



AUTORITÀ GARANTE
DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

Bollettino

Settimanale

Anno XXI - n. 32

Pubblicato sul sito *www.agcm.it*
il 29 agosto 2011

SOMMARIO

OPERAZIONI DI CONCENTRAZIONE	5
C11182 - CONAD DEL TIRRENO/LA COSTA	
<i>Provvedimento n. 22681</i>	5
C11115 - MONRADIO/RAMO DI AZIENDA DI RADIO PADANIA	
<i>Provvedimento n. 22684</i>	8
C11120 - BT ITALIA/BT ENÌA TELECOMUNICAZIONI	
<i>Provvedimento n. 22685</i>	12
C11139 - ALLIED WORLD ASSURANCE COMPANY HOLDINGS/TRANSATLANTIC HOLDINGS	
<i>Provvedimento n. 22686</i>	17
C11155 - RBS ASSET MANAGEMENT-PERSONE FISICHE/THE GADA GROUP	
<i>Provvedimento n. 22687</i>	20
C11158 - TELEFONAKTIEBOLAGET LM ERICSSON/TELCORDIA TECHNOLOGIES	
<i>Provvedimento n. 22688</i>	24
C11159 - LAN AIRLINES-TEP CHILE/TAM	
<i>Provvedimento n. 22689</i>	28
C11160 - ENEL GREEN POWER/AGATOS GREEN POWER TRINO	
<i>Provvedimento n. 22690</i>	33
C11162 - MUNCHENER RUCKVERSICHERUNGS-GESELLSCHAFT /FOTOWATIO GALATINA-FOTOUNO	
<i>Provvedimento n. 22691</i>	36
C11164 - ORACLE/PILLAR DATA SYSTEMS	
<i>Provvedimento n. 22692</i>	39
C11165 - KUWAIT PETROLEUM ITALIA/ IMPIANTO PER LA DISTRIBUZIONE DI SELENE	
<i>Provvedimento n. 22693</i>	42
C11166 - AXA INFRASTRUCTURE HOLDING-TRE/TRE SOLAR-TG MASSERIA GIORGINI-TG INSITE	
<i>Provvedimento n. 22694</i>	44
C11168 - GRUPPO STABILA STABILIMENTI ITALIANI LATERIZI-VELA/IMPRESA COMUNE	
<i>Provvedimento n. 22695</i>	48
C11169 - IMPRESA/BTP INFRASTRUTTURE	
<i>Provvedimento n. 22696</i>	55
C11170 - COOP ADRIATICA/SEI RAMI DI AZIENDA DI ALBREA	
<i>Provvedimento n. 22697</i>	59
C11171 - COOP ADRIATICA/RAMO DI AZIENDA DI BODAL	
<i>Provvedimento n. 22698</i>	63
C11172 - AUTOGRILL/RAMO DI AZIENDA DI ESSEDIEMME	
<i>Provvedimento n. 22699</i>	67
C11173 - ABB/PGC POWERGEN CONSULTING	
<i>Provvedimento n. 22700</i>	70
C11174 - ROBERT BOSCH/INUBIT	
<i>Provvedimento n. 22701</i>	73
C11175 - PHILIPS/POVOS ELECTRIC APPLIANCE (SHANGHAI) CO.	
<i>Provvedimento n. 22702</i>	77
C11176 - KUWAIT PETROLEUM ITALIA/RAMO DI AZIENDA DI GESIM	
<i>Provvedimento n. 22703</i>	82

