti di dimensioni medio-grandi (banche, aziende, Pubblica amministrazione, ecc). L'intero capitale sociale di Eii è detenuto dalla capogruppo Engineering Ingegneria Informatica S.p.A., società quotata alla borsa valori italiana e ad azionariato diffuso.

Il gruppo Engineering ha conseguito, nel corso del 2009, un fatturato complessivo pari a circa [472-700]¹ milioni di euro, di cui circa [472-700] milioni di euro per vendite realizzate in Italia.

ARMOSIA TV S.r.l. (di seguito, Armosia TV) è una società, costituita nell'agosto 2010, preposta ad erogare servizi di rassegna stampa video per clienti terzi. L'azionista unico di Armosia TV è la società Armosia Italia S.r.l. (di seguito, Armosia Italia), che ha conferito ad Armosia TV un ramo d'azienda comprendente, tra l'altro, la licenza esclusiva per l'Italia per l'utilizzo del *software* che permette la realizzazione dei servizi erogati dalla società.

Nel corso del 2009, il fatturato imputabile al ramo d'azienda conferito da Armosia Italia alla società Armosia TV è stato [inferiore a 1 milione di] euro, interamente per vendite in Italia.

II. DESCRIZIONE DELL'OPERAZIONE

L'operazione in esame consiste nell'acquisizione da parte di Eii del cinquanta per cento del capitale sociale di Armosia TV. I patti parasociali siglati dalle parti, inoltre, prevedono che le principali decisioni strategiche riguardanti Armosia TV debbano essere assunte con voto

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

favorevole sia del consigliere nominato da Eii che di uno dei consiglieri nominati da Armosia Italia.

Le parti hanno altresì previsto un patto di non concorrenza ai sensi del quale Eii e Armosia Italia si impegnano a non entrare in concorrenza, direttamente o indirettamente, anche per il tramite di società controllate, collegate o partecipate, con l'attività di Armosia TV in Italia. E' previsto, inoltre, che le parti, salvo diverso accordo, non offrano, autonomamente o insieme a soggetti terzi, il servizio in paesi diversi dall'Italia.

III. QUALIFICAZIONE DELL'OPERAZIONE

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

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 il fatturato totale realizzato nell'ultimo esercizio a livello nazionale dall'insieme delle imprese interessate è stato superiore a 472 milioni di euro.

Il patto di non concorrenza sottoscritto dalle parti e sopra descritto può essere ritenuto direttamente connesso e necessario alla realizzazione dell'operazione di concentrazione in esame, in quanto funzionale alla salvaguardia del valore dell'impresa comune, a condizione che esso sia limitato geograficamente all'area d'attività dell'impresa e temporalmente alla durata dell'impresa controllata congiuntamente².

IV. VALUTAZIONE DELLA CONCENTRAZIONE

L'operazione in esame interessa la fornitura di servizi di rassegna stampa video. Tali servizi a pagamento consentono, accedendo via *web* ovvero via telefonia mobile evoluta, di reperire e visualizzare i video delle più importanti trasmissioni di informazione messe in onda dalle maggiori emittenti nazionali. Le parti sottolineano che tale servizio è altamente innovativo e non è attualmente offerto sul mercato da imprese concorrenti.

In considerazione delle caratteristiche innovative del servizio in questione, appare limitata la sostituibilità dello stesso con altri servizi dell'informazione, con le tradizionali rassegne stampa ovvero con servizi di aggregazione di contenuti *online*.

In ogni caso, ai fini della valutazione della presente operazione non è necessario procedere ad un'esatta definizione dei mercati merceologici rilevanti, in quanto, qualunque sia la definizione dei mercati merceologici adottata, anche nell'ipotesi più restrittiva, la valutazione dell'impatto concorrenziale dell'operazione non muterebbe.

Ai fini della presente analisi, la dimensione geografica del mercato può essere considerata nazionale, in considerazione del fatto che l'attività di Armosia TV ha ad oggetto rassegne stampa di contenuti video in lingua italiana trasmessi dalle emittenti nazionali.

² Si veda, al riguardo, la Comunicazione della Commissione sulle restrizioni direttamente connesse e necessarie alle concentrazioni (G.U.C.E. 2005/C-56/03 del 5 marzo 2005) e in particolare il punto 36.

Poiché la società Eii non è attiva nella fornitura di servizi di rassegna stampa e dei servizi ad essa correlati, né nella fornitura di altri servizi dell'informazione, l'operazione in esame non appare determinare alcuna sovrapposizione delle attività delle parti all'interno del medesimo mercato rilevante.

Alla luce di quanto precede, dunque, l'operazione in esame non appare comportare alcuna modificazione della struttura del mercato interessato.

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

Con atto pervenuto in data 23 marzo 2011, ai sensi dell'articolo 1, comma 6, lettera c), n. 11, della legge 31 luglio 1997, n. 249, l'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni ha espresso parere favorevole allo schema di provvedimento dell'Autorità, in cui si rileva che la concentrazione in esame non è suscettibile di determinare, ai sensi dell'articolo 6, comma 1, della legge n. 287/90, la costituzione di una posizione dominante sul mercato interessato, tale da eliminare o ridurre in modo sostanziale e durevole la concorrenza.

RITENUTO, pertanto, in conformità al parere dell'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, 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

C10958 - TEA TASCABILI DEGLI EDITORI ASSOCIATI/RAMO DI AZIENDA DI STAMPA INDIPENDENTE (LIMINA EDIZIONI)

Provvedimento n. 22263

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 30 marzo 2011;

SENTITO il Relatore Dottor Antonio Pilati;

VISTA la legge 10 ottobre 1990, n. 287;

VISTO l'atto della società TEA – Tascabili degli Editori Associati S.p.A. pervenuto in data 21 febbraio 2011;

VISTA la richiesta di parere all'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, inviata in data 10 marzo 2011 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 23 marzo 2011 ai sensi dell'articolo 1, comma 6, lettera c), n. 11, della legge 31 luglio 1997, n. 249;

CONSIDERATO quanto segue:

I. LE PARTI

TEA – TASCABILI DEGLI EDITORI ASSOCIATI S.p.A. (di seguito, TEA) è una casa editrice di libri di varia, in particolare di testi di narrativa di genere, manualistica, storie vere e edizioni tascabili.

TEA è controllata dal Gruppo editoriale Mauri Spagnol S.p.A. (di seguito, GeMS) che ne detiene il 100% del capitale sociale. La GeMS, a sua volta, fa capo al gruppo Messaggerie Italiane di giornali, riviste e libri S.p.A. (di seguito, Messaggerie Italiane) che opera nei settori dell'editoria (mediante le società editrici controllate), della distribuzione libraia, della fornitura di libri alla GDO, della distribuzione di riviste e periodici e della rivendita di libri al dettaglio.

Il fatturato consolidato di Messaggerie Italiane, nel corso del 2009, è stato pari a circa 525 milioni di euro, per vendite realizzate interamente in Italia.

Il fatturato di TEA, interamente realizzato in Italia, nel corso del 2009, è stato, invece, pari a circa 12 milioni di euro.

Oggetto di acquisizione è un ramo di azienda denominato “*Limina Edizioni*” della società STAMPA INDIPENDENTE S.c.r.l. (di seguito, SI), società attiva, tramite il marchio “*Limina Edizioni*”, nel settore dell'editoria sportiva e, in particolar modo, nella pubblicazione di biografie di illustri personaggi del mondo dello sport.

Il ramo d'azienda “*Limina Edizioni*” ha realizzato un fatturato, nel corso del 2010, pari a circa 402.000 euro interamente in Italia.

II. DESCRIZIONE DELL'OPERAZIONE

L'operazione in esame consiste nell'acquisizione, da parte di TEA, del ramo d'azienda identificato dal marchio registrato “*Limina Edizioni*”, dalla proprietà letteraria e dai relativi contratti di edizione, dai diritti di traduzione, dalla proprietà del sito *internet* www.liminaedizioni.it

(comprensivo del dominio e dei dati presenti sul *server*), dalle giacenze di volumi, dai supporti elettronici e dagli impianti tipografici.

Tramite l'operazione in esame, TEA intende ampliare il proprio ventaglio di offerte nel settore della narrativa di genere e delle storie vere. L'operazione consente, inoltre, a GeMS di ampliare la propria gamma di case editrici indipendenti dalla stessa controllate.

III. QUALIFICAZIONE DELL'OPERAZIONE

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

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 il fatturato totale realizzato nell'ultimo esercizio a livello nazionale dall'insieme delle imprese interessate è stato superiore a 472 milioni di euro.

IV. VALUTAZIONE DELLA CONCENTRAZIONE

L'operazione di concentrazione in esame interessa il mercato dell'editoria dei libri di varia non scolastici, quali narrativa, saggistica, tascabili, libri illustrati e libri per ragazzi.

In merito all'estensione geografica, il mercato rilevante risulta avere dimensione nazionale, per motivazioni linguistiche e per la sostanziale omogeneità delle condizioni concorrenziali su tutto il territorio nazionale.

Con riferimento al 2010, la quota di mercato detenuta da GeMS è del 10% circa, mentre la quota detenuta dal ramo di azienda oggetto di acquisizione è pari allo 0,02%.

I principali concorrenti sono il gruppo Mondadori che detiene il 28% circa del mercato, il gruppo RCS (11% circa), il gruppo Feltrinelli (4% circa) e Giunti (6% circa).

Altro mercato interessato dall'operazione è quello della vendita al dettaglio *on line* di prodotti editoriali il quale comprende le imprese che gestiscono siti Internet specializzati nella vendita *on line*. Tali imprese pongono in vendita i prodotti citati tramite il proprio sito e si occupano poi della gestione e spedizione a domicilio degli acquisti effettuati in via telematica. Il mercato in esame è in forte sviluppo.

Sotto il profilo geografico, il mercato 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 quasi totalità in lingua italiana.

In questo mercato, Messaggerie Italiane, tramite Internet Book Shop Italia, ha una quota di circa il 30%, mentre "Limina Edizioni" detiene una quota del tutto marginale.

Altri operatori sono Mondolibri (con una quota del 22% circa), il Gruppo Feltrinelli, Webster e Unilibro¹.

Alla luce della posizione detenuta dalle parti e della presenza di numerosi e qualificati operatori concorrenti, la presente operazione non appare idonea a determinare la costituzione o il rafforzamento di una posizione dominante nei mercati in questione.

¹ Cfr. provv. n. 20331 del 23 settembre 2009, C10214 – *Emmelibri-Giunti Editore/Newco*, in Boll. n. 38/99, e provv. n. 20964 del 30 marzo 2010, C10478 – *Arnoldo Mondadori Editore/Mondolibri*, in Boll. n. 13/10.

V. IL PARERE DELL'AUTORITA' PER LE GARANZIE NELLE COMUNICAZIONI

Con atto pervenuto in data 23 marzo 2011, ai sensi dell'articolo 1, comma 6, lettera c), n. 11, della legge 31 luglio 1997, n. 249, l'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni ha espresso parere favorevole allo schema di provvedimento dell'Autorità, in cui si rileva che la concentrazione in esame non è suscettibile di determinare, ai sensi dell'articolo 6, comma 1, della legge n. 287/90, la costituzione di una posizione dominante sui mercati interessati, tale da eliminare o ridurre in modo sostanziale e durevole la concorrenza.

RITENUTO, pertanto, in conformità al parere dell'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, 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.

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

C10979 - TT HOLDING/AUTOSTELLA*Provvedimento n. 22264*

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 30 marzo 2011;

SENTITO il Relatore Professor Piero Barucci;

VISTA la legge 10 ottobre 1990, n. 287;

VISTA la comunicazione della società T.T. Holding S.p.A., pervenuta in data 8 marzo 2011;

CONSIDERATO quanto segue:

I. LE PARTI

TT Holding S.p.A. (di seguito, Tth) è una società per azioni di diritto italiano a capo di un gruppo di imprese attive, principalmente, nella vendita al dettaglio di autoveicoli per passeggeri e dei relativi ricambi, nonché nella fornitura di servizi post vendita (assistenza, manutenzione e riparazione) sui medesimi beni. Le società del gruppo operano nelle province di Milano, Novara, Pavia, Vercelli, Verbania e Varese.

Il capitale sociale di Tth è detenuto quasi per intero da due società in accomandita per azioni (Gerolamo Malvestiti S.a.p.A. e Luigi Malvestiti S.a.p.A.).

Nel corso dell'anno 2009, il gruppo Tth ha conseguito, interamente in Italia, un fatturato complessivo pari a [472-700]¹ milioni di euro.

Autostella S.p.A. (di seguito, Autostella) è una società per azioni di diritto italiano attiva nel mercato della vendita al dettaglio di autoveicoli e di ricambi per autoveicoli, nonché di fornitura di assistenza post vendita nella città di Busto Arsizio (VA),

Il capitale sociale di Autostella è interamente detenuto da due persone fisiche, con quota, rispettivamente, del 75% e del 25%.

Nell'esercizio 2009, Autostella ha conseguito un fatturato pari a circa [1-10] milioni di euro, interamente in Italia.

II. DESCRIZIONE DELL'OPERAZIONE

La comunicazione in esame riguarda l'acquisizione da parte di Tth del controllo esclusivo di Autostella, mediante l'acquisto dell'intero capitale sociale.

III. QUALIFICAZIONE DELL'OPERAZIONE

L'operazione comunicata, 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.

Essa rientra nell'ambito di applicazione della legge n. 287/90 non ricorrendo le condizioni di cui all'articolo 1 del Regolamento CE 139/04, ed è soggetta all'obbligo di comunicazione preventiva disposto dall'articolo 16, comma 1, della medesima legge in quanto il fatturato totale realizzato,

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

nell'ultimo esercizio a livello nazionale, dall'insieme delle imprese interessate è stato superiore a 472 milioni di euro.

IV. VALUTAZIONE DELLA CONCENTRAZIONE

Il mercato del prodotto

Da un punto vista merceologico, i settori interessati dall'operazione in esame sono quelli in cui opera la società oggetto di acquisizione, ossia: *i)* la distribuzione al dettaglio di autoveicoli per passeggeri, *ii)* la distribuzione al dettaglio di ricambistica per autoveicoli e *iii)* i servizi post vendita di assistenza, manutenzione e riparazione di autoveicoli².

i) Il mercato in questione interessa l'attività di distribuzione degli autoveicoli da parte dei concessionari ai consumatori finali. Le case produttrici commercializzano infatti le proprie vetture attraverso imprese di distribuzione (società controllate o operatori terzi) le quali, a loro volta, si avvalgono di una rete di concessionari che svolgono attività di vendita alla clientela.

Nell'ambito di tale mercato possono individuarsi diversi segmenti, distinguendo, oltre che tra autoveicoli nuovi e usati, in base alle prestazioni, alle dimensioni e al prezzo delle autovetture commercializzate. Tuttavia, frequentemente i concessionari distribuiscono diverse tipologie di prodotto (utilitarie, categoria media, categoria superiore, ecc.) e le differenze sono andate riducendosi negli anni in ragione della tendenza delle case automobilistiche ad offrire sempre più accessori anche per le auto di media e piccola cilindrata. Ai fini della presente operazione, comunque, non appare necessario addivenire ad una esatta delimitazione merceologica del mercato.

ii) Nell'ambito del settore della commercializzazione di parti ed accessori, del quale fa parte la ricambistica per autoveicoli, è possibile individuare due tipologie di prodotti, quelli originali e quelli equivalenti (di qualità corrispondente). I pezzi di ricambio originali vengono commercializzati con il marchio della casa automobilistica; la ricambistica equivalente è invece fornita da operatori indipendenti del settore della componentistica, che possono anche rifornire le stesse case automobilistiche.

I prezzi delle parti di ricambio equivalenti presentano un livello significativamente inferiore, che varia anche a seconda della tipologia di ricambio considerato. Inoltre, le diverse tipologie di ricambi per autoveicoli (guarnizioni, pastiglie, ammortizzatori, cinghie, candele, filtri, fanaleria, ecc) non sono tra loro sostituibili dal lato della domanda finale, che dipende evidentemente dall'intervento di manutenzione o riparazione da effettuare³.

Tuttavia, si registra, sempre dal lato della domanda, una significativa sostituibilità tra ricambi originali ed equivalenti (purché di qualità corrispondente), variabile in funzione dell'età e della classe economica di appartenenza del veicolo, nonché del tipo di ricambio. Dal lato dell'offerta, inoltre, i centri di assistenza delle case automobilistiche (generalmente concessionarie e officine autorizzate) possono distribuire al dettaglio ricambi sia originali che equivalenti così come, a norma del Regolamento di esenzione n. 1400/02, i distributori indipendenti di ricambi per auto.

segretezza delle informazioni.