C11177 - CAPITOLODIECI/VIABIZZUNO	
<i>Provvedimento n. 22704</i>	84
C11178 - MEDIAMARKET/RAMO DI AZIENDA DI SINISCALCHI CENTRO	
<i>Provvedimento n. 22705</i>	88
C11179 - FINANCIÈRE MOLIÈRE-L CAPITAL MANAGEMENT/GROUPE TWC	
<i>Provvedimento n. 22706</i>	91
C11180 - EUROSPIN PUGLIA/RAMO DI AZIENDA DI LIDL ITALIA	
<i>Provvedimento n. 22707</i>	95
C11181 - THYSSENKRUPP POLYSIUS/VECOPLAN	
<i>Provvedimento n. 22708</i>	98
ATTIVITA' DI SEGNALAZIONE E CONSULTIVA	101
AS864 - DISEGNO DI LEGGE AS N. 2887 DI CONVERSIONE DEL DECRETO LEGGE 13 AGOSTO 2011, N. 138, RECANTE "ULTERIORI MISURE URGENTI PER LA STABILIZZAZIONE FINANZIARIA E LO SVILUPPO"	101
PRATICHE COMMERCIALI SCORRETTE	108
PS7444 - ITALIA-PROGRAMMI.NET-ABBONAMENTO PER SOFTWARE	
<i>Provvedimento n. 22709</i>	108

OPERAZIONI DI CONCENTRAZIONE

C11182 - CONAD DEL TIRRENO/LA COSTA

Provvedimento n. 22681

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 4 agosto 2011;

SENTITO il Relatore Professore Carla Bedogni Rabitti;

VISTA la legge 10 ottobre 1990, n. 287;

VISTA la comunicazione della società CONAD DEL TIRRENO S.C., pervenuta in data 25 luglio 2011;

CONSIDERATO quanto segue:

I. LE PARTI

CONAD DEL TIRRENO SOCIETÀ COOPERATIVA (di seguito, Conad del Tirreno), con sede legale a Pistoia, è una cooperativa di dettaglianti che opera, anche mediante le sue controllate, nel settore della distribuzione moderna di prodotti alimentari e non alimentari di largo consumo.

Conad del Tirreno aderisce al Consorzio Nazionale Dettaglianti CONAD, il quale svolge, a livello nazionale, alcune funzioni commerciali e di *marketing* per i propri soci.

Conad del Tirreno detiene, attraverso la controllata Futura S.r.l., una partecipazione azionaria nel capitale sociale della società La Costa S.r.l. (di seguito, La Costa) pari al 24%.

Nel 2010 il fatturato consolidato realizzato in Italia da Conad del Tirreno è stato di circa 1,9 miliardi di euro.

La Costa è una società con sede legale a Seravezza (LU), che svolge attività di commercio al dettaglio di generi alimentari e non alimentari, tramite un punto vendita localizzato a Seravezza, ad insegna *Conad City*, con superficie di vendita autorizzata pari a 390 m².

Nel 2010 il fatturato realizzato in Italia da La Costa è stato di circa 2,6 milioni di euro.

II. DESCRIZIONE DELL'OPERAZIONE

L'operazione in esame consiste nell'acquisizione, da parte di Conad del Tirreno, del 76% del capitale sociale di La Costa. In virtù della quota che essa già deteneva in La Costa, per il tramite della propria controllata Futura S.r.l., Conad del Tirreno acquisirà il controllo esclusivo di tale società.

III. QUALIFICAZIONE DELL'OPERAZIONE

L'operazione comunicata, in quanto comporta l'acquisizione del controllo 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 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 tra di loro per dimensione, ampiezza (numero di prodotti) e profondità (numero di referenze per ogni prodotto) degli assortimenti, caratteristiche espositive, posizionamento di prezzo, presenza di banchi per i prodotti freschi, disponibilità di parcheggi e ulteriori servizi resi al consumatore. 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 riguarda l'acquisizione di una società che gestisce un punto vendita avente superficie di 390 m², il mercato rilevante è quello delle *superette*, composto dai punti vendita della distribuzione moderna aventi una superficie inferiore a 1.500 m².

Il mercato geografico

Da un punto di vista geografico, il mercato ha una 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 del mercato 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. 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 Lucca, in cui è localizzato il punto vendita della società oggetto di acquisizione.

Effetti dell'operazione

Nel mercato delle *superette* della provincia di Lucca, CONAD detiene una quota di circa il 29%², che comprende quella attribuibile al punto vendita della società oggetto di acquisizione, già operante con insegna *Conad city*.