² Cfr. provv. n. 20359 del 1° ottobre 2009, C10265 - *TT HOLDING/CAMAR*.

³ Si segnala inoltre l'esistenza di una variegata gamma di modelli (profondità di gamma) all'interno di una stessa tipologia di ricambio, ognuno dei quali indicato per un determinato autoveicolo o serie di autoveicoli.

Sempre dal lato dell'offerta, infine, gli operatori distribuiscono generalmente un'ampia gamma di parti di ricambio.

iii) Il mercato dei servizi di assistenza post vendita per autoveicoli risulta caratterizzato da un'estrema polverizzazione dell'offerta. L'attività di riparazione e manutenzione viene infatti svolta da un'ampia gamma di operatori quali: officine e concessionari rivenditori autorizzati; officine indipendenti; stazioni di servizio; centri auto specializzati; servizi rapidi di assistenza (l'attività di assistenza in garanzia viene invece effettuata dagli stessi concessionari delle case automobilistiche ovvero da altri soggetti da queste autorizzati).

Il mercato geografico

Per quel che riguarda la rilevanza geografica, la dimensione dei mercati *sub i), ii) e iii)* può ritenersi locale, tendenzialmente provinciale. Tale ipotesi trae fondamento dai comportamenti di acquisto dei consumatori e, in particolare, dall'importanza da questi attribuita alla prossimità dei punti di vendita e assistenza.

Nel caso di specie, pertanto, in considerazione dell'ambito di operatività della società oggetto di acquisizione, il mercato geografico rilevante può ritenersi circoscritto alla provincia di Varese.

Effetti dell'operazione

i) Per quel che riguarda il mercato della distribuzione al dettaglio di autoveicoli per passeggeri, nella provincia di Varese, il gruppo Tth è presente con una quota pari a circa il [15-20%], mentre Autostella detiene una quota di mercato [*inferiore all'1%*]. Pertanto, all'esito dell'operazione in esame, il gruppo Tth andrà a detenere, nella provincia di Varese, una quota pari a circa il [15-20%] del mercato della distribuzione di autoveicoli per passeggeri.

ii)-iii) Per quanto riguarda i due mercati della distribuzione di pezzi di ricambio per automobili e della fornitura dei servizi di assistenza post vendita, in considerazione dell'elevato numero e della diversa natura dei vari operatori ivi presenti, le parti non sono in grado di stimarne precisamente la dimensione complessiva. Ad ogni modo, le stesse Parti ritengono che la propria presenza complessiva nei mercati in questione, nella provincia di Varese, possa considerarsi marginale e, relativamente ad entrambi i mercati in parola, tale comunque da non superare il [5-10%].

Pertanto, tutti i mercati *i)-iii)* possono considerarsi privi di particolari barriere all'ingresso di nuovi operatori e caratterizzati dalla presenza di numerosi e qualificati concorrenti.

Alla luce delle considerazioni che precedono, la concentrazione in esame non appare idonea a modificare significativamente le dinamiche concorrenziali nei mercati rilevanti.

RITENUTO, pertanto, che l'operazione in esame non comporta, 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.

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

IL SEGRETARIO GENERALE

Luigi Fiorentino

IL PRESIDENTE

Antonio Catricalà

C10980 - ASPIAG SERVICE/RAMO DI AZIENDA DI VECOS*Provvedimento n. 22265*

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 30 marzo 2011;

SENTITO il Relatore Professor Piero Barucci;

VISTA la legge 10 ottobre 1990, n. 287;

VISTA la comunicazione della società Aspiag Service S.r.l., pervenuta in data 8 marzo 2011;

CONSIDERATO quanto segue:

I. LE PARTI

Aspiag Service S.r.l. (di seguito, ASPIAG SERVICE) è una società il cui capitale è interamente detenuto da Aspiag Management AG, con sede in Svizzera, holding a capo del gruppo Aspiag (di seguito, ASPIAG), che opera prevalentemente nella distribuzione commerciale di prodotti alimentari e non alimentari di largo consumo con una rete di punti vendita attivi ad insegne Despar, Eurospar e Interspar.

Il fatturato realizzato nel 2009 da ASPIAG, in Italia, è stato di circa 900 milioni di euro.

Oggetto di acquisizione è un ramo d'azienda commerciale, appartenente a VECOS S.r.l., (di seguito, VECOS), società che opera nel settore immobiliare.

Tale ramo d'azienda è relativo ad un punto vendita al dettaglio, in attesa di attivazione, di prodotti alimentari e non alimentari, ubicato in Cordenons (PN), Via della Filanda, ed è costituito, in particolare, da:

- beni mobili (attrezzature, arredi, macchinari);
- avviamento commerciale;
- autorizzazione amministrativa per il commercio al dettaglio su una superficie di vendita di complessivi 1.034 m².

II. DESCRIZIONE DELL'OPERAZIONE

L'operazione in esame consiste nell'acquisizione, da parte di ASPIAG SERVICE, del ramo d'azienda sopra descritto, sulla base del contratto preliminare di cessione di tale ramo stipulato tra ASPIAG SERVICE e VECOS. L'operazione è finalizzata all'apertura di un nuovo punto vendita ad insegna "Despar" nel Comune di Cordenons (PN), con superficie di vendita di 1.034 m².

III. QUALIFICAZIONE DELL'OPERAZIONE

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

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 di cui all'articolo 16, comma 1, della medesima legge, in quanto il fatturato totale

realizzato nell'ultimo esercizio a livello nazionale dall'insieme delle imprese interessate è stato superiore a 472 milioni di euro.

IV. VALUTAZIONE DELLA CONCENTRAZIONE

Il mercato del prodotto

Il settore interessato dalla concentrazione in esame è quello della distribuzione moderna di prodotti alimentari e non alimentari di largo e generale consumo. All'interno della distribuzione moderna possono distinguersi diverse categorie di punti vendita (ipermercati, supermercati, *superette* e *discount*) che si differenziano in base a caratteristiche quali la superficie di vendita, il posizionamento di prezzo, l'ampiezza e la profondità della gamma di prodotti offerti, le caratteristiche espositive, la presenza di banchi per i prodotti freschi, la disponibilità di parcheggi. Secondo quanto stabilito dall'Autorità¹, la diversità nella qualità e nel livello di servizi offerti dalle varie tipologie di punto vendita ne rende piuttosto deboli i rapporti di sostituibilità reciproci, che risultano sostanzialmente limitati alle categorie immediatamente contigue.

Ai fini dell'individuazione del mercato rilevante dal punto di vista del prodotto, occorre pertanto partire da ciascuna tipologia di punto vendita e affiancare ad essa le categorie di punti vendita con le quali sussistano forti relazioni di sostituibilità.

Nel caso in esame, considerato che l'operazione risulta finalizzata all'acquisizione di un punto vendita con superficie di circa 1.034 m², il mercato rilevante è quello dei supermercati, comprensivo di tutti i punti vendita della distribuzione moderna.

Il mercato geografico

Da un punto di vista geografico, il mercato ha dimensione locale, in considerazione dei comportamenti di acquisto dei consumatori e dell'importanza da questi attribuita alla prossimità dei punti vendita. L'esatta delimitazione della dimensione geografica dei mercati deve essere effettuata caso per caso, sulla base della dimensione dei bacini d'utenza dei singoli punti vendita delle imprese interessate e del loro livello di sovrapposizione. In prima approssimazione essa può essere circoscritta ai confini amministrativi provinciali.

Ai fini della valutazione dell'operazione comunicata, il mercato geografico interessato è quello della provincia di Pordenone, in cui è localizzato il punto vendita oggetto di acquisizione.

Effetti dell'operazione

Nel mercato dei supermercati della provincia di Pordenone, i punti vendita con insegna "Despar" detengono una quota di mercato di circa il 7%.

Nel mercato interessato operano vari concorrenti qualificati, tra i quali Coop Italia con una quota pari a circa il 34%, Selex Commerciale con una quota di circa il 16%, ed il Gruppo PAM, con una quota di circa il 10%.

Per quanto precede, l'operazione in esame non altera significativamente le condizioni concorrenziali nel mercato rilevante.

¹ Cfr. provv. n. 6113 del 18 giugno 1998, C3037 - *Schemaventuno-Promodes/Gruppo GS*, in Boll. n. 25/98.

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

C10981 - MIROGLIO FASHION/RAMO DI AZIENDA DI IPER MONTEBELLO

Provvedimento n. 22266

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 30 marzo 2010;

SENTITO il Relatore Professor Piero Barucci;

VISTA la legge 10 ottobre 1990, n. 287;

VISTA la comunicazione della società Miroglio Fashion S.r.l., pervenuta in data 8 marzo 2011;

CONSIDERATO quanto segue:

I. LE PARTI

Miroglio Fashion S.r.l. (di seguito, Miroglio Fashion) è una società attiva nella produzione e commercializzazione di articoli di abbigliamento ed accessori per l'abbigliamento femminile.

Il capitale sociale di Miroglio Fashion è detenuto al 100% da Miroglio S.p.A. (di seguito, Miroglio); quest'ultima società è controllata congiuntamente dalla società Mirfin, società semplice facente capo alla famiglia Miroglio, e da tre persone fisiche, appartenenti alla medesima famiglia.

Nel 2009 Miroglio ha realizzato a livello mondiale un fatturato consolidato di circa 929,7 milioni di euro, di cui circa [700-1.000]¹ milioni di euro per vendite in Europa e circa [472-700] milioni di euro per vendite in Italia.

Oggetto di affitto è un ramo d'azienda della società Iper Montebello S.p.A. (di seguito, Iper Montebello) costituito dall'esercizio commerciale al dettaglio per abbigliamento femminile, accessori e calzature ubicato nel Centro Commerciale "Ortona Center", sito in Ortona (CH), Contrada S. Liberata n. 8, e dotato di autorizzazione amministrativa, locali, godimento delle attrezzature e degli impianti, parti e servizi comuni.

Iper Montebello è una società attiva nel commercio al dettaglio o all'ingrosso nel settore alimentare e non alimentare, nonché nell'assunzione di partecipazioni in altre società, nella gestione e nel coordinamento tecnico e finanziario di società, nella compravendita, nel possesso e nel collocamento di titoli pubblici e privati, quote e carature.

Il capitale sociale di Iper Montebello è detenuto, nella misura del 100%, da Finiper S.p.A..

Il dato relativo al fatturato realizzato nel 2009 dal ramo d'azienda oggetto di affitto non è disponibile.

II. DESCRIZIONE DELL'OPERAZIONE

L'operazione in esame ha ad oggetto l'affitto da parte di Miroglio attraverso Miroglio Fashion, per un periodo di cinque anni, del ramo di azienda di cui sopra.

L'operazione in esame è volta a far ottenere a Miroglio la disponibilità di uno spazio commerciale per la vendita dei propri prodotti a marchio "*Fiorella Rubino*".

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

III. QUALIFICAZIONE DELL'OPERAZIONE

L'operazione comunicata, in quanto comporta l'acquisizione del controllo di parte di un'impresa, costituisce una concentrazione ai sensi dell'articolo 5, comma 1, lettera *b*), della legge n. 287/90. 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 medesima legge, in quanto il fatturato totale realizzato nell'ultimo esercizio a livello nazionale dall'insieme delle imprese interessate è stato superiore a 472 milioni di euro.

IV. VALUTAZIONE DELLA CONCENTRAZIONE

Il mercato del prodotto

Il settore interessato dalla presente operazione è quello della distribuzione al dettaglio di capi di abbigliamento e dei relativi accessori; in particolare la società Miroglio, attiva nella produzione di capi femminili di genere sia formale sia informale, intende, attraverso la presente operazione, integrarsi a valle acquisendo nuovi punti vendita da gestire direttamente. In Italia, la distribuzione dei capi d'abbigliamento e degli accessori avviene attraverso due canali principali: i negozi tradizionali, spesso specializzati per tipologie di prodotto, e la distribuzione moderna. La distribuzione moderna si distingue da quella tradizionale al dettaglio innanzitutto per il servizio offerto al cliente: nei punti vendita della distribuzione moderna prevale infatti il libero servizio, mentre nei negozi tradizionali la vendita assistita. Inoltre, la distribuzione moderna si caratterizza, dal punto di vista della tipologia dei punti vendita, per la grande superficie di questi ultimi e per la presenza di reparti dedicati a differenti categorie di prodotti (abbigliamento uomo, donna, bambino, abbigliamento intimo), mentre i punti vendita tradizionali sono spesso specializzati in una gamma ristretta di prodotti.

Deve, tuttavia, osservarsi che i punti vendita di abbigliamento sono, ormai in misura significativa, negozi specializzati nella vendita di un unico marchio, i cosiddetti negozi "monomarca" (ad esempio Max Mara, Stefanel, Replay, Mariella Burani e Max & Co.), dove prevale il libero servizio, che permette al consumatore di scegliere autonomamente, ma allo stesso tempo assicura, qualora venga richiesta, la vendita assistita tipica dei negozi tradizionali. E' necessario, inoltre, evidenziare come la disposizione in un unico punto vendita di tutte le tipologie di prodotto non rivesta un'importanza determinante, in quanto i capi di abbigliamento e gli accessori sono beni durevoli, di valore unitario elevato, che soddisfano vari bisogni: quello primario di vestirsi, ma anche un insieme complesso di altre necessità legate all'immagine individuale e sociale di una persona. Il consumatore è, dunque, disposto a visitare diversi negozi, comparandone le offerte in termini di qualità, prezzo e gusto, nonché a ripetere la ricerca per ogni articolo di cui ha bisogno. Sulla base di queste considerazioni, si ritiene, dunque, che la distribuzione moderna e i negozi tradizionali facciano parte del medesimo mercato.

Il mercato geografico

Dal punto di vista geografico, il mercato del prodotto ha dimensione locale. L'esatta delimitazione della dimensione geografica deve essere effettuata caso per caso sulla base della dimensione dei

bacini di utenza dei singoli punti vendita delle imprese interessate e del loro livello di sovrapposizione.

Pertanto, il mercato geografico rilevante ai fini della presente operazione presenta dimensioni provinciali, corrispondenti alla Provincia di Chieti.

Effetti dell'operazione

Nella provincia di Chieti, Miroglio detiene una quota di mercato pari a circa il [1-5%] ed il ramo d'azienda oggetto di acquisizione detiene una quota inferiore all'1%.

Nella provincia interessata, inoltre, sono presenti numerosi e qualificati concorrenti, quali il Gruppo Max Mara, il Gruppo Inditex, il Gruppo Benetton, il Gruppo Coin, Luisa Spagnoli e il Gruppo Hennetz & Mauritz.

Vista la modesta entità di tali quote, si ritiene che l'operazione di concentrazione oggetto della presente comunicazione non sia idonea a modificare le condizioni concorrenziali nel mercato della distribuzione di capi di abbigliamento e accessori nella provincia di Chieti.

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

**C10982 - MIROGLIO FASHION/RAMO DI AZIENDA DI IMMOBILIARE GRANDE
DISTRIBUZIONE SOCIETA' DI INVESTIMENTO IMMOBILIARE QUOTATA**
Provvedimento n. 22267

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 30 marzo 2011;

SENTITO il Relatore Professor Piero Barucci;

VISTA la legge 10 ottobre 1990, n. 287;

VISTA la comunicazione della società Miroglio Fashion S.r.l., pervenuta in data 8 marzo 2011;

CONSIDERATO quanto segue:

I. LE PARTI

Miroglio Fashion S.r.l. (di seguito, Miroglio Fashion) è una società di diritto italiano con sede in Alba (Cuneo), controllata interamente da Miroglio S.p.A. (di seguito, Miroglio), attiva nella produzione e commercializzazione di articoli tessili e filati, di articoli di abbigliamento ed accessori per l'abbigliamento femminile.

Miroglio è controllata congiuntamente dalla società Mirfin, società semplice facente capo alla famiglia Miroglio, e da tre persone fisiche, appartenenti alla medesima famiglia.

Nel 2009 Miroglio ha realizzato a livello mondiale un fatturato consolidato di circa 930 milioni di euro, di cui circa [700-1.000]¹ milioni di euro per vendite in Europa e circa [472-700] milioni di euro.

Oggetto dell'operazione è un ramo di azienda della società Immobiliare Grande Distribuzione Società di investimento Immobiliare Quotata S.p.A. (di seguito IGD), costituito dall'esercizio commerciale al dettaglio contraddistinto dal n. 26, sito presso il centro commerciale "Porto Grande" nel Comune di San Benedetto del Tronto (AP), in Via Pasubio, 144, dotato di autorizzazione amministrativa per la vendita al dettaglio di generi non alimentari ed in precedenza già attivo.