Nel mercato rilevante operano vari concorrenti qualificati, tra i quali Coop Italia e Rewe con quote pari, rispettivamente, a circa il 14% e il 12%.

Per quanto precede, l'operazione comunicata non altera le condizioni concorrenziali nel mercato interessato.

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

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

² Elaborazione su dati Nielsen aggiornati al gennaio 2011.

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

C11115 - MONRADIO/RAMO DI AZIENDA DI RADIO PADANIA

Provvedimento n. 22684

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 4 agosto 2011;

SENTITO il Relatore Professore Carla Bedogni Rabitti;

VISTA la legge 10 ottobre 1990, n. 287;

VISTO l'atto della società MONRADIO S.r.l., pervenuto in data 23 giugno 2011;

VISTA la richiesta di parere all'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, inviata in data 8 luglio 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 27 luglio 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

MONRADIO S.r.l. (di seguito, Monradio) è la società titolare della concessione per l'esercizio dell'attività radiofonica commerciale a livello nazionale attraverso l'emittente "Radio 101". Monradio è interamente controllata dalla società Arnoldo Mondadori Editore S.p.A. (di seguito, AME), attiva nei diversi mercati dell'editoria e dell'informazione. Il capitale sociale di AME è detenuto per il 50,14% dalla società Fininvest Finanziaria d'Investimento S.p.A.

Il fatturato consolidato realizzato da AME nel 2010, quasi interamente in Italia, è stato di circa 1,5 miliardi di euro, mentre nello stesso anno, Monradio ha registrato un fatturato di circa 15,5 milioni di euro, realizzato esclusivamente in Italia.

RADIO PADANIA Soc. Coop. (di seguito, Radio Padania) è una società titolare della concessione per l'esercizio dell'attività radiofonica a carattere comunitario a livello nazionale.

Nel 2010, Radio Padania ha realizzato un fatturato di circa 222.000 euro, interamente in Italia.

II. DESCRIZIONE DELL'OPERAZIONE

L'operazione in esame si sostanzia nell'acquisizione, da parte di Monradio, di un ramo di azienda, di proprietà di Radio Padania, costituito da n. 10 impianti di radiodiffusione, e nella contestuale cessione, da parte di Monradio a Radio Padania, di un ramo di azienda costituito da diversi impianti di radiodiffusione.

Gli impianti oggetto di acquisizione sono i seguenti:

- impianto di radiodiffusione sonora ubicato in località Fornesca, nel comune di Borrello, provincia di Chieti, operante sulla frequenza 107,400 MHz;
- impianto di radiodiffusione sonora ubicato in località Monte Calvarina, nel comune di Chiampo, provincia di Vicenza, operante sulla frequenza 104,400 MHz;
- impianto di radiodiffusione sonora ubicato nel comune di Courgné, provincia di Torino, operante sulla frequenza 87,600 MHz;
- impianto di radiodiffusione sonora ubicato in località Colle Croce, nel comune di Palombara, provincia di Chieti, operante sulla frequenza 87,500 MHz;
- impianto di radiodiffusione sonora ubicato in località Caprazoppa, nel comune di Finale Ligure, provincia di Savona, operante sulla frequenza 105,300 MHz;

- ~ impianto di radiodiffusione sonora ubicato in località Monte Cervaro, nel comune di Colli a Volturno, provincia di Isernia, operante sulla frequenza 107,100 MHz;
- ~ impianto di radiodiffusione sonora ubicato in località Monte Turru, nel comune di Germagnano, provincia di Torino, operante sulla frequenza 87,700 MHz;
- ~ impianto di radiodiffusione sonora ubicato in località Pierremenaud, nel comune di Oulx, provincia di Torino, operante sulla frequenza 88,400 MHz;
- ~ impianto di radiodiffusione sonora ubicato in località Minniminni, nel comune di Villasimius, provincia di Cagliari, operante sulla frequenza 106,700 MHz;
- ~ impianto di radiodiffusione sonora ubicato in località Monte Maniva, nel comune di Collio, provincia di Brescia, operante sulla frequenza 94,500 MHz.