II. DESCRIZIONE DELL'OPERAZIONE

L'operazione in esame riguarda l'affitto da parte di Miroglio, per la durata di sette anni, del ramo d'azienda di cui sopra, composto, oltre che dall'autorizzazione amministrativa sopra citata, dai locali, dal godimento degli impianti, delle parti e dei servizi comuni del Centro Commerciale citato.

L'operazione consentirà a Miroglio di ottenere la disponibilità di uno spazio commerciale per la vendita dei propri prodotti a marchio "*Fiorella Rubino*".

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

III. QUALIFICAZIONE DELL'OPERAZIONE

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

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 medesima legge, in quanto il fatturato totale realizzato nell'ultimo esercizio a livello nazionale dall'insieme delle imprese interessate è stato superiore a 472 milioni di euro.

IV. VALUTAZIONE DELLA CONCENTRAZIONE

Il mercato del prodotto

Il settore interessato dalla presente operazione è quello della distribuzione al dettaglio di capi di abbigliamento e dei relativi accessori.

In Italia, la distribuzione dei capi d'abbigliamento e degli accessori avviene attraverso due canali principali: i negozi tradizionali, spesso specializzati per tipologie di prodotto, e la distribuzione moderna. La distribuzione moderna si distingue da quella tradizionale al dettaglio innanzitutto per il servizio offerto al cliente: nei punti vendita della distribuzione moderna prevale infatti il libero servizio, mentre nei negozi tradizionali la vendita assistita. Inoltre, la distribuzione moderna si caratterizza, dal punto di vista della tipologia dei punti vendita, per la grande superficie di questi ultimi e per la presenza di reparti dedicati a differenti categorie di prodotti (abbigliamento uomo, donna, bambino, abbigliamento intimo), mentre i punti vendita tradizionali sono spesso specializzati in una gamma ristretta di prodotti.

Deve, tuttavia, osservarsi che i punti vendita di abbigliamento sono, ormai in misura significativa, negozi specializzati nella vendita di un unico marchio, i cosiddetti negozi "monomarca" (ad esempio Max Mara, Stefanel, Replay, Mariella Burani, Max & Co.), dove prevale il libero servizio, che permette al consumatore di scegliere autonomamente, ma allo stesso tempo assicura, qualora venga richiesta, la vendita assistita tipica dei negozi tradizionali. E' necessario, inoltre, evidenziare come la disposizione in un unico punto vendita di tutte le tipologie di prodotto non rivesta un'importanza determinante, in quanto i capi di abbigliamento e gli accessori, sono beni durevoli, di valore unitario elevato, che soddisfano vari bisogni: quello primario di vestirsi, ma anche un insieme complesso di altre necessità legate all'immagine individuale e sociale di una persona. Il consumatore è, dunque, disposto a visitare diversi negozi, comparandone le offerte in termini di qualità, prezzo e gusto, nonché a ripetere la ricerca per ogni articolo di cui ha bisogno.

Sulla base di queste considerazioni, si ritiene, dunque, che la distribuzione moderna e i negozi tradizionali facciano parte del medesimo mercato.

Il mercato geografico

Dal punto di vista geografico, il mercato del prodotto ha dimensione locale. L'esatta delimitazione della dimensione geografica deve essere effettuata caso per caso sulla base della dimensione dei bacini di utenza dei singoli punti vendita delle imprese interessate e del loro livello di sovrapposizione.

Ai fini della presente operazione, il mercato geografico coincide con la provincia di Ascoli Piceno, nella quale si colloca il ramo d'azienda oggetto dell'operazione.

Effetti dell'operazione

Nella provincia di Ascoli Piceno, Miroglio è già presente con una quota di mercato pari a circa il [1-5%] e il ramo d'azienda oggetto dell'operazione in esame detiene una quota inferiore all'1%. Si osserva, altresì, che nel mercato interessato sono presenti numerosi e qualificati concorrenti (Gruppo Max Mara, Benetton Group, Gruppo Coin, Gruppo Inditex).

Pertanto, vista la modesta entità della quota detenuta da Miroglio e la trascurabile incidenza dell'acquisizione del controllo da parte di quest'ultima di un ulteriore punto vendita, si ritiene che l'operazione oggetto della presente comunicazione non avrà effetti pregiudizievoli per la concorrenza nel mercato della distribuzione di capi di abbigliamento e accessori nella provincia di Ascoli Piceno.

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

C10983 - MIROGLIO FASHION/RAMO DI AZIENDA DI FASHION AND CONSULTING
Provvedimento n. 22268

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 30 marzo 2011;

SENTITO il Relatore Dottor Antonio Pilati;

VISTA la legge 10 ottobre 1990, n. 287;

VISTA la comunicazione della società Miroglio Fashion S.r.l., pervenuta in data 8 marzo 2011;

CONSIDERATO quanto segue:

I. LE PARTI

Miroglio Fashion S.r.l. (di seguito, Miroglio Fashion) è una società di diritto italiano con sede in Alba (Cn), controllata interamente da Miroglio S.p.A. (di seguito, Miroglio), attiva nella produzione e commercializzazione di articoli tessili e filati, di articoli di abbigliamento ed accessori per l'abbigliamento femminile.

Miroglio è controllata congiuntamente dalla società Mirfin, società semplice facente capo alla famiglia Miroglio, e da tre persone fisiche, appartenenti alla medesima famiglia.

Nel 2009 Miroglio ha realizzato a livello mondiale un fatturato consolidato di circa 930 milioni di euro, di cui circa [700-1.000]¹ milioni di euro per vendite in Europa e circa [472-700] milioni di euro per vendite in Italia.

Oggetto dell'operazione è il ramo d'azienda, di proprietà della società Fashion and Consulting S.r.l. (di seguito, Fashion), costituito dall'esercizio commerciale per la vendita al dettaglio di generi non alimentari sito in Imperia, piazza Dante n. 1, in precedenza già attivo, in forza di un contratto di affiliazione, nella vendita al dettaglio di abbigliamento femminile, accessori e calzature ad insegna "Oltre".

La società Fashion è principalmente attiva nella vendita al dettaglio e all'ingrosso di abbigliamento, calzature ed accessori.

Non sono disponibili i dati di fatturato realizzati dal ramo d'azienda oggetto di acquisizione.

II. DESCRIZIONE DELL' OPERAZIONE

L'operazione in esame ha per oggetto l'acquisizione da parte di Miroglio del ramo d'azienda di cui sopra, comprensivo dell'autorizzazione amministrativa, dei locali, del godimento delle attrezzature e degli impianti. L'operazione di cui si tratta è volta a far ottenere a Miroglio la gestione diretta di uno spazio commerciale ulteriore per la vendita al dettaglio dei propri prodotti a marchio "Oltre".

III. QUALIFICAZIONE DELL'OPERAZIONE

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

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, in quanto il fatturato totale realizzato a livello nazionale dall'insieme delle imprese interessate è stato superiore a 472 milioni di euro.

IV. VALUTAZIONE DELLA CONCENTRAZIONE

Il settore interessato dalla presente operazione è quello della distribuzione al dettaglio di capi di abbigliamento, di calzature e dei relativi accessori².

In Italia, la distribuzione dei capi d'abbigliamento, di calzature e di accessori avviene attraverso due canali principali: i negozi tradizionali, spesso specializzati per tipologie di prodotto, e la distribuzione moderna. La distribuzione moderna si distingue da quella tradizionale al dettaglio innanzitutto per il servizio offerto al cliente: nei punti vendita della distribuzione moderna prevale infatti il libero servizio, mentre nei negozi tradizionali la vendita assistita. Inoltre, la distribuzione moderna si caratterizza, dal punto di vista della tipologia dei punti vendita, per la grande superficie di questi ultimi e per la presenza di reparti dedicati a differenti categorie di prodotti (abbigliamento uomo, donna, bambino, abbigliamento intimo), mentre i punti vendita tradizionali sono spesso specializzati in una gamma ristretta di prodotti.

Deve, tuttavia, osservarsi che i punti vendita di abbigliamento sono, ormai in misura significativa, negozi specializzati nella vendita di un unico marchio, i cosiddetti negozi "monomarca" (ad esempio Max Mara, Stefanel, Replay, Mariella Burani, Max & Co.), dove prevale il libero servizio, che permette al consumatore di scegliere autonomamente, ma allo stesso tempo assicura, qualora venga richiesta, la vendita assistita tipica dei negozi tradizionali. E' necessario, inoltre, evidenziare come la disposizione in un unico punto vendita di tutte le tipologie di prodotto non rivesta un'importanza determinante, in quanto i capi di abbigliamento e gli accessori sono beni durevoli, di valore unitario elevato, che soddisfano vari bisogni: quello primario di vestirsi, ma anche un insieme complesso di altre necessità legate all'immagine individuale e sociale di una persona. Il consumatore è, dunque, disposto a visitare diversi negozi, comparandone le offerte in termini di qualità, prezzo e gusto, nonché a ripetere la ricerca per ogni articolo di cui ha bisogno.

Sulla base di queste considerazioni, si ritiene, dunque, che la distribuzione moderna e i negozi tradizionali facciano parte del medesimo mercato.

Dal punto di vista geografico, il mercato del prodotto ha dimensione locale. L'esatta delimitazione della dimensione geografica deve essere effettuata caso per caso sulla base della dimensione dei bacini di utenza dei singoli punti vendita delle imprese interessate e del loro livello di sovrapposizione.

Nel caso di specie, il mercato geografico rilevante ha dimensione provinciale, corrispondente alla provincia di Imperia.

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

² Si veda provv. n. 20452 del 5 novembre 2009, C10305 - *Easy Shoes & Wear/Ramo di azienda di Multi Veste Italy 4*, in Boll. n. 44/09; provv. n. 19323 del 18 dicembre 2008, C9830 - *Easy Shoes & Wear/ ramo d'azienda di genius 2000*, in Boll. n. 48/08; provv. n. 18496 del 12 giugno 2008, C9378 - *Easy Shoes & Wear/Rami d'Azienda di Fin Shop*, in Boll. n. 23/08; provv. n. 18961 del 2 ottobre 2008, C9645 - *Easy Shoes & Wear/Ramo d'Azienda di società di persone*, in Boll. n. 27/08.

Effetti dell'operazione

Nella provincia di Imperia, Miroglio è già presente con 4 punti vendita ed una quota di mercato pari a circa il [1-5%]. Si osserva, altresì, che nel mercato interessato sono presenti numerosi e qualificati concorrenti.

Pertanto, vista la modesta entità della quota detenuta da Miroglio e la trascurabile incidenza dell'acquisizione del controllo da parte di quest'ultima di un ulteriore punto vendita, si ritiene che l'operazione di concentrazione comunicata non avrà effetti pregiudizievoli per la concorrenza nel mercato della distribuzione di capi di abbigliamento e accessori nella provincia di Imperia.

RITENUTO, pertanto, che l'operazione in esame non comporta, ai sensi dell'articolo 6, comma 1, della legge n. 287/90, la costituzione o il rafforzamento di una posizione dominante nel 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 provvedimento verrà pubblicato nel Bollettino dell'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato.

IL SEGRETARIO GENERALE
Luigi Fiorentino

IL PRESIDENTE
Antonio Catricalà

C10984 - ENEL GREEN POWER/TECNOSERVICE*Provvedimento n. 22269*

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 30 marzo 2011;

SENTITO il Relatore Dottor Antonio Pilati;

VISTA la legge 10 ottobre 1990, n. 287;

VISTA la comunicazione della società Enel Green Power S.p.A., pervenuta in data 9 marzo 2011

CONSIDERATO quanto segue:

I. LE PARTI

Enel Green Power S.p.A. (di seguito, EGP) è una società del gruppo Enel che opera nel settore della produzione e vendita di energia generata da fonti rinnovabili. EGP è controllata al 71,7% da Enel S.p.A. (di seguito, Enel), mentre il restante capitale sociale è detenuto da azionariato diffuso. La controllante di EGP, Enel, è attualmente partecipata per il 13,9% dal Ministero dell'Economia e delle Finanze, per il 17,4% dalla Cassa Depositi e Prestiti e per la rimanente porzione da investitori istituzionali e individuali.

Attraverso il suo parco produttivo, che ha attualmente una potenza complessiva pari a circa 2653 MW, nel 2009 EGP ha prodotto una quota di energia da fonti rinnovabili pari a circa il 18% del totale nazionale.

Nel 2009 il fatturato realizzato a livello nazionale da EGP è stato di circa 1,05 miliardi, mentre il fatturato del gruppo Enel è stato, a livello nazionale, pari a 30,7 miliardi di euro.

Tecnoservice S.r.l. (di seguito, Tecnoservice) è una società interamente posseduta da persone fisiche, titolare di un progetto autorizzato per la realizzazione ed esercizio di un impianto fotovoltaico localizzato nel Comune di Canaro (RO), in Veneto, della potenza nominale di 6 MW. Nel 2009 Tecnoservice non ha generato alcun fatturato.

II. DESCRIZIONE DELL'OPERAZIONE

L'operazione in esame consiste nell'acquisizione, da parte di EGP, dell'intero capitale sociale di Tecnoservice, e pertanto del controllo esclusivo sulla medesima società.

In esito all'operazione di acquisizione, Tecnoservice sarà infatti gestita da un amministratore unico designato da EGP.

III. QUALIFICAZIONE DELL'OPERAZIONE

L'operazione comunicata, 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.

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 medesima legge, in quanto il fatturato totale

realizzato nell'ultimo esercizio a livello nazionale dall'insieme delle imprese interessate è stato superiore a 472 milioni di euro.

IV. VALUTAZIONE DELLA CONCENTRAZIONE

Il mercato rilevante

L'operazione in esame riguarda l'attività di generazione di energia elettrica da fonti rinnovabili, in particolare da fonte solare, che rientra nell'ambito del più ampio settore della generazione di energia elettrica da fonti sia tradizionali, sia rinnovabili. L'energia elettrica generata in Italia e quella importata definiscono, dal lato merceologico, l'offerta all'ingrosso di energia destinata alla copertura del fabbisogno nazionale e quindi il mercato dell'approvvigionamento all'ingrosso.

Dal punto di vista geografico, il mercato dell'approvvigionamento all'ingrosso di energia elettrica è di dimensioni sovranazionali, sulla base di una suddivisione in macrozone (Nord, Sud, Sicilia e Sardegna) dettata sia da vincoli di trasmissione che da differenze nella struttura dell'offerta, che si riflettono in differenze stabili nei prezzi di vendita dell'energia elettrica¹. Con riferimento all'impianto in esame, il mercato geografico è quello della macrozona Nord.

Effetti dell'operazione

Nella macrozona Nord, Enel attualmente detiene una quota nel mercato dell'approvvigionamento all'ingrosso di energia elettrica, in termini di capacità installata, pari circa al 38%. L'impianto fotovoltaico oggetto dell'operazione in esame comporterà per Enel un incremento marginale della propria quota di mercato, in misura largamente inferiore all'1%.

Ne discende che l'operazione comunicata non è idonea a modificare in maniera sostanziale le condizioni concorrenziali presenti nel mercato di riferimento.

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.

¹ Indagine conoscitiva sullo stato della liberalizzazione dei settori dell'energia elettrica e del gas naturale, febbraio 2005, in Boll. n. 6/05.

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

IL SEGRETARIO GENERALE

Luigi Fiorentino

IL PRESIDENTE

Antonio Catricalà

C10985 - HERA COMM MARCHE/SADORI GAS*Provvedimento n. 22270*

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 30 marzo 2011;

SENTITO il Relatore Dottor Antonio Pilati;

VISTA la legge 10 ottobre 1990, n. 287;

VISTA la comunicazione della società Hera Comm Marche S.r.l., del 9 marzo 2011;

CONSIDERATO quanto segue:

I. LE PARTI

Hera Comm Marche S.r.l. (di seguito, HCM) è attiva nel settore della vendita di gas naturale ai clienti finali in trentasette comuni in provincia di Pesaro-Urbino. Il capitale sociale di HCM è detenuto da Hera Comm S.r.l. (di seguito, HC) per il 60%, e da Marche Multiservizi S.p.A per il restante 40%. HC è una società attiva nella vendita di gas in numerosi comuni delle province di Bologna, Forlì-Cesena, Ravenna, Rimini, Firenze e Modena. HC è controllata indirettamente da Hera S.p.A. (di seguito, Hera), società a capo di un gruppo (Gruppo Hera) operante nei settori della produzione, distribuzione e vendita dell'energia elettrica e del gas naturale, della gestione integrata delle risorse idriche e dei servizi ambientali. I maggiori azionisti di Hera sono il Comune di Bologna e il Comune di Modena, con quote pari rispettivamente a 14,76% e 13,2%. Il restante capitale sociale è detenuto da numerosi comuni dell'Emilia Romagna, tra cui quelli di Ferrara (2,14%), Imola (5,32%) e Ravenna (4,77%), e da investitori istituzionali, oltre alla quota flottante nel mercato azionario.