L'impianto oggetto di cessione, da parte di Monradio, invece è un impianto di radiodiffusione sonora sito in località Chiampono, comune di Muggia, provincia di Trieste, operante sulla frequenza 94,300 MHz.

Attraverso l'operazione in esame Monradio intende consolidare la propria posizione sul mercato della radiofonia nazionale, migliorando la diffusione del proprio segnale sull'intero territorio nazionale.

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 DELL'OPERAZIONE

a) I mercati rilevanti

Ai fini della valutazione dell'operazione in esame, i mercati interessati sono:

1. il mercato della raccolta pubblicitaria su mezzo radiofonico;
2. il mercato delle infrastrutture per la trasmissione via etere del segnale radiofonico.

L'estensione geografica dei mercati su cui avrà effetto la concentrazione è nazionale, in considerazione dei diversi regimi normativi nazionali che disciplinano le attività in questione, della copertura delle infrastrutture di rete impiegate, nonché, con particolare riferimento al mercato della raccolta pubblicitaria, dell'insieme degli ascoltatori che possono essere raggiunti, considerata la natura di *network* nazionale della società acquirente.

b) Gli effetti dell'operazione oggetto di valutazione

L'operazione in esame non appare idonea a produrre effetti anticoncorrenziali nei mercati rilevanti. Ciò in considerazione di alcuni elementi connessi alla posizione detenuta dalle Parti, nonché alla struttura degli stessi mercati.

In primo luogo, si rileva che Monradio è presente nel mercato della raccolta pubblicitaria su mezzo radiofonico con una quota pari a [1-5%]¹ nel 2010. Gli impianti oggetto di acquisizione saranno destinati a migliorare la diffusione del segnale radiofonico di Monradio.

Radio Padania possiede nel mercato della raccolta pubblicitaria su mezzo radiofonico una quota di mercato marginale. Inoltre, tale mercato è caratterizzato da un assetto piuttosto concorrenziale, in considerazione della presenza di numerosi e qualificati soggetti che operano con posizioni di rilievo nei diversi mercati che compongono la filiera del settore pubblicitario. In tale mercato, infatti, sono presenti operatori quali RAI-Sipra, Finelco, Gruppo Espresso – A. Manzoni & C., RTL e RDS. Per quanto riguarda il mercato delle infrastrutture per la trasmissione via etere del segnale radiofonico, la percentuale di copertura della popolazione resterà immutata e pari a circa il 91%, mentre il numero totale degli impianti e delle relative frequenze di proprietà della società sarà pari a 444.

L'operazione in esame non determinerà dunque effetti apprezzabili sul grado di copertura raggiunto da Monradio e, pertanto, non appare suscettibile di modificare gli assetti concorrenziali del mercato suddetto.

Alla luce della posizione detenuta dalle Parti, nonché della struttura concorrenziale dei mercati rilevanti, la presente operazione non appare idonea a determinare la costituzione o il rafforzamento di una posizione dominante nei mercati della raccolta pubblicitaria su mezzo radiofonico e delle infrastrutture per la trasmissione via etere del segnale radiofonico.

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

Con atto pervenuto in data 27 luglio 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 appare suscettibile di determinare la costituzione o il rafforzamento di una posizione dominante sul mercato rilevante, 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.

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

IL SEGRETARIO GENERALE

Luigi Fiorentino

IL PRESIDENTE

Antonio Catricalà

C11120 - BT ITALIA/BT ENÌA TELECOMUNICAZIONI

Provvedimento n. 22685

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 4 agosto 2011;

SENTITO il Relatore Professor Piero Barucci;

VISTA la legge 10 ottobre 1990, n. 287;

VISTO l'atto della società BT Italia S.p.A., pervenuto in data 24 giugno 2011;

VISTA la richiesta di parere all'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, inviata in data 8 luglio 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 27 luglio 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

BT ITALIA S.p.A. (di seguito, BT Italia) è una società di telecomunicazioni che fornisce servizi di trasmissione di dati, voce, Internet e *Information Technology* a livello nazionale e internazionale a tutto il segmento Business. BT è controllata dal gruppo British Telecommunications al cui vertice si trova BT Group plc (di seguito, BT Group). Il gruppo BT opera a livello comunitario e mondiale nel settore delle comunicazioni.