Nel 2009, il fatturato di Hera, realizzato interamente in Italia, è stato pari a circa 3,8 miliardi di euro.

Marche Multiservizi S.p.A (di seguito, MM) è una società attiva principalmente, direttamente e tramite proprie controllate, nella distribuzione di gas naturale, nella gestione del ciclo idrico integrato e nei servizi ambientali, ed è controllata congiuntamente da Hera e dal Comune di Pesaro¹. Il capitale sociale di MM è detenuto da Hera nella misura del 40,64%, dal Comune di Pesaro nella misura del 33,34%, e da diverse amministrazioni pubbliche locali e persone fisiche, ciascuna delle quali detiene una partecipazione inferiore al 6%.

Nel 2009, il fatturato di MM, realizzato interamente in Italia, è stato pari a circa 77,281 milioni di euro.

Sadori Gas S.r.l. (di seguito, SG) opera nella vendita di gas naturale ai clienti finali in quarantacinque comuni in provincia di Ancona, Pesaro-Urbino e l'Aquila ed un comune in provincia di Brescia. Il capitale sociale di SG è interamente detenuto da Walter Sadori S.r.l. (di seguito, WS) società a capo di un gruppo operante nei settori della distribuzione e vendita di gas

¹ Cfr. provv. n. 17786 del 27 dicembre 2007, C8774 – *HERA-Comune di Pesaro/Aspes Multiservizi*, in Boll. n. 49/07 e provv. n. 17316 del 6 settembre 2007, C8749 - *Aspes Multiservizi/Megas*, in Boll. n. 33/07.

naturale ed attività ad essa connesse, vendita di prodotti petroliferi uso autotrazione e/o combustione, e nel settore dell'edilizia residenziale e non residenziale. Nel 2009, il fatturato di SG, realizzato interamente in Italia, è stato pari a circa 20 milioni di euro.

II. DESCRIZIONE DELL'OPERAZIONE

L'operazione in esame consiste nella fusione per incorporazione di SG in HCM. L'operazione si realizzerà mediante due fasi, la prima con l'acquisizione, entro il 15 aprile 2011, da parte di HC di una partecipazione pari al 50% del capitale sociale di SG, e la seconda, nella successiva fusione per incorporazione, con efficacia entro il 30 giugno 2011, di SG in HCM. All'esito di tale operazione unitaria il capitale sociale di HCM sarà così strutturato: HC deterrà una quota del 57,3%, MM una quota del 29,3% e, infine, WS una quota del 13,4%.

Sulla base del patto parasociale sottoscritto tra le parti, essa sarà soggetta al controllo congiunto di tutti i soci. In virtù delle regole di *governance* pattuite, viene infatti riconosciuto a WS ed MM un diritto di veto per tutte le decisioni di natura strategica della stessa quali tra tutte l'approvazione e la modifica del *budget* annuale e la modifica e revoca dei poteri dell'amministratore delegato.

III. QUALIFICAZIONE DELL'OPERAZIONE

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

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 medesima legge, in quanto il fatturato totale realizzato nell'ultimo esercizio a livello nazionale dall'insieme delle imprese interessate è stato superiore a 472 milioni di euro.

IV. VALUTAZIONE DELLA CONCENTRAZIONE

L'attività di vendita di gas naturale consiste nella fornitura e nella consegna di gas ai clienti finali allacciati alle reti di distribuzione o alla rete di trasporto del gas. La vendita di gas naturale è disciplinata dal Decreto Legislativo 23 maggio 2000, n. 164, che ne definisce i criteri di esercizio dal lato dell'offerta e della domanda. Le imprese che svolgono l'attività di vendita di gas devono essere autorizzate dal Ministero per lo Sviluppo Economico. Ai sensi dell'articolo 22, comma 2, del Decreto Legislativo n. 164/00, a partire dal 1° gennaio 2003 tutti i clienti finali sono idonei, cioè possono scegliere liberamente il proprio fornitore.

In ragione delle differenziazioni e specifiche caratteristiche espresse dalla domanda e dall'offerta, è possibile individuare distinti mercati del prodotto in relazione all'attività di vendita ai clienti idonei nei confronti:

- a) delle imprese di generazione di energia elettrica (clienti termoelettrici) con consumi, di norma, ampiamente superiori ai 200.000 mc/anno;
- b) dei clienti finali di medio grandi dimensioni (principalmente imprese dell'industria e del commercio di dimensioni medio grandi), con consumi superiori a 200.000 mc di gas/anno;

c) dei clienti finali di piccola dimensione (principalmente clienti residenziali e piccola imprese dell'industria e del commercio), con consumi inferiori a 200.000 mc di gas/anno).

Quanto alla dimensione geografica di tali mercati, in ragione della scala di attività delle imprese attive nella vendita di gas ai clienti termoelettrici ed ai clienti finali di dimensione medio grande, nonché delle dinamiche competitive osservate dal lato dell'offerta, si ritiene che i mercati della vendita di gas ai clienti termoelettrici ed ai clienti finali di dimensioni medio grandi siano di dimensione nazionale.

Per quanto riguarda il mercato della vendita di gas ai clienti finali di piccola dimensione, dal lato dell'offerta, sono ancora principalmente attive le imprese di vendita di gas integrate verticalmente con le imprese di distribuzione del gas, storicamente presenti sul territorio ed operanti in regime di concessione in una o più aree locali comunali. La dimensione geografica di tale mercato potrebbe, pertanto, avere dimensione inferiore a quella nazionale. L'area geografica che, allo stato, potrebbe forse approssimare meglio la dimensione dello stesso è l'area di attribuzione di ciascuna concessione esclusiva di distribuzione. Si deve tenere conto tuttavia che, di fatto, le singole concessioni di distribuzione non corrispondono necessariamente all'impianto di distribuzione interconnesso sottostante e che le modifiche in corso circa l'individuazione delle aree locali di riferimento per la riallocazione delle concessioni di distribuzione potrebbero portare a superare la dimensione comunale. Tuttavia, ai fini della presente operazione, l'esatta definizione della dimensione geografica di tale mercato può essere lasciata aperta, in quanto non incide sulla valutazione concorrenziale dell'operazione stessa.

La presente operazione riguarda il mercato rilevante della vendita di gas a clienti finali di medio-grandi dimensioni e il mercato rilevante della vendita di gas a clienti finali di piccole dimensioni.

V. EFFETTI DELL'OPERAZIONE

Nel mercato della vendita di gas naturale ai clienti finali di medio-grandi dimensioni Hera detiene, tramite HC e HCM, una quota di mercato di circa il 1,5%, mentre MM non è attiva nella vendita di gas. L'incremento della quota di mercato di Hera a seguito dell'acquisizione del controllo di SG sarà inoltre molto contenuto e pari allo 0,02%.

Nel mercato della vendita di gas naturale ai clienti finali di piccola dimensione di livello locale, si realizzano unicamente tre sovrapposizioni orizzontali tra Hera e SG, nei comuni di Mondavio in provincia di Ancona, Pesaro e Cartoceto in provincia di Pesaro e Urbino. Tuttavia, l'incremento della quota di mercato di Hera risultante dalla operazione nel Comune di Pesaro è assolutamente marginale (0,07%), mentre nei comuni di Mondavio e Cartoceto rileva il fatto che l'ambito, coincidendo con una sola località di dimensioni molto modeste, è destinato ad ampliarsi alla luce dei processi di aggregazione territoriale delle concessioni di distribuzione del gas.

A livello nazionale, nella vendita di gas naturale a clienti finali di piccola dimensione, Hera detiene una quota di mercato di circa il 6,2%, la quale a seguito dell'operazione sarà soggetta ad un incremento marginale pari allo 0,15%.

Sulla base di quanto precede, si ritiene che la presente operazione non sia idonea a modificare in maniera sostanziale e durevole le condizioni competitive nei mercati di riferimento.

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.

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 provvedimento sarà pubblicato sul Bollettino dell'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato.

IL SEGRETARIO GENERALE

Luigi Fiorentino

IL PRESIDENTE

Antonio Catricalà

C10987 - MIROGLIO FASHION/RAMO DI AZIENDA DI PAM PANORAMA*Provvedimento n. 22271*

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 30 marzo 2011;

SENTITO il Relatore Dottor Antonio Pilati;

VISTA la legge 10 ottobre 1990, n. 287;

VISTA la comunicazione della società Miroglio Fashion S.r.l., pervenuta in data 10 marzo 2011;

CONSIDERATO quanto segue:

I. LE PARTI

Miroglio Fashion S.r.l. (di seguito, Miroglio Fashion) è una società attiva nella produzione e commercializzazione di articoli di abbigliamento ed accessori per l'abbigliamento femminile.

Il capitale sociale di Miroglio Fashion è detenuto al 100% da Miroglio S.p.A. (di seguito, Miroglio); quest'ultima società è controllata congiuntamente dalla società Mirfin, società semplice facente capo alla famiglia Miroglio, e da tre persone fisiche, appartenenti alla medesima famiglia.

Nel 2009 Miroglio ha realizzato a livello mondiale un fatturato consolidato di circa 929,7 milioni di euro, di cui circa [700-1.000]¹ milioni di euro per vendite in Europa e circa [472-700] milioni di euro per vendite in Italia.

Oggetto di affitto è un ramo d'azienda della società PAM Panorama S.p.A. (di seguito PAM Panorama), costituito dall'esercizio commerciale al dettaglio per abbigliamento femminile, accessori e calzature, ubicato nel Centro Commerciale "Panorama", sito in Parma (PR), Via Silvio Pellico n. 20/A, e dotato di autorizzazione amministrativa, locali, godimento delle attrezzature e degli impianti, parti e servizi comuni².

PAM Panorama è una società attiva principalmente nell'esercizio e nella gestione, diretta o indiretta, di centri commerciali, magazzini, empori e negozi per la vendita al dettaglio ed all'ingrosso di tutti i beni commercializzabili.

Il capitale sociale di PAM Panorama è detenuto, nella misura del 100%, da Gruppo Pam S.p.A..

Il dato relativo al fatturato realizzato nel 2009 dal ramo d'azienda oggetto di affitto non è disponibile.

II. DESCRIZIONE DELL'OPERAZIONE

L'operazione in esame ha ad oggetto l'affitto da parte di Miroglio, attraverso Miroglio Fashion, per un periodo di sette anni, del ramo di azienda di cui sopra.

L'operazione in esame è volta a far ottenere a Miroglio la disponibilità di uno spazio commerciale per la vendita dei propri prodotti a marchio "Oltre".

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

² In precedenza il ramo d'azienda era diviso in due unità, le quali erano gestite da due distinti affittuari; una unità era attiva nel commercio al dettaglio di profumeria ed accessori e l'altra unità era attiva nel commercio al dettaglio di calzature ed accessori.

III. QUALIFICAZIONE DELL'OPERAZIONE

L'operazione comunicata, in quanto comporta l'acquisizione del controllo di parte di un'impresa, costituisce una concentrazione ai sensi dell'articolo 5, comma 1, lettera *b*), della legge n. 287/90. 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 medesima legge, in quanto il fatturato totale realizzato nell'ultimo esercizio a livello nazionale dall'insieme delle imprese interessate è stato superiore a 472 milioni di euro.

IV. VALUTAZIONE DELLA CONCENTRAZIONE

Il mercato del prodotto

Il settore interessato dalla presente operazione è quello della distribuzione al dettaglio di capi di abbigliamento e dei relativi accessori; in particolare, la società Miroglio, attiva nella produzione di capi femminili di genere sia formale sia informale, intende, attraverso la presente operazione, integrarsi a valle acquisendo nuovi punti vendita da gestire direttamente.

In Italia, la distribuzione dei capi d'abbigliamento e degli accessori avviene attraverso due canali principali: i negozi tradizionali, spesso specializzati per tipologie di prodotto, e la distribuzione moderna. La distribuzione moderna si distingue da quella tradizionale al dettaglio innanzitutto per il servizio offerto al cliente: nei punti vendita della distribuzione moderna prevale infatti il libero servizio, mentre nei negozi tradizionali la vendita assistita. Inoltre, la distribuzione moderna si caratterizza, dal punto di vista della tipologia dei punti vendita, per la grande superficie di questi ultimi e per la presenza di reparti dedicati a differenti categorie di prodotti (abbigliamento uomo, donna, bambino, abbigliamento intimo), mentre i punti vendita tradizionali sono spesso specializzati in una gamma ristretta di prodotti.

Deve, tuttavia, osservarsi che i punti vendita di abbigliamento sono, ormai in misura significativa, negozi specializzati nella vendita di un unico marchio, i cosiddetti negozi "monomarca" (ad esempio, Max Mara, Stefanel, Replay, Mariella Burani e Max & Co.), dove prevale il libero servizio, che permette al consumatore di scegliere autonomamente, ma allo stesso tempo assicura, qualora venga richiesta, la vendita assistita tipica dei negozi tradizionali. E' necessario, inoltre, evidenziare come la disposizione in un unico punto vendita di tutte le tipologie di prodotto non rivesta un'importanza determinante, in quanto i capi di abbigliamento e gli accessori sono beni durevoli, di valore unitario elevato, che soddisfano vari bisogni: quello primario di vestirsi, ma anche un insieme complesso di altre necessità legate all'immagine individuale e sociale di una persona. Il consumatore è, dunque, disposto a visitare diversi negozi, comparandone le offerte in termini di qualità, prezzo e gusto, nonché a ripetere la ricerca per ogni articolo di cui ha bisogno. Sulla base di queste considerazioni, si ritiene, dunque, che la distribuzione moderna e i negozi tradizionali facciano parte del medesimo mercato.

Il mercato geografico

Dal punto di vista geografico, il mercato del prodotto ha dimensione locale. L'esatta delimitazione della dimensione geografica deve essere effettuata caso per caso, sulla base della dimensione dei

bacini di utenza dei singoli punti vendita delle imprese interessate e del loro livello di sovrapposizione.

Pertanto, il mercato geografico rilevante ai fini della presente operazione presenta dimensioni provinciali, corrispondenti alla provincia di Parma.

Effetti dell'operazione

Nella provincia di Parma, Miroglio detiene una quota di mercato pari a circa il [5-10%] ed il ramo d'azienda oggetto di acquisizione detiene una quota del [1-5%].

Nella provincia interessata, inoltre, sono presenti numerosi e qualificati concorrenti, quali il Gruppo Max Mara, il Gruppo Inditex, il Gruppo Benetton, il Gruppo Coin, Luisa Spagnoli e il Gruppo Hennetz & Mauritz.

Vista la modesta entità di tali quote, si ritiene che l'operazione di concentrazione oggetto della presente comunicazione non sia idonea a modificare le condizioni concorrenziali nel mercato della distribuzione di capi di abbigliamento e accessori nella provincia di Parma.

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

C10988 - COMET/RAMO DI AZIENDA DI FANGAREGGI*Provvedimento n. 22272*

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 30 marzo 2011;

SENTITO il Relatore Professore Carla Bedogni Rabitti;

VISTA la legge 10 ottobre 1990, n. 287;

VISTA la comunicazione della società Comet S.p.A., pervenuta in data 11 marzo 2011;

CONSIDERATO quanto segue:

I. LE PARTI

Comet S.p.A. (di seguito, Cmt) è una società di diritto italiano attiva nella vendita al dettaglio di prodotti vari di elettronica di consumo (elettrodomestici, telefonia, televisori, ecc) e prodotti casalinghi e d'illuminazione in punti vendita direttamente gestiti in diverse regioni italiane (in particolare, Emilia Romagna e Veneto), nonché nella vendita all'ingrosso di materiale elettrico, prodotti di illuminazione e per il condizionamento in punti vendita gestiti direttamente o da società controllate in diverse regioni italiane (in particolare, Emilia Romagna, Toscana e Marche).

Il controllo di Cmt è riconducibile alla società Comet Holding S.p.A., che ne detiene più del 90% del capitale; quest'ultima, a sua volta partecipata da sei persone fisiche, è una *holding* finanziaria di partecipazioni che non svolge alcuna attività operativa.

Il fatturato conseguito, nel 2009 e interamente in Italia, dal gruppo Comet è stato complessivamente pari a 629,1 milioni di euro.

Oggetto di acquisizione è il ramo d'azienda della società italiana Fangareggi S.r.l. (di seguito, Fng), attiva nella vendita al dettaglio di elettrodomestici e articoli di elettronica di consumo, costituito dagli *asset* (merci in magazzino, attrezzature e beni strumentali, avviamento commerciale, personale dipendente) relativi all'unico punto vendita situato nel comune di Modena. Il capitale sociale di Fng risulta interamente detenuto da una persona fisica.

Il fatturato conseguito, nel 2009 e interamente in Italia, dal ramo d'azienda oggetto di acquisizione è stato complessivamente pari a 4,2 milioni di euro.

II. DESCRIZIONE DELL'OPERAZIONE

La comunicazione in esame riguarda l'acquisizione da parte di Cmt del controllo del ramo d'azienda di Fng, descritto in precedenza, mediante il suo acquisto.

L'operazione risponde all'obiettivo del gruppo acquirente di sviluppare la propria presenza nel commercio al dettaglio di elettrodomestici ed elettronica di consumo attraverso l'apertura di nuovi punti vendita e/o l'acquisizione di realtà distributive già esistenti.

III. QUALIFICAZIONE DELL'OPERAZIONE

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

Essa rientra nell'ambito di applicazione della legge n. 287/90 non ricorrendo le condizioni di cui all'articolo 1 del Regolamento CE 139/04, ed è soggetta all'obbligo di comunicazione preventiva disposto dall'articolo 16, comma 1, della medesima legge in quanto il fatturato totale realizzato, nell'ultimo esercizio a livello nazionale, dall'insieme delle imprese interessate è stato superiore a 472 milioni di euro.

IV. VALUTAZIONE DELLA CONCENTRAZIONE

Il mercato del prodotto

Da un punto vista merceologico, il settore interessato dall'operazione in esame è quello in cui opera il ramo d'azienda oggetto di acquisizione, ossia la distribuzione al dettaglio di elettrodomestici e articoli vari di elettronica di consumo (telefonia, informatica, fotografia, condizionatori, prodotti vari per la casa, accessori, ecc).

In considerazione del limitato peso del punto vendita acquisito, la questione dell'esistenza di un unico mercato distributivo o di più mercati a seconda dello specifico prodotto elettronico distribuito può essere lasciata aperta.

Il mercato geografico

Dal punto di vista della rilevanza geografica, il mercato del prodotto può ritenersi di dimensione al più provinciale, in particolare in considerazione dei comportamenti di acquisto dei consumatori e dell'importanza da questi attribuita alla prossimità dei punti vendita¹.

Nel caso di specie, alla luce dell'ubicazione del punto vendita di Fng oggetto di acquisizione, il mercato geografico rilevante può essere assunto come corrispondente alla provincia di Modena.

Effetti dell'operazione

Nel mercato della distribuzione al dettaglio di elettrodomestici e prodotti elettronici vari nella provincia di Modena, la quota del gruppo acquirente (stimata pari al 14% circa) subirà un incremento contenuto (pari al 2% circa) a seguito dell'acquisizione del punto vendita di Fng.

Il mercato risulta inoltre caratterizzato dall'assenza di particolari barriere all'entrata e dalla presenza di numerosi operatori concorrenti; in particolare, questi ultimi sono rappresentati, oltre che dai vari esercizi commerciali di piccola e media dimensione, da catene distributive specializzate con insegna comune sull'intero territorio nazionale (quali, ad esempio, Mediaworld, Unieuro, Euronics, Trony, ecc), nonché dalla grande distribuzione organizzata (IperCoop, Conad, MercatoneUno, Esselunga, ecc.), che dispone di reparti dedicati a tale tipo di attività.

Alla luce delle considerazioni che precedono, la concentrazione in esame non appare idonea a modificare significativamente le dinamiche concorrenziali nel mercato rilevante.

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

¹ Cfr. C8581, C10192.

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

IL SEGRETARIO GENERALE

Luigi Fiorentino

IL PRESIDENTE

Antonio Catricalà

SEPARAZIONI SOCIETARIE

SP83B - FERROVIA ADRIATICO SANGRITANA

Provvedimento n. 22260

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 30 marzo 2011;

SENTITO il Relatore Professore Carla Bedogni Rabitti;

VISTA la legge 10 ottobre 1990, n. 287;

VISTA la legge 24 novembre 1981, n. 689;

VISTO il proprio provvedimento del 13 ottobre 2010, con cui è stata avviata un'istruttoria, ai sensi dell'articolo 14 della legge n. 287/90, nei confronti della società FAS - Ferrovia Adriatico Sangritana S.p.A., per l'accertamento della violazione dell'articolo 8, commi 2-bis e 2-ter, della legge n. 287/90;

VISTA la comunicazione delle risultanze istruttorie, inviata alla Parte in data 3 febbraio 2011;

VISTA la propria delibera del 9 febbraio 2011 con cui è stata disposta la proroga del termine di conclusione del procedimento al 31 marzo 2011;

VISTA la richiesta di proroga del termine di conclusione del procedimento pervenuta in data 22 marzo 2011;

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

CONSIDERATO quanto segue:

I. LA PARTE

1. Ferrovia Adriatico Sangritana S.p.A. (di seguito, FAS) è la società, il cui capitale sociale è interamente detenuto dalla Regione Abruzzo, che esercita servizi ferroviari e automobilistici di Trasporto Pubblico Locale (di seguito, TPL) nonché la gestione di una infrastruttura ferroviaria regionale sulla base di Contratti di Servizio con la Regione Abruzzo secondo quanto previsto dalla disciplina di settore (Decreto Legislativo 19 novembre 1997, n. 422, come modificato dal Decreto Legislativo n. 400/99), così come recepita dalla legge regionale 23 dicembre 1998, n. 152.

Tale società gestisce i cosiddetti servizi minimi di TPL, ovvero i servizi di trasporto definiti dalla regione qualitativamente e quantitativamente sufficienti a soddisfare la domanda di mobilità dei cittadini, i cui costi sono a carico del bilancio delle regioni, ovvero vengono affidati ad un gestore a fronte di una contribuzione esclusiva per lo svolgimento degli stessi.

In particolare, FAS ha sottoscritto un contratto di servizio con la Regione Abruzzo per il biennio 2009-2010 concernente i seguenti servizi:

- servizi ferroviari su rete FAS sulla linea San Vito-Lanciano-Castel di Sangro e Ortona-Caldari;
- servizi ferroviari su rete FS in concorrenza con i servizi Trenitalia nell'ambito della Regione Abruzzo;

- servizi di trasporto automobilistico nell'ambito della Regione Abruzzo di competenza regionale e comunale.

Il fatturato complessivo di FAS nel 2009 è stato di circa 37 milioni di euro, di cui 29 milioni sono rappresentati da ricavi.

II. IL PROCEDIMENTO

2. In data 10 maggio 2010 è pervenuta una denuncia, da parte del Consorzio Noleggiatori Abruzzesi Prontobus, nella quale si segnalava che FAS continuava a svolgere direttamente e, dunque, in assenza di separazione societaria, attività di noleggio da rimessa con conducente e gestione di agenzie di viaggio e turismo, nonostante la pronuncia contenuta nel provvedimento dell'Autorità 17 maggio 2007, n. 16837, in cui si accertava che FAS, in quanto affidataria in esclusiva di una serie di servizi minimi di TPL, ove intendesse svolgere attività in mercati diversi rispetto a quelli in cui era titolare dell'esclusiva, era tenuta, ai sensi dell'articolo 8, commi 2-*bis* e 2-*ter*, della legge n. 287/90, ad operare mediante società separata e a darne comunicazione preventiva all'Autorità e si procedeva, pertanto, a comminare la relativa sanzione pecuniaria.

3. A seguito di tale denuncia, in data 9 giugno 2010 è stata inviata a FAS una richiesta di informazioni concernente, in particolare, le attività svolte dalla società.

La risposta di FAS alla richiesta di informazioni è pervenuta in data 5 luglio 2010.

In data 13 ottobre 2010, l'Autorità ha deliberato l'avvio dell'istruttoria, ai sensi dell'articolo 14 della legge n. 287/90, nei confronti di FAS, per l'accertamento della violazione dell'articolo 8, commi 2-*bis* e 2-*ter*, della legge n. 287/90.

4. La Parte ha esposto le proprie argomentazioni difensive e fornito informazioni e documenti in data 5 luglio e 15 dicembre 2010, 17 gennaio, 25 febbraio e 22 marzo 2011.

In data 3 febbraio 2011 è stata trasmessa alle Parti la Comunicazione delle Risultanze Istruttorie che è stata ricevuta da FAS il successivo 10 febbraio.

In tale documento si informava che, ove richiesta, l'audizione finale si sarebbe tenuta in data 3 marzo 2011. Tuttavia, FAS non ha richiesto di essere sentita in audizione finale davanti al Collegio.

III. LE CONDOTTE OGGETTO DI CONTESTAZIONE

5. Nel corso del procedimento è stata contestata a FAS, in quanto concessionaria in esclusiva di una serie di servizi di TPL nella Regione Abruzzo, la violazione dell'articolo 8, comma 2-*bis*, della legge n. 287/90, per non aver operato mediante una società separata per lo svolgimento dell'attività di noleggio da rimessa e gestione di agenzie di viaggio e turismo.

6. Inoltre, è stata contestata a FAS la violazione dell'articolo 8, comma 2-*ter*, della legge n. 287/90, per non aver adempiuto agli obblighi di comunicazione ivi stabiliti, precisando che, nel caso di specie, l'omissione della citata comunicazione preventiva è stata conseguenza diretta della violazione dell'obbligo di operare mediante società separata, imposto dall'articolo 8, comma 2-*bis*.

IV. LE ARGOMENTAZIONI DI FAS

7. In merito a quanto contestato FAS ha reso noto che, in pendenza di giudizio rispetto alla legittimità del provvedimento dell'Autorità del 17 maggio 2007, la società non ha ritenuto di

procedere immediatamente alla separazione societaria e, ad oggi, continua ad operare sui mercati delle agenzie di viaggio e del noleggio autobus con conducente utilizzando un mero regime di contabilità separata, a cui è obbligata dalle norme settoriali, di cui all'art. 8, comma 4-*bis* del Decreto Legislativo n. 422/97, che regolano lo svolgimento dell'attività ferroviaria.

Peraltro, la Parte sostiene che la disciplina di cui all'art. 8, comma 2, della legge n. 287/90 non dovrebbe essere applicata a quei settori che sono già disciplinati da una normativa speciale, nel caso di specie rappresentata dal citato Decreto Legislativo n. 422/97.

8. In merito al provvedimento del 13 ottobre 2010 adottato dell'Autorità, FAS sottolinea come esso abbia identico oggetto rispetto alla precedente istruttoria conclusasi con il citato provvedimento del 17 maggio 2007 e che la reiterazione di un procedimento sanzionatorio identico ad altro già avviato e concluso in passato appaia opinabile laddove i fatti contestati sono gli stessi e laddove penda un giudizio di merito sulla legittimità del procedimento.

Ciò in quanto il nuovo procedimento comporterebbe per FAS il rischio di essere sanzionata due volte per il medesimo comportamento, nonostante la società si sia attivata, *medio tempore*, per ottemperare al dispositivo dell'Autorità, come dimostra la recente costituzione della società Sangritana S.p.A..

9. Per quanto concerne i servizi di TPL, secondo la Parte, si tratterebbe di servizi svolti in regime di piena concorrenza nel rispetto dei termini previsti dal legislatore per il mantenimento degli affidamenti in essere prima dell'obbligatorio ricorso alla gara pubblica, introdotto dall'art. 18 del Decreto Legislativo n. 422/97.

La Regione Abruzzo, con legge regionale n. 152/98, ha eliminato l'istituto della concessione in esclusiva, così che FAS espleterebbe attualmente sia il servizio ferroviario che quello automobilistico, in virtù di contratti di servizio con la Regione Abruzzo, in regime concorrenziale. Pertanto, nel settore ferroviario FAS opererebbe in concorrenza con Trenitalia su rete RFI. Anche nel settore automobilistico, FAS non beneficerebbe di protezione dalla disciplina concorrenziale, dato che nel territorio abruzzese operano oltre 50 imprese autorizzate a svolgere servizio di noleggio con conducente.

Conseguentemente, non essendo assimilabile ad un'impresa concessionaria in via esclusiva di servizi di TPL, FAS non incorrerebbe nell'obbligo di separazione societaria di cui all'art. 8, comma 2 *bis*, della legge n. 287/90.

10. FAS ha reso comunque noto di aver deliberato, con verbale del Consiglio di Amministrazione del 28 aprile 2010, di "*costituire una società separata che assuma la gestione diretta dell'agenzia viaggi che effettua attività comune funzionale al core business di FAS*". Successivamente la proposta è stata approvata dall'assemblea dei soci in data 29 luglio 2010.

Precedentemente FAS non sarebbe stata nelle condizioni di costituire una società separata poiché la Regione Abruzzo, in vista dell'imminente espletamento delle gare per l'affidamento della gestione dei servizi di TPL, stava progettando una riorganizzazione delle società partecipate operanti nel settore del TPL, plausibilmente destinata ad impattare anche sugli assetti societari della stessa FAS. Superato tale rischio, FAS ha proceduto ad avviare il processo di separazione societaria, mediante costituzione di un nuovo soggetto giuridico.

11. Successivamente a tale delibera, è iniziata una lunga trattativa concernente gli *asset* ed il personale da trasferire nella nuova struttura societaria che ha rallentato significativamente la procedura di separazione societaria. Parte del ritardo – secondo FAS – sarebbe imputabile alla

riforma approvata dalla Regione Abruzzo, con legge regionale del 30 dicembre 2010, che prevede l'attribuzione ad un'unica società, nella quale dovrebbero confluire anche le attività svolte da ARPA e GTM, dello svolgimento di tutti i servizi di trasporto regionale su gomma.

12. A seguito di un lungo *iter*, in data 22 febbraio 2011 è stata costituita la società Sangritana S.p.A., interamente controllata da FAS, il cui oggetto sociale prevede, *inter alia*:

- l'esercizio dei servizi di trasporto di persone e/o cose con qualsiasi modalità o tecnica di svolgimento;
- l'esercizio del servizio di noleggio da rimessa e di ogni attività accessoria, affine, complementare e strumentale allo sviluppo del turismo (tra cui anche l'attività di *tour operator*);
- la realizzazione e la gestione di autostazioni, rimesse ed officine di riparazione mezzi e di qualsiasi altra attività complementare (gestione bar, alberghi, ristoranti, depositi);
- la gestione della rete di trasporto necessaria allo svolgimento dell'oggetto sociale;
- l'attività di trasporto pacchi, trasporto posta celere e attività di logistica.

13. Nell'ambito della memoria pervenuta in data 22 marzo 2011, la società ha reso noto che il TAR Lazio ha fissato l'udienza di discussione per il giudizio proposto da FAS nei confronti del provvedimento dell'Autorità del 17 maggio 2007 per il prossimo 8 giugno 2011.

In ragione della prossimità di tale data, la Parte formula istanza di proroga del termine di chiusura del procedimento, al fine di poter tener conto delle determinazioni del giudice amministrativo prima della nuova pronuncia dell'Autorità.

14. In ogni caso, a fronte dell'adeguamento di FAS alle indicazioni dell'Autorità di operare per il tramite di una società separata sui mercati aperti alla concorrenza, come dimostra la costituzione della società Sangritana S.p.A., l'Autorità non dovrebbe procedere alla irrogazione di una sanzione pecuniaria nei confronti di FAS, essendo venuti meno i presupposti di legge.

15. Secondo la Parte, ai fini della valutazione della non sanzionabilità dei comportamenti contestati, dovrebbe essere dato maggior rilievo alla circostanza, riconosciuta dalla stessa Autorità, per cui, in entrambi i mercati del noleggio autobus con conducente e delle agenzie di viaggio, FAS detenga una quota di mercato assolutamente marginale. Tale circostanza dimostra infatti che, nonostante la mancata separazione societaria, lo svolgimento di tali servizi da parte di FAS non ha determinato alcuno squilibrio o alterazione di mercato.

16. Nella denegata ipotesi in cui l'Autorità ritenga sanzionabili i comportamenti oggetto del procedimento, FAS chiede che la propria condotta sia valutata in termini di minima incidenza e minima gravità, considerando: *i)* la contestazione della precedente sanzione e le iniziative giudiziarie avviate; *ii)* il processo regionale di riforma legislativa in atto; *iii)* i tempi operativi ed organizzativi necessari ad effettuare la separazione societaria.