Nel corso del 2010 il fatturato realizzato da BT Group a livello mondiale è stato pari a circa 23 miliardi di euro, di cui circa [20-30]¹ miliardi di euro per vendite nell'Unione Europea e circa [700-1.000] milioni di euro per vendite in Italia.

BT Enia Telecomunicazioni S.p.A. (di seguito, BT Enia), già Albacom.AMPS Telecomunicazioni S.p.A, fornisce servizi di telecomunicazione nelle province di Parma, Piacenza e Reggio Emilia. I servizi forniti comprendono principalmente trasmissione dati, voce, immagini, *outsourcing* e telefonia mobile. Il capitale sociale di BT Enia è detenuto per il 59,54% da BT Italia e per il restante 40,46% da Iren Emilia S.p.A (di seguito, Iren Emilia), società che ne esercitano il controllo congiunto.

Nel corso del 2010, il fatturato di BT Enia, realizzato interamente in Italia, è stato pari a [10-47] milioni di euro.

II. DESCRIZIONE DELLA OPERAZIONE

L'operazione in esame prevede l'acquisizione da parte di BT Italia del 28,45% del capitale sociale di Enia, a seguito dell'esercizio dell'opzione di vendita che Iren Emilia vantava nei confronti di BT Italia in base a quanto previsto nel patto parasociale sottoscritto dalle Parti nell'aprile 2008. Inoltre, BT Italia e Iren Emilia hanno stabilito di rinnovare e modificare parzialmente i patti parasociali concernenti BT Enia, cosicché le decisioni riguardanti la gestione di BT Enia saranno principalmente ascrivibili a BT Italia.

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

Inoltre, i patti parasociali intercorrenti tra le Parti prevedono che, fatta eccezione per alcuni clienti, e per le vendite passive, BT Italia e Iren Emilia si impegnano a non esercitare alcuna attività in concorrenza con BT Enia nelle province di Reggio Emilia, Parma e Piacenza.

III. QUALIFICAZIONE DELLA CONCENTRAZIONE

L'operazione comunicata, in quanto comporta il passaggio da controllo congiunto a 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 stessa legge, in quanto il fatturato totale realizzato nell'ultimo esercizio a livello nazionale dall'insieme delle imprese interessate è superiore a 472 milioni di euro.

Il patto di non concorrenza sopra descritto costituisce una restrizione accessoria all'operazione, in quanto strettamente funzionale alla salvaguardia del valore dell'azienda acquisita, a condizione che abbia un oggetto limitato agli ambiti merceologici e geografici in cui l'impresa acquisita ha finora svolto la propria attività e, non ravvisandosi trasferimento di *know how*, durata circoscritta ad un periodo di due anni, nonché a condizione che non sia impedito al venditore di acquistare o detenere azioni a soli fini di investimento finanziario².

IV. VALUTAZIONE DELLA CONCENTRAZIONE

I mercati interessati dalla presente concentrazione sono: i) il mercato dei servizi di telefonia vocale su rete fissa destinati alla clientela non-residenziale; ii) il mercato dei servizi di trasmissione dati; iii) il mercato dei servizi di accesso ad Internet a banda larga; iv) il mercato dei servizi *IT* di rete; v) il mercato dei servizi Internet a valore aggiunto.

I mercati summenzionati hanno tutti una dimensione nazionale, in considerazione della localizzazione geografica degli operatori che offrono e fruiscono di tali servizi e della sostanziale omogeneità delle condizioni di concorrenza sul territorio nazionale.