V. VALUTAZIONI

A) I Mercati in concorrenza

A1) Il mercato del noleggio con conducente

17. L'attività di noleggio da rimessa è disciplinata dalla legge 15 gennaio 1992 n. 21, "*Legge quadro per il trasporto di persone mediante autoservizi pubblici non di linea*", e dalla legge 11 agosto 2003, n. 218, "*Disciplina dell'attività di trasporto di viaggiatori effettuato mediante noleggio di autobus con conducente*". Secondo tale normativa sono definiti autoservizi pubblici

non di linea quelli che provvedono al trasporto collettivo od individuale di persone, con funzione complementare ed integrativa rispetto ai trasporti pubblici di linea, e che vengono effettuati, a richiesta dei trasportati, in modo non continuativo o periodico, su itinerari e secondo orari stabiliti di volta in volta.

In particolare, in merito all'accesso al mercato, si prevede che l'attività di noleggio di autobus con conducente sia subordinata al rilascio, alle imprese in possesso dei requisiti relativi alla professione di trasportatore su strada di viaggiatori, di apposita autorizzazione da parte delle regioni o degli enti locali allo scopo delegati in cui dette imprese hanno la sede legale o la principale organizzazione aziendale.

18. Conformemente ad un orientamento consolidato dell'Autorità, la dimensione geografica di tale mercato è regionale in ragione del fatto che, dal lato della domanda, il grado di sostituibilità tra servizi offerti dai diversi operatori risulta particolarmente elevato in tale ambito territoriale. Pertanto, nel caso di specie, esso può essere individuato nel territorio della regione Abruzzo in cui FAS opera.

19. Le informazioni agli atti confermano che FAS svolge servizi di interesse economico generale in posizione di monopolio e contemporaneamente è attiva nell'esercizio dell'attività di noleggio autobus con conducente in concorrenza con altri operatori, sulla base ad autorizzazioni rilasciate da numerosi comuni in Abruzzo.

Su tale mercato, caratterizzato da un'elevata frammentazione e dalla presenza di una pluralità di operatori, FAS risulta detenere una posizione sostanzialmente marginale.

A2) Il mercato della gestione delle agenzie di viaggio

20. Con riferimento all'attività di agenzia di viaggi e turismo, essa consiste nella consulenza al consumatore finale per l'effettuazione di viaggi, nella prenotazione di soggiorni presso strutture di ricezione turistica, nella prenotazione e nello svolgimento di servizi di biglietteria viaggi sui diversi mezzi di trasporto, nella vendita al dettaglio di pacchetti turistici. Tale attività, nell'ambito della Regione Abruzzo, è regolata dalla legge regionale 12 gennaio 1998, n. 1, "*Nuova normativa sulla disciplina delle agenzie di viaggio e turismo e della professione di Direttore Tecnico*", che disciplina il regime di autorizzazione per l'apertura e l'esercizio delle agenzie di viaggio, nonché i requisiti soggettivi ed oggettivi necessari per ottenere tale autorizzazione.

21. Dalla documentazione agli atti, risulta che FAS opera all'interno di tale settore mediante la gestione, dal 1° febbraio 2002, dell'agenzia di viaggi e turismo "Sangritana Viaggi e Vacanze", con unica sede a Lanciano (CH). Tale agenzia ha ottenuto dalla Regione Abruzzo il riconoscimento a svolgere l'attività di *tour operator*, riconoscimento necessario, sulla base della stessa normativa regionale, per poter svolgere proprio l'attività di noleggio da rimessa con conducente.

Anche su questo mercato, che si connota per l'elevata frammentazione e per la presenza di numerosi operatori concorrenti, la posizione di FAS risulta assolutamente marginale.

B) I comportamenti contestati

22. L'articolo 8, comma 2-bis, della legge n. 287/90 dispone che devono agire mediante società separate le imprese che, per disposizioni di legge, esercitano la gestione di servizi di interesse economico generale ovvero operano in regime di monopolio sul mercato, qualora intendano svolgere attività in mercati diversi da quelli relativi a tali servizi o al monopolio.

In base al successivo comma 2-ter, la costituzione di società e l'acquisizione di posizioni di controllo in società operanti nei mercati diversi di cui al comma 2-bis sono soggette a preventiva comunicazione all'Autorità.

23. FAS, in quanto gestisce servizi ferroviari e automobilistici di TPL nella Regione Abruzzo, va considerata impresa che, per disposizione di legge, esercita la gestione di un servizio di interesse economico generale ovvero opera in regime di monopolio sul mercato.

Secondo la nozione di massima che è stata definita in ambito comunitario, infatti, sono servizi di interesse economico generale i servizi che, in virtù di un criterio di interesse generale, vengono assoggettati a specifici obblighi di servizio pubblico, come nel caso di specie avviene relativamente ai servizi di TPL svolti nell'ambito territoriale della Regione Abruzzo.

24. FAS svolge altresì le attività di noleggio di autobus con conducente e di agenzia viaggi, attività che, diversamente dal trasporto pubblico locale, non costituiscono servizi di interesse economico generale e sono svolte in regime di concorrenza con altri soggetti.

25. Al riguardo, si precisa che, nel corso del procedimento, FAS non ha contestato il rilievo, mosso in sede di avvio, di operare in mercati diversi da quelli del TPL, e, segnatamente in quello del noleggio da rimessa con conducente e della gestione di agenzie di viaggio, bensì la situazione di monopolio *ex lege* di cui FAS godrebbe proprio sul mercato del TPL e che determinerebbe l'applicabilità dell'articolo 8, comma 2, al caso di specie, nonché la circostanza di essere già stata oggetto di un procedimento di identico contenuto nel corso del 2007.

26. A questo ultimo riguardo si precisa che il comportamento tenuto da FAS, successivamente alla pronuncia dell'Autorità del maggio 2007, vale a dire il proseguimento nello svolgimento di attività, in assenza di separazione societaria, in mercati diversi da quelli in cui la società opera in regime di esclusiva, costituisce una persistenza dell'inadempimento, suscettibile di configurare una nuova violazione del medesimo precetto, rappresentato dall'obbligo di legge di cui ai commi 2-bis e 2-ter dell'art. 8, della legge n. 287/90.

27. Per quanto concerne la posizione di FAS sui mercati del TPL, si osserva che, contrariamente a quanto sostenuto dalla Parte, secondo la normativa vigente, l'affidamento dei servizi minimi di TPL configura una situazione di monopolio nella gestione di tali servizi. La riforma introdotta dal Decreto Legislativo n. 422/97, prevedendo l'affidamento a mezzo di gara dei servizi di TPL in relazione ai singoli bacini di traffico, ha infatti inteso promuovere l'individuazione, attraverso il meccanismo di concorrenza per il mercato, dell'unico soggetto che, a fronte del corrispettivo erogato dalla regione, si impegna a rispettare l'obbligo di servizio pubblico rispetto ai servizi minimi definiti in sede di programmazione.

28. Il corrispettivo rappresenta, infatti, una misura appositamente compensativa del disavanzo di gestione generato dal rispetto dell'obbligo di servizio pubblico, dato un sistema tariffario definito dalla regione (tariffe amministrate), concessa in esclusiva all'unico soggetto che si impegna ad esercire servizi di cui il mercato non garantirebbe la produzione in ragione della scarsa convenienza degli stessi. L'affidamento di servizi minimi non può che coincidere, pertanto, con l'identificazione, da parte della stazione appaltante, di un solo operatore su cui grava un obbligo di gestione del complesso di tali servizi.

29. La circostanza richiamata dalla Parte, concernente la presenza di altri operatori su tratte ferro e gomma dove opera FAS, non appare rilevante in quanto ciò che preoccupa in questa sede è il rischio di trascinamento dei sussidi di cui beneficia FAS per lo svolgimento degli obblighi di

servizio pubblico nei mercati liberalizzati sui quali opera in concorrenza con altri operatori, in tal modo alterando il corretto svolgimento del confronto concorrenziale.

30. Peraltro, con riferimento alla parte di servizio ferroviario operata su infrastruttura gestita direttamente da FAS sulla base del contratto di servizio con la Regione Abruzzo, tale attività configura una situazione di evidente monopolio nella gestione di una infrastruttura affidata – sia pure a mezzo di contratto di servizio e non di concessione – in via esclusiva ad un unico soggetto.

31. Sulla base di quanto precede, si osserva che, per svolgere le attività di noleggio di autobus con conducente e di agenzia di viaggi, che insistono in mercati distinti da quello del TPL, FAS avrebbe dovuto fare ricorso a società separata, dandone preventiva comunicazione all'Autorità, come previsto dall'art. 8, commi 2-*bis* e 2-*ter*, della legge n. 287/90.

32. In conclusione, FAS ha posto in essere le seguenti condotte in violazione della normativa a tutela della concorrenza:

i) una condotta in violazione dell'art. 8, comma 2-*bis* della legge n. 287/90, in quanto ha svolto attività di noleggio di autobus con conducente e di agenzia di viaggi senza fare ricorso a società separata, a far data dal febbraio 2002. Tali attività risultano a tutt'oggi in corso secondo la sola modalità di separazione contabile;

ii) una condotta in violazione dell'art. 8, comma 2-*ter* della legge n. 287/90, in quanto FAS, non avendo proceduto ad alcuna separazione societaria, ha violato gli obblighi di comunicazione preventiva previsti dalla norma.

33. Rileva comunque considerare come, in data 22 febbraio 2011, FAS abbia costituito la società Sangritana S.p.A. attraverso la quale saranno svolte, in regime di separazione societaria, le attività sui mercati diversi da quelli in cui FAS opera in regime di esclusiva.

34. Infine si precisa come l'istanza da ultimo pervenuta, relativa ad un'ulteriore proroga dei termini di chiusura del procedimento istruttorio, non appaia accoglibile in quanto subordinata all'esito di una pronuncia del giudice amministrativo relativa ad un precedente e diverso procedimento rispetto a quello qui in oggetto, rispetto al quale non è dubbia, alla luce del consolidato orientamento dell'Autorità, la violazione della norma di cui all'art. 8, comma 2 della legge n. 287/90.

C) Il soggetto responsabile delle infrazioni

35. Gli obblighi di separazione societaria per lo svolgimento di attività in mercati diversi, di cui all'art. 8, comma 2-*bis* della legge n. 287/90 e di comunicazione preventiva, di cui all'art. 8, comma 2-*ter* della medesima legge, incombono in capo alle imprese che, per disposizione di legge, esercitano la gestione di servizi di interesse economico generale ovvero operano in regime di monopolio sul mercato. Pertanto, la responsabilità della mancata separazione societaria e della mancata comunicazione di tale separazione va attribuita alla società FAS.

D) L'elemento soggettivo delle infrazioni

36. Per quel che attiene all'elemento soggettivo delle infrazioni, indipendentemente dal dettato della norma di cui all'articolo 3 della legge n. 689/81, secondo la quale la responsabilità consegue ad ogni azione od omissione, cosciente e volontaria, “*sia essa dolosa o colposa*”, le circostanze accertate nel corso del procedimento non consentono di escludere l'esistenza di una precipua volontà di FAS diretta ad eludere gli obblighi di cui agli articoli 8, comma 2-*bis* e 8, comma 2-*ter* della legge n. 287/90.

37. Nel caso di specie rileva, infatti, la circostanza per cui FAS sia stata destinataria del provvedimento dell'Autorità del 17 maggio 2007, n. 16837, con il quale è stata contestata alla stessa la violazione dell'articolo 8, commi 2-*bis* e 2-*ter*, della legge n. 287/90, ed è stata comminata una sanzione pecuniaria pari a 10.000 euro.

Il comportamento tenuto da FAS appare dunque costituire una persistenza dell'inadempimento accertato nel 2007, suscettibile di configurare una nuova violazione del medesimo precetto di cui all'art. 8, comma 2 della legge n. 287/90, della quale FAS non poteva non essere pienamente consapevole.

38. In merito alla circostanza per cui sia stata recentemente costituita una nuova società che consentirà lo svolgimento in via separata delle attività non in regime di esclusiva, si precisa che essa non può rilevare ai fini dell'applicabilità dell'articolo 8, comma 2-*sexies*, ma può essere valutata ai fini della quantificazione della sanzione irrogabile da parte dell'Autorità per la violazione della suddetta norma.

E) Irrogazione della sanzione e criteri di determinazione

39. Accertate, in base a quanto sopra considerato, le violazioni dell'articolo 8, comma 2-*bis* e comma 2-*ter*, della legge n. 287/90 e la loro imputabilità a FAS, occorre procedere all'irrogazione della sanzione, come disposto dall'articolo 8, comma 2-*sexies*, della legge n. 287/90.

40. L'articolo 11 della legge n. 689/91 prescrive di fare riferimento, ai fini della determinazione della sanzione, *“alla gravità della violazione, all'opera svolta dall'agente per l'eliminazione o attenuazione delle conseguenze della violazione, nonché alla personalità dello stesso e alle sue condizioni economiche”*.

41. In relazione alla gravità delle violazioni, in merito alla mancata separazione societaria, assume rilevanza la persistenza della violazione degli obblighi di cui agli articoli 8, comma 2-*bis*, e 8, comma 2-*ter*, della legge n. 287/90, a fronte della circostanza per cui FAS era già stata destinataria del più volte citato provvedimento del 17 maggio 2007.

Rileva, tuttavia, la circostanza che, nel corso del procedimento istruttorio, FAS ha provveduto a costituire una società separata attraverso la quale esplicitare le attività non operate in regime di esclusiva.

Rileva altresì la circostanza per cui, in entrambi i mercati in cui FAS opera in regime di concorrenza, la quota di mercato detenuta dalla stessa è assolutamente marginale e, in quanto tale, in suscettibile di alterare le condizioni di mercato preesistenti.

42. Con riferimento all'omessa comunicazione preventiva rileva, quanto alla gravità, la circostanza che l'omissione della comunicazione preventiva di cui all'articolo 8, comma 2-*ter*, è, nel caso di specie, conseguenza diretta della violazione da parte di FAS dell'obbligo di operare mediante società separata imposto dall'articolo 8, comma 2-*bis*, nonché la consapevolezza dell'illegittimità del proprio comportamento a seguito della pronuncia dell'Autorità del 17 maggio 2007.

43. Quanto alle condizioni economiche sulla base delle quali graduare la quantificazione della sanzione per entrambe le violazioni contestate (mancata separazione societaria e omessa comunicazione preventiva) si osserva che FAS ha realizzato nel 2009 ricavi pari a circa 29 milioni di euro.

44. Infine, quanto alla durata delle violazioni, le evidenze istruttoria attestano che:

- i) con riferimento alla violazione dell'obbligo di separazione societaria, essa è stata perpetrata per un periodo che copre l'arco temporale di persistenza dell'infrazione, dalla data di comunicazione del provvedimento del 17 maggio 2007 alla data di costituzione della società Sangritana S.p.A.;
- ii) per quanto concerne l'omessa comunicazione preventiva, anche in questo caso la violazione concerne il periodo di persistenza della violazione, compreso tra la comunicazione del provvedimento del 17 maggio 2007 alla data di comunicazione dell'avvenuta costituzione della società Sangritana S.p.A..

45. Sulla base delle precedenti considerazioni, si ritiene che sussistano i presupposti per l'irrogazione a carico della società FAS della sanzione amministrativa pecuniaria di cui all'articolo 8, comma 2-sexies, della legge n. 287/90. Pertanto, in ragione delle condotte di cui al punto i) si applica una sanzione pari a 10.000 € (diecimila euro) e con riferimento alla condotta di cui al punto ii) si applica una sanzione pari a 10.000 € (diecimila euro).

DELIBERA

- a) di rigettare l'istanza di proroga del termine di chiusura del presente procedimento;
- b) che la società FAS- Ferrovia Adriatico Sangritana S.p.A. ha posto in essere condotte in violazione dell'articolo 8, comma 2-bis della legge n. 287/90;
- c) che la società FAS-Ferrovia Adriatico Sangritana S.p.A. ha posto in essere una condotta in violazione dell'articolo 8, comma 2-ter, della legge n. 287/90;
- d) di irrogare alla società FAS-Ferrovia Adriatico Sangritana S.p.A., in ragione della gravità e durata delle infrazioni di cui al punto a), la sanzione amministrativa pecuniaria di 10.000 € (diecimila euro);
- e) di irrogare alla società FAS- Ferrovia Adriatico Sangritana S.p.A., in ragione della gravità e durata dell'infrazione di cui al punto b), la sanzione amministrativa pecuniaria di 10.000 € (diecimila euro).

Le sanzioni amministrative pecuniarie di cui sopra devono essere pagate entro il termine di novanta giorni dalla notificazione del presente provvedimento, con versamento diretto al concessionario del servizio di 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 nell'adempimento, ai sensi dell'articolo 27, comma 6, della legge n. 689/81, la somma dovuta per la sanzione irrogata è maggiorata di un decimo per ogni semestre a decorrere dal giorno successivo alla scadenza del termine del pagamento e sino a quello in cui il ruolo è trasmesso al

concessionario per la riscossione; in tal caso la maggiorazione assorbe gli interessi di mora maturati nel medesimo periodo.

Dell'avvenuto pagamento la società FAS- Ferrovia Adriatico Sangritana S.p.A. è tenuta a dare immediata comunicazione all'Autorità, attraverso l'invio di copia del modello attestante il versamento effettuato.

Il presente provvedimento verrà notificato ai soggetti interessati e pubblicato sul 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 sessanta giorni dalla data di notificazione del provvedimento stesso, ovvero può essere proposto ricorso straordinario al Presidente della Repubblica, ai sensi dell'articolo 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

ATTIVITA' DI SEGNALAZIONE E CONSULTIVA

AS825 - AFFIDAMENTO IN HOUSE DELLA GESTIONE DEL SERVIZIO IDRICO INTEGRATO

Roma, 26 gennaio 2011

Autorità d'Ambito Territoriale Ottimale
della Provincia di Milano

Con riferimento alla richiesta di parere formulata dall'Autorità in indirizzo, ai sensi dell'articolo 22 della legge 10 ottobre 1990, n. 287, relativamente alle modalità applicative del regime transitorio previsto dall'articolo 23-bis, comma 8, del decreto legge n. 112/2008, convertito in legge n. 133/2008 e successive modificazioni e integrazioni, all'affidamento *in house* della gestione del servizio idrico integrato attualmente in essere nell'Ambito territoriale ottimale della Provincia di Milano, l'Autorità esprime le seguenti considerazioni.

Premesso che l'art. 22 della legge n. 10 ottobre 1990, n. 287, attribuisce all'Autorità il potere di rendere pareri su "*problemi riguardanti la concorrenza ed il mercato*" (art. 22, comma 1), appare opportuno, in via preliminare, richiamare integralmente il contenuto della segnalazione AS512 del 26 marzo 2009, formulata da questa Autorità nei confronti della legge regionale della Regione Lombardia n. 26/2003. In tale occasione, l'Autorità aveva osservato come la separazione della gestione della rete dalla erogazione del servizio potesse essere considerata positivamente dal punto di vista concorrenziale soltanto nei casi in cui essa si pone quale misura regolamentare di carattere strumentale rispetto alla liberalizzazione delle attività di vendita dei servizi a valle. La gestione dei servizi idrici non sembrava, tuttavia, permettere il conseguimento di tali benefici. L'Autorità aveva quindi osservato che il modello lombardo sembrava preludere alla duplicazione di posizioni di monopolio, venendo meno, in tal modo, ogni possibilità di beneficio per il consumatore degli eventuali guadagni di efficienza riconducibili ad una gestione verticalmente integrata del servizio secondo il modello previsto dal decreto legislativo n. 152/2006 (c.d. "Testo Unico Ambientale"). Si ricorda, inoltre, che proprio su tale aspetto la richiamata legge regionale n. 26/2003 è stata oggetto di censura da parte della Corte costituzionale, che ne ha accertato l'illegittimità per contrasto con l'art. 117 della Costituzione, laddove questo prevede che le materie della tutela dell'ambiente e della concorrenza costituiscono competenze statali¹.

¹ Cfr. Corte costituzionale sentenza n. 142/2010.

Tuttavia, sulla base di quanto descritto nella richiesta di parere, l'ATO di Milano continuerebbe ad avvalersi, per la gestione del servizio idrico integrato, di un modello fondato sulla separazione tra gestione della rete e gestione del servizio. Tale circostanza, aggravata dal fatto che le società incaricate della gestione della rete risulterebbero a loro volta detenere significative quote di partecipazione nelle società affidatarie della gestione del servizio, non può certamente essere giustificata dall'assenza di una nuova regolamentazione di carattere regionale sostitutiva della richiamata legge n. 26/2003² e appare, peraltro, contrastare *ex se* con i presunti benefici che deriverebbero da una gestione separata della rete dal servizio.

Quanto poi al merito del quesito posto dall'Autorità in indirizzo circa il regime transitorio applicabile alla propria società *in house* di gestione del servizio idrico integrato, l'Autorità ritiene che il comma 8 dell'art. 23-*bis* sia sufficientemente chiaro nell'individuare alcune tipologie di decadenza automatica delle gestioni affidate in deroga ai principi dell'evidenza pubblica. Tali ipotesi si differenziano tra loro ora per una questione di carattere temporale (vale a dire se l'affidamento sia avvenuto prima o dopo la data del 22 agosto 2008, giorno di entrata in vigore della legge n. 133/2008), ora per la natura soggettiva dell'affidatario (società mista il cui socio non sia stato scelto a seguito di gara, società interamente pubblica quotata in borsa). Viene poi prevista una clausola di salvaguardia avente valore residuale e relativa a tutte le ipotesi non rientranti nelle fattispecie espressamente previste dalla legge.

Nel caso in esame, non v'è dubbio che, secondo quanto precisato nella richiesta di parere, l'atto originario di affidamento della gestione del servizio idrico integrato risalga ad una data antecedente a quella del 22 agosto 2008. Allo stesso modo, sempre secondo quanto comunicato nella richiesta di parere, tutte le trasformazioni societarie intercorse negli anni – fusioni, conferimenti di partecipazione ecc. – sono risultate prive di carattere innovativo, essendo comunque inquadrare nell'ambito dell'originario atto di affidamento, e sono state finalizzate non ad una modifica del soggetto gestore, ma piuttosto alla necessità di semplificare l'articolazione delle società pubbliche incaricate della gestione del medesimo servizio nel medesimo ambito territoriale, ferma restando la proprietà interamente pubblica del capitale sociale e la riconducibilità delle quote azionarie ai medesimi Enti locali partecipanti.

Per tali ragioni, l'Autorità ritiene che il quesito posto dall'Autorità in indirizzo possa essere risolto indicando come applicabile al caso in esame il regime transitorio di cui alla lettera a) del comma 8 dell'art. 23-*bis*.

² La giurisprudenza costituzionale è univoca nell'indicare che la tutela dell'ambiente e della concorrenza rientrano tra le competenze esclusive dello Stato e non possono, pertanto, essere oggetto di disciplina regionale difforme dalle norme quadro individuate a livello centrale. Si veda, a questo proposito, anche la recente sentenza della Corte costituzionale n. 325 del 3 novembre 2010.

L'Autorità resta in attesa di conoscere, entro il termine di sessanta giorni dal ricevimento della presente segnalazione, le iniziative adottate in relazione alle problematiche sopra evidenziate.

Il presente parere sarà pubblicato sul Bollettino di cui all'articolo 26 della legge n. 287/90. Eventuali esigenze di riservatezza dovranno essere manifestate all'Autorità entro trenta giorni dal ricevimento del presente parere, precisandone i motivi.

IL PRESIDENTE
Antonio Catricalà

AS826 - COMUNE DI CITTANOVA (RC) - SERVIZIO DI RACCOLTA RIFIUTI

Roma, 21 febbraio 2011

Comune di Cittanova

Oggetto: *Richiesta di parere relativa all'affidamento, ai sensi dell'art. 23 bis, comma 3, del Decreto Legge 25 giugno 2008, n. 112, convertito in Legge 6 agosto 2008, n. 133, del servizio di raccolta rifiuti.*

Con riferimento alla richiesta in oggetto, l'Autorità Garante della Concorrenza, nella sua adunanza del 16 febbraio 2011, ha ritenuto che, per quanto di propria competenza, non ricorrano le condizioni per il rilascio del parere ai sensi dei commi 3 e 4 dell'art. 23-bis a causa dell'evidente mancanza dei requisiti fondamentali per la configurabilità stessa dell'affidamento *in house*.

In primo luogo, la sussistenza del requisito del "controllo analogo" deve essere esclusa in presenza di una compagine societaria composta anche da capitale privato, essendo necessaria la partecipazione pubblica totalitaria. Nel caso di specie, il capitale societario della società Piana Ambiente S.p.A. (di seguito, Piana) risulta essere posseduto al 49% da privati.

Inoltre, il fatto che la società Piana possa svolgere numerose e diversificate attività commerciali, assumere interessenze e partecipazioni in altre società aventi scopi affini, connessi o analoghi, nonché realizzare consorzi e/o ATI con altre società lascia presumere una evidente propensione dell'impresa ad effettuare determinati investimenti di risorse economiche in altri mercati – anche non contigui – in vista di un'eventuale espansione in settori diversi da quelli rilevanti per l'ente pubblico conferente. Ciò non consente di ritenere sussistente il requisito della prevalenza dell'attività oggetto di affidamento nei confronti dell'Ente pubblico affidante.

Infine, la previsione statutaria in base alla quale la società può gestire servizi di igiene ambientale affidati da enti pubblici con procedure competitive di gara si pone in contrasto con il divieto, imposto all'affidataria *in house* dall'art. 23, comma 9, l.133/2008, di svolgere servizi o attività per altri enti pubblici o privati.

Un secondo ordine di considerazioni riguarda le condizioni individuate dall'art. 23 bis, d.l. n. 112/2008, convertito in l. n. 133/2008, ai fini della scelta di affidare il servizio in oggetto in deroga alle modalità ordinarie. Si ritiene opportuno ricordare che la normativa citata ha stabilito che il conferimento della gestione dei servizi pubblici locali debba avvenire, in via ordinaria, a favore di soggetti individuati mediante procedure competitive ad evidenza pubblica. La stessa norma, tuttavia, ha previsto che a tale principio generale si possa derogare in presenza di peculiari caratteristiche economiche, sociali, ambientali e geomorfologiche del contesto territoriale di

riferimento. Nel caso di specie, si ritiene che l'Ente affidante non abbia dimostrato la sussistenza di tali peculiarità e, in particolare, delle ragioni che non permettono un efficace e utile ricorso al mercato per l'affidamento della gestione del servizio idrico integrato: dalla documentazione agli atti emerge infatti un esplicito interesse, da parte del mercato, a fornire il servizio in questione. A fronte di una simile circostanza, lo svolgimento di un'ordinaria procedura di gara può offrire un contributo prezioso per individuare la soluzione più efficiente per la gestione del servizio idrico integrato nel Comune di Cittanova.

La presente decisione sarà pubblicata sul bollettino di cui all'art. 26 della legge n. 287/90. Eventuali esigenze di riservatezza dovranno essere manifestate all'Autorità entro trenta giorni dal ricevimento della presente, precisandone i motivi.

IL SEGRETARIO GENERALE

Luigi Fiorentino

**AS827 - COMUNE DI OLIVA GESSI (PV) - GESTIONE DEL SERVIZIO DI
ILLUMINAZIONE VOTIVA DEL CIMITERO COMUNALE**

Roma, 9 marzo 2011

Comune di Oliva Gessi (PV)
Vicesindaco

Con riferimento alla richiesta di parere formulata, ai sensi dell'art. 22 della legge n. 287/90, dal Comune di Oliva Gessi in merito alla gestione in economia del servizio di illuminazione votiva del cimitero comunale, l'Autorità, nella sua adunanza del 2 marzo 2011, ha ritenuto che, impregiudicata ogni altra valutazione sui presupposti di fatto e di diritto dell'azione amministrativa, il modesto valore economico del servizio, sensibilmente inferiore alla soglia indicata dall'articolo 1, comma 1, del D.P.R. 168/2010, rende irrilevante ai fini concorrenziali la scelta della modalità di gestione dello stesso.

Il presente parere sarà pubblicato sul Bollettino di cui all'art. 26 della legge n. 287/90. Eventuali esigenze di riservatezza dovranno essere manifestate all'Autorità entro trenta giorni dal ricevimento del presente parere, precisandone i motivi.

IL SEGRETARIO GENERALE

Luigi Fiorentino

AS828 - DEFINIZIONE DEGLI OBBLIGHI DEI TITOLARI DEI DIRITTI D'USO DELLE RADIOFREQUENZE DESTINATE ALLA DIFFUSIONE DI SERVIZI DI MEDIA AUDIOVISIVI

Roma, 25 marzo 2011

Ministro dello Sviluppo Economico
Presidente dell'Autorità per le Garanzie
nelle Comunicazioni

L'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato, nell'esercizio del potere di cui all'articolo 22 della legge 10 ottobre 1990, n. 287, intende formulare alcune osservazioni in merito alle iniziative regolamentari previste dal comma 11 dell'articolo 1 della legge 13 dicembre 2010, n. 200, recante "Disposizioni per la formazione del bilancio annuale e pluriennale dello Stato (legge di stabilità 2011)".

Ai sensi di tale norma, il Ministero dello Sviluppo Economico e l'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, nell'ambito delle rispettive competenze, devono stabilire *"gli ulteriori obblighi dei titolari dei diritti d'uso delle radiofrequenze destinate alla diffusione di servizi di media audiovisivi, ai fini di un uso più efficiente dello spettro e della valorizzazione e promozione delle culture regionali o locali"*.

L'Autorità auspica che le iniziative regolamentari conseguenti alla richiamata disposizione, nel perseguire gli obiettivi da quest'ultima definiti, non introducano vincoli per gli operatori di rete locali tali da limitare ingiustificatamente l'operare delle forze di mercato come strumento di allocazione efficiente della capacità trasmissiva ai fornitori di servizi di media audiovisivi.

In particolare, coerentemente con l'obiettivo strategico definito in sede comunitaria di garantire la massima flessibilità nell'utilizzo dello spettro radio, l'Autorità ritiene che la declinazione degli ulteriori obblighi volti a valorizzare e a promuovere le culture regionali o locali possa avvenire senza compromettere la possibilità per gli operatori di rete attivi in ambito locale di fornire servizi di trasmissione e diffusione anche ad emittenti nazionali, secondo quanto già previsto, peraltro, dall'articolo 13, comma 8, dell'Allegato A alla delibera n. 435/01/CONS dell'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni recante "Regolamento relativo alla radiodiffusione terrestre".

Nel rispetto dei limiti di tutela del pluralismo informativo locale, la possibilità di offrire capacità trasmissiva locale a fornitori di servizi di media nazionali appare idonea a promuovere la concorrenza nel mercato nazionale dei servizi di diffusione televisiva su rete terrestre e nei mercati a valle della raccolta pubblicitaria e della fornitura di servizi televisivi a pagamento. Inoltre, la

flessibilità nell'utilizzo delle reti trasmissive contribuisce a garantire l'impiego efficiente delle risorse frequenziali assegnate agli operatori di rete in ambito locale e costituisce una fonte di ricavi potenzialmente significativa per tali operatori, utilizzabile anche per sostenere l'offerta di contenuti a carattere regionale e locale.

In conclusione, l'Autorità auspica che le osservazioni formulate possano essere utilmente tenute in considerazione nell'ambito dell'emanazione delle disposizioni regolamentari in oggetto.

IL PRESIDENTE

Antonio Catricalà

**AS829 - DETERMINAZIONE DEI COMPENSI DOVUTI ALLE IMPRESE
PRODUTTRICI PER L'UTILIZZAZIONE IN PUBBLICO DI FONOGRAMMI**

Roma, 5 aprile 2011

Ministro per i Beni e le Attività Culturali

L'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato, in data 12 ottobre 2009, ha inviato al Governo e al Parlamento una segnalazione, ai sensi dell'articolo 21 della legge 10 ottobre 1990, n. 287, in merito alle problematiche di carattere concorrenziale delineatesi in materia di gestione dei diritti connessi riconosciuti ai produttori fonografici e agli artisti (interpreti ed esecutori), nella quale l'Autorità auspicava una revisione degli articoli 73 e 73-bis della legge n. 633/1941, dell'articolo 23 del regolamento di esecuzione del 1942 e dei DPCM del 1975 e 1976 (Cfr. Segnalazione AS622, pubblicata in Boll. n. 40/2009, che si allega^(*)).

Fermo restando quanto rappresentato e proposto nella richiamata segnalazione, l'Autorità, con la presente, intende formulare le seguenti osservazioni, ai sensi dell'articolo 21 della legge 10 ottobre 1990, n. 287.

Nell'ambito dell'esercizio delle proprie attività istituzionali, l'Autorità ha avuto modo di verificare l'accrescersi del livello di conflittualità tra gli operatori del settore in merito all'applicazione del quadro normativo vigente in materia di diritti connessi al diritto d'autore.

Risulta infatti che, allo scadere dei contratti di licenza stipulati tra le parti, si sia accentuato il conflitto interpretativo tra i produttori discografici rappresentati da SCF – Società Consortile Fonografici e gli utilizzatori dei fonogrammi che di fatto impedisce il corretto ed efficiente funzionamento delle dinamiche competitive, ai diversi livelli della catena del valore.