I servizi di fonia vocale su rete fissa includono differenti categorie di chiamate telefoniche corrispondenti a diverse direttrici di traffico: locale, nazionale, internazionale e verso terminali mobili. In relazione alla tipologia di clientela (residenziale e affari) e a ciascuna direttrice di traffico (locale, nazionale, internazionale e fisso-mobile) potrebbe essere possibile identificare mercati del prodotto distinti, in quanto i servizi offerti rispondono a specifiche esigenze della domanda.

Per quanto concerne la tipologia di clientela, sebbene da un punto di vista strettamente funzionale i servizi alla clientela residenziale siano analoghi a quelli offerti alla clientela business, le esigenze complessive in termini di qualità del servizio e assistenza differiscono sostanzialmente passando dall'una all'altra tipologia. Inoltre, la clientela residenziale concentra la maggior parte del proprio traffico nelle ore serali (fascia *off-peak*), mentre quella business prevalentemente nelle ore di ufficio (fascia *peak*). In ragione delle suddette caratteristiche, gli operatori tendono a differenziare le proprie offerte alle due tipologie di clientela attraverso specifiche politiche commerciali e di marketing e pertanto, ai fini della valutazione della presente operazione, si ritiene opportuno considerare unicamente il mercato dei servizi di fonia vocale rivolti alla clientela *business* ove sono attive le imprese interessate.

Su tale mercato, nel 2010, BT Italia deteneva una quota di mercato di circa il [10-15%], mentre la quota di Enia è inferiore all'1%.

I servizi di trasmissione dati (noti anche come *Managed Data Network Services*, MDNS) sono servizi di telecomunicazione non vocali, diretti alle aziende, basati sull'utilizzo di varie modalità trasmissive (tra cui linee affittate, IP-VPN, Ethernet WAN e tecnologie *legacy packet*). La domanda di tali servizi è connessa all'esigenza delle aziende di collegare la propria sede centrale alle sedi periferiche e di gestire telematicamente le comunicazioni con soggetti esterni. Si precisa che, a differenza dei servizi di accesso a Internet, la fornitura dei servizi in esame ad utenti che utilizzano protocolli diversi da Internet, non consente il collegamento permanente e illimitato all'intera comunità degli utenti Internet.

BT Italia deteneva nel 2010 su tale mercato una quota del [10-15%], mentre Enia deteneva sullo stesso mercato una quota inferiore all'1%.

I servizi di accesso ad internet a banda larga consentono agli utenti finali di ricevere dati con una capacità relativamente elevata, indipendentemente dal mezzo trasmissivo utilizzato (rame, fibra ottica o *wireless* fisse). Tale mercato comprende sia i servizi forniti ad utenti residenziali sia i servizi forniti ad utenti non residenziali. Sotto il profilo tecnico, un accesso a banda larga supporta i medesimi servizi e contenuti fruibili con un accesso a banda stretta (c.d. accesso commutato o *dial-up*) ma con una velocità maggiore³, nonché consente di usufruire di alcuni servizi e contenuti di tipo video e audio che non sono accessibili mediante tecnologie di accesso commutato. Inoltre, le tecnologie di accesso a banda larga consentono notevoli risparmi di tempo sia nella fase di attivazione e della connessione (pressoché immediata), sia nella fase di trasmissione dati. Pertanto, sotto il profilo della domanda, un accesso a banda larga differisce sostanzialmente da un accesso a banda stretta, sia in termini di caratteristiche tecnico/qualitative che di applicazioni offerte all'utenza finale.

BT Italia deteneva nel 2010 su tale mercato una quota del [5-10%], mentre Enia deteneva sullo stesso mercato una quota inferiore all'1%.

Si rileva, inoltre, come nei mercati sopra descritti operino numerosi e qualificati concorrenti quali Telecom Italia, Fastweb e Wind.