In attesa dell'intervento del legislatore, nel senso auspicato dalla segnalazione sopra richiamata, si ritiene che codesto Ministero possa nell'immediato assumere iniziative idonee a superare l'attuale contrapposizione tra gli operatori del settore in tema di determinazione dei compensi per i diritti connessi. In particolare, stante il complesso delle disposizioni vigenti che, tra l'altro, prevedono l'applicazione di una misura legale dei compensi nel caso di disaccordo tra le parti, il Ministero potrebbe intervenire per sottrarre la materia alla discrezionalità delle parti coinvolte, fornendo elementi di certezza utili a bilanciare gli interessi dei beneficiari dei diritti connessi e quelli degli utilizzatori, tutelando i contraenti più deboli.

Al riguardo, si ricorda che in sede di autorizzazione dell'intesa volta alla costituzione di SCF, l'Autorità aveva rilevato come le competenze di SCF relative alla negoziazione collettiva dei diritti connessi avrebbero potuto sortire effetti anticoncorrenziali, in quanto aventi per oggetto ed effetto

la fissazione dei compensi. Tali preoccupazioni erano tuttavia fugate, *inter alia*, dalla previsione normativa che riconosceva agli utilizzatori la facoltà di pagare il compenso nella misura legale in assenza di un accordo più conveniente con SCF.

Ciò posto, l'Autorità confida che le suddette osservazioni possano essere utilmente prese in considerazione al fine di consentire lo svolgimento di corrette dinamiche competitive.

IL PRESIDENTE

Antonio Catricalà

(*) La segnalazione AS622 è pubblicata nel Bollettino, n. 40/2009, presente sul sito www.agcm.it [ndr].

PRATICHE COMMERCIALI SCORRETTE

IP107 - EASY DOWNLOAD-ATTIVAZIONE NON RICHIESTA

Provvedimento n. 22205

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 16 marzo 2011;

SENTITO il Relatore Professor Piero Barucci;

VISTO il Titolo III del Decreto Legislativo 6 settembre 2005, n. 206, recante "*Codice del Consumo*", come modificato dal Decreto Legislativo 2 agosto 2007, n. 146 (di seguito, *Codice del Consumo*);

VISTO, in particolare, l'art. 27, comma 12, del Codice del Consumo, in base al quale, in caso di inottemperanza ai provvedimenti di urgenza e a quelli inibitori o di rimozione degli effetti, l'Autorità applica una sanzione amministrativa pecuniaria da 10.000 a 150.000 euro e nei casi di reiterata inottemperanza l'Autorità può disporre la sospensione dell'attività d'impresa per un periodo non superiore a trenta giorni;

VISTA la legge 24 novembre 1981, n. 689;

VISTA la propria delibera n. 21773 del 3 novembre 2010, con la quale l'Autorità ha accertato la scorrettezza delle seguenti pratiche poste in essere dalla società Euro Content Ltd: *a)* della pratica commerciale consistente nell'utilizzo di sofisticati e ingannevoli meccanismi di promozione del sito *internet* www.easy-download.info che ha indotto moltissimi consumatori a ritenere, contrariamente al vero, che la fruizione dei prodotti disponibili *on-line* sul sito della società Euro Content Limited fosse gratuita e, sulla base di tale falso presupposto, attivare inconsapevolmente un contratto di abbonamento a titolo oneroso di durata biennale; *b)* della pratica commerciale della società che, successivamente alla registrazione e trascorso il termine per l'esercizio del recesso, ha inviato ai consumatori numerosi, ravvicinati e minacciosi solleciti di pagamento, con i quali paventava, tra l'altro, l'esercizio di azioni legali per il recupero del credito in mancanza di pagamento spontaneo, prefigurando il rischio di ingenti oneri economici a carico dei consumatori stessi;

VISTA l'ingiunzione, disposta nel provvedimento n. 21773 del 3 novembre 2010, ad Euro Content Ltd di pubblicare un estratto della stessa delibera per trenta giorni consecutivi sul sito *internet* www.easy-download.info sia nella *homepage* del sito, sia nella pagina di registrazione www.easy-download.info/register;

VISTA l'ordinanza del Tribunale Amministrativo Regionale per il Lazio n. 507/2011 depositata in segreteria il 10 febbraio 2011, che ha respinto l'istanza cautelare presentata da Euro Content Ltd per la sospensione dell'esecuzione del provvedimento del 3 novembre 2010, n. 21733, nel procedimento PS6013;

VISTI gli atti del procedimento;

CONSIDERATO quanto segue:

1. Con provvedimento n. 21773 del 3 novembre 2010, l'Autorità ha deliberato, in conformità al parere dell'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, che il sofisticato meccanismo con cui la società Euro Content Ltd ha realizzato la promozione del proprio sito *internet* www.easy-download.info, ha indotto moltissimi consumatori a ritenere, contrariamente al vero, che la fruizione dei software disponibili *on-line* sul sito fosse gratuita (quali *Open Office*, *Opera*, *Adobe Acrobat Reader* e *VLC Media Player*, ecc.) trattandosi, peraltro, di software generalmente disponibili gratuitamente in rete. Sulla base di tale falso presupposto, moltissimi consumatori hanno effettuato la registrazione *online* senza rendersi conto di aver attivato un contratto di abbonamento a titolo oneroso di durata biennale. Sulla base delle risultanze istruttorie l'Autorità ha concluso che tale pratica commerciale fosse scorretta in violazione degli articoli 20 e 21 del Codice del Consumo ed ha condannato la società al pagamento di una sanzione pari a 480.000 € (quattrocentottantamila euro).

2. Inoltre, con il medesimo provvedimento l'Autorità ha accertato, in conformità al parere dell'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, la scorrettezza per aggressività della condotta di Euro Content Ltd, successiva alla registrazione dei consumatori sul sito *internet* www.easy-download.info/register consistente nell'aver inviato, dopo la decorrenza del termine per l'esercizio del diritto di recesso, numerosi e ravvicinati solleciti di pagamento ai consumatori, con i quali li avvertiva, tra l'altro, dell'esercizio di azioni legali per il recupero del credito in mancanza di pagamento spontaneo, prefigurando, in tali ipotesi, ingenti oneri economici a carico degli stessi. Sulla base delle risultanze istruttorie l'Autorità ha concluso che tale pratica commerciale fosse scorretta in violazione degli articoli 24 e 25 del Codice del Consumo ed ha condannato la società al pagamento di una sanzione pari a 480.000 € (quattrocentottantamila euro).

3. L'Autorità oltre a vietare l'ulteriore diffusione delle stesse, ha disposto anche la pubblicazione di un estratto della delibera, a cura e spese della società, per trenta giorni consecutivi entro trenta giorni dall'avvenuta notificazione del provvedimento, sia nella *home page* del sito www.easy-download.info, sia nella pagina di registrazione www.easy-download.info/register con comunicazione all'Autorità della data di pubblicazione e degli *screenshots* delle pagine *web* in cui ha avuto luogo la pubblicazione.

4. Sulla base delle informazioni acquisite d'ufficio dall'Autorità, da ultimo, il 17 febbraio 2011, è emerso che Euro Content Ltd non ha, ad oggi, ancora provveduto alla pubblicazione sul suo sito *internet* dell'estratto della delibera del 3 novembre 2010 come nella stessa indicato, né ha comunicato alcunché all'Autorità.

5. Il citato provvedimento n. 21773, del 3 novembre 2010, risulta comunicato al professionista, anticipato via fax, il 15 novembre 2010 e notificato il 18 novembre 2010.

Pertanto, dalle evidenze agli atti, risulta che il professionista non ha ottemperato al provvedimento di chiusura del procedimento PS6013.

6. Ricorrono, in conclusione, i presupposti per l'avvio del procedimento di inottemperanza previsto dall'art. 27, comma 12, del Codice del Consumo, volto all'irrogazione di una sanzione amministrativa pecuniaria da 10.000 a 150.000 euro.

RITENUTO, pertanto, che i fatti sopra esposti integrino una fattispecie di inottemperanza alla delibera dell'Autorità n. 21773, del 3 novembre 2010, ai sensi dell'art. 27, comma 12, del Codice del Consumo;

DELIBERA

- a) di contestare alla società Euro Content Ltd la violazione di cui all'art. 27, comma 12, del Codice del Consumo, per non aver ottemperato alla delibera dell'Autorità n. 21773, del 3 novembre 2010;
- b) l'avvio del procedimento per eventuale irrogazione della sanzione pecuniaria di cui all'art. 27, comma 12, del Codice del Consumo;
- c) che il responsabile del procedimento è la Dott.ssa Vittoria Tesei;
- d) che può essere presa visione degli atti del procedimento presso la Direzione Energia e Industria della Direzione Generale per la Tutela del Consumatore, dell'Autorità, dai legali rappresentanti della società Euro Content Ltd, ovvero da persone da essa delegate;
- e) che entro il termine di trenta giorni dalla notificazione del presente provvedimento, gli interessati possono far pervenire all'Autorità scritti difensivi e documenti, nonché chiedere di essere sentiti;
- f) che il procedimento deve concludersi entro centoventi giorni dalla data di notificazione del presente provvedimento.

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'articolo 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'articolo 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

IP109 - BAKKER ITALIA*Provvedimento n. 22256*

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 30 marzo 2011;

SENTITO il Relatore Dottor Antonio Pilati;

VISTO il Titolo III del Decreto Legislativo 6 settembre 2005, n. 206, recante “*Codice del Consumo*”, come modificato dal Decreto Legislativo 2 agosto 2007, n. 146 (di seguito, *Codice del Consumo*);

VISTO, in particolare, l'art. 27, comma 12, del Codice del Consumo, in base al quale, in caso di inottemperanza ai provvedimenti di urgenza e a quelli inibitori o di rimozione degli effetti, l'Autorità applica una sanzione amministrativa pecuniaria da 10.000 a 150.000 euro e nei casi di reiterata inottemperanza l'Autorità può disporre la sospensione dell'attività d'impresa per un periodo non superiore a trenta giorni;

VISTA la legge 24 novembre 1981, n. 689;

VISTA la propria delibera n. 21850 del 1° dicembre 2010, con la quale è stata accertata la scorrettezza di tre pratiche commerciali poste in essere, nel periodo 2008-2010, dalla società Bakker Italia S.r.l., tra cui una consistente nel contenuto delle comunicazioni promozionali inviate a mezzo posta a potenziali consumatori (*direct mailing*), facenti riferimento a regali e premi;

VISTI gli atti del procedimento;

CONSIDERATO quanto segue:

1. Con provvedimento n. 21850 del 1° dicembre 2010, l'Autorità ha accertato la scorrettezza di tre pratiche commerciali poste in essere dalla società Bakker Italia S.r.l. (di seguito, Bakker Italia) - società con sede in Villa Guardia (CO), operante nella vendita a distanza, per corrispondenza e via *internet*, di prodotti di giardinaggio (sementi, bulbi, piante, ecc.) - e ne ha vietato l'ulteriore diffusione. Con tale provvedimento è stato inoltre prescritto al professionista di comunicare, entro sessanta giorni dalla notifica del provvedimento stesso, le iniziative assunte a seguito del divieto impartito.

2. La pratica A) di cui al provvedimento citato era relativa al contenuto delle comunicazioni promozionali inviate da Bakker Italia in *direct mailing*, con particolare riferimento alla prospettazione ai destinatari di regali e premi.

3. In particolare, con tale pratica il professionista presentava in modo fuorviante la propria offerta, consistente in prodotti del proprio catalogo il cui ordine era abbinato ad un oggetto di diverso genere ed alla partecipazione ad un concorso a premi.

L'oggetto indicato nelle offerte come “*premio*” o “*regalo*” era in realtà l'elemento di una vendita abbinata, proposta alla generalità dei destinatari del messaggio. Il prospettato premio o regalo, infatti, poteva essere conseguito dal destinatario del messaggio soltanto con l'acquisto di prodotti del catalogo Bakker per un importo minimo, di solito di 15 euro più spese di spedizione. Tale necessità di un ordine di beni del catalogo era riportata in modo marginale nei pieghevoli e poi nel modulo d'ordine.

Anche un ulteriore premio, di maggior valore e di diverso genere, apparentemente riservato al destinatario del messaggio o al più ad una cerchia ristretta di soggetti selezionati, consisteva in realtà nella mera partecipazione ad un concorso a premi - ad estrazione aperta ad un gran numero di consumatori e, pertanto, con remota probabilità di vincita - il cui regolamento era riportato per estratto soltanto su uno dei fogli del *mailing*, a fondo pagina o di lato, con scarsa evidenza grafica. La pratica si configurava pertanto ingannevole con riferimento all'esistenza di uno specifico vantaggio quanto al prezzo, tale da indurre i consumatori ad assumere una decisione di natura commerciale che non avrebbero altrimenti preso, in violazione degli artt. 20, comma 2, 21, comma 1, lettera d), 22, commi 1 e 2, 23, lettera v), e 26, lettera h), del Codice del Consumo,

4. Sulla base della relazione presentata in data 18 febbraio 2011, con cui il professionista ha comunicato le iniziative assunte a seguito del divieto di continuazione delle accertate pratiche scorrette, emerge la reiterazione della citata pratica commerciale.

5. In particolare, nel *mailing* diffuso nel febbraio 2011 persistono vari tratti caratterizzanti la pratica scorretta accertata con il provvedimento del 1° dicembre 2010.

Sono ancora presenti, invero:

- espressioni che prospettano la straordinarietà della situazione in cui si trova il destinatario della comunicazione, presentando in modo non propriamente corretto quella che è in realtà la mera partecipazione ad un concorso. Se, infatti, appare chiarito che il destinatario non ha già conseguito tali beni, ma partecipa semplicemente ad un concorso a premi, il complesso degli elementi della comunicazione lascia ancora intendere al destinatario che egli faccia parte di una cerchia ristretta di soggetti selezionati, laddove la partecipazione al concorso è in realtà aperta a tutti i numerosi destinatari del *mailing*;

- espressioni che presentano come “regali” particolarmente interessanti, che sarebbero attribuiti “gratis” al destinatario, quella che invece è una vendita abbinata, aperta a tutti i consumatori, condizionata ad un ordine avente un determinato valore minimo. In particolare, il collegamento tra i “regali” e l'acquisto di beni del catalogo Bakker viene riportato in modo poco chiaro e con caratteri ridotti nelle pagine del *mailing* diverse da quella recante il modulo d'ordine.

6. La pratica commerciale, pertanto, presenta alcuni dei profili di scorrettezza già accertati con il citato provvedimento n. 21850 del 1° dicembre 2010.

7. Tale provvedimento è stato notificato al professionista in data 21 dicembre 2010 e dalle evidenze documentali risulta che la pratica ritenuta scorretta è stata nuovamente diffusa successivamente a tale data.

8. Ricorrono, in conclusione, i presupposti per l'avvio del procedimento previsto dall'art. 27, comma 12, del Codice del Consumo, volto all'irrogazione di una sanzione amministrativa pecuniaria da 10.000 a 150.000 euro.

RITENUTO, pertanto, che i fatti accertati integrano una fattispecie di inottemperanza al punto a) della delibera dell'Autorità n. 21850 del 1° dicembre 2010, ai sensi dell'art. 27, comma 12, del Codice del Consumo;

DELIBERA

- a) di contestare alla società Bakker Italia S.r.l. la violazione di cui all'art. 27, comma 12, del Codice del Consumo, per non aver ottemperato al punto a) della delibera dell'Autorità n. 21850 del 1° dicembre 2010;
- b) l'avvio del procedimento per eventuale irrogazione della sanzione pecuniaria di cui all'art. 27, comma 12, del Codice del Consumo;
- c) che il responsabile del procedimento è il dott. Ferdinando Morgoglione;
- d) che può essere presa visione degli atti del procedimento presso la Direzione Agroalimentari e Trasporti, della Direzione Generale per la Tutela del Consumatore, dell'Autorità, dai legali rappresentanti della Bakker Italia S.r.l., ovvero da persone da essa delegate;
- e) che entro il termine di trenta giorni dalla notificazione del presente provvedimento, la società Bakker Italia S.r.l. può far pervenire all'Autorità scritti difensivi e documenti, nonché chiedere di essere sentita;
- f) che il procedimento deve concludersi entro centoventi giorni dalla data di notificazione del presente provvedimento.

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

*Autorità garante
della concorrenza e del mercato*

Bollettino Settimanale
Anno XXI- N. 13 - 2011

Coordinamento redazionale

Giulia Antenucci

Redazione

Elisabetta Allegra, Sandro Cini, Valerio Ruocco,
Simonetta Schettini
Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato
Direzione Statistica e Ispezioni Informatiche
Piazza Giuseppe Verdi, 6/a - 00198 Roma
Tel.: 06-858211 Fax: 06-85821256

Web: <http://www.agcm.it>

Realizzazione grafica

Area Strategic Design