Il mercato dei servizi IT di rete comprende quanto necessario a fornire in *outsourcing* servizi di *information technology* di rete a clienti *corporate* e include altresì supporto a livello di prodotti e servizi professionali, consulenza, sviluppo e integrazione, manutenzione di *hardware*, IT management e supporto *software* per LAN e WAN. In virtù delle modalità di fornitura di questi prodotti ed alle sue somiglianze con il più ampio mercato dei servizi IT in *outsourcing*, si può ritenere che questo mercato costituisca un mercato autonomo ed accessorio rispetto a quelli della fornitura dei servizi di telefonia e trasmissione dati sopra citati.

BT Italia deteneva nel 2010 su tale mercato una quota del [1-5%], mentre Enia deteneva sullo stesso mercato una quota inferiore all'1%.

Il mercato dei servizi Internet a valore aggiunto comprende servizi ad abbonamento insieme a servizi di c.d. Web Hosting, Web Housing ed altri servizi IP a valore aggiunto (inclusi CDN/Caching). In particolare, il Web Hosting si riferisce generalmente ad un servizio completo che dà all'utente la possibilità di gestire ed avere da remoto una presenza su Internet o altre reti con la relativa assistenza e servizi di consulenza. Il Web Housing comprende invece un servizio

² Cfr. Comunicazione sulle restrizioni direttamente connesse e necessarie alle operazioni di concentrazione 2005/C 56/03, pubblicata in GUCE del 5 marzo 2005 C56/24.

³ Secondo gli orientamenti della Commissione si considerano "servizi di accesso ad Internet a banda larga" i servizi di accesso ad Internet che consentono una capacità digitale in entrata per gli utenti finali superiore a 128Kbit/s.

che si limita a fornire ai clienti gli strumenti necessari per mantenere la loro presenza su Internet o comunque su rete.

BT Italia deteneva nel 2010 su tale mercato una quota del [1-5%], mentre Enia deteneva sullo stesso mercato una quota inferiore all'1%.

Si rileva, inoltre, come nei due mercati da ultimo descritti siano attivi numerosi qualificati concorrenti, quali Telecom Italia e IBM.

Considerato che l'operazione si configura come un mero passaggio da controllo congiunto a controllo esclusivo e che i mercati in cui operano le imprese interessate sono caratterizzati dalla presenza di numerosi e qualificati operatori concorrenti, la presente operazione non appare idonea a modificare l'assetto concorrenziale dei mercati in questione.

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

Con atto pervenuto in data 27 luglio 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, 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;

RITENUTO, altresì, che il patto di non concorrenza intercorso tra le Parti è accessorio alla presente operazione nei soli limiti sopra descritti e che l'Autorità si riserva di valutare, laddove ne sussistano i presupposti, il suddetto patto che si realizzi oltre i limiti ivi indicati;

DELIBERA

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

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

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

IL SEGRETARIO GENERALE
Luigi Fiorentino

IL PRESIDENTE
Antonio Catricalà

C11139 - ALLIED WORLD ASSURANCE COMPANY HOLDINGS/TRANSATLANTIC HOLDINGS*Provvedimento n. 22686*

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 4 agosto 2011;

SENTITO il Relatore Dottor Antonio Pilati;

VISTA la legge 10 ottobre 1990, n. 287;

VISTA la legge 28 dicembre 2005, n. 262;

VISTA la comunicazione di Allied World Assurance Company Holdings, AG, pervenuta in data 1° luglio 2011;

VISTO il parere ISVAP pervenuto, a seguito di richiesta ai sensi dell'art. 20 comma 4 della legge n. 287/90, in data 27 luglio 2011;

CONSIDERATO quanto segue:

I. LE PARTI

Allied World Assurance Company Holdings, AG (di seguito, anche "Allied") è la *holding* dell'omonimo gruppo, principalmente attivo nella prestazione di servizi di assicurazione e riassicurazione.

Nel 2010 il fatturato complessivo realizzato da Allied, da considerarsi ai sensi dell'articolo 16, commi 1 e 2, della legge n. 287/90, è stato pari a circa [1-2]¹ miliardi di euro, di cui circa [1-10] milioni di euro realizzati in Italia.

Transatlantic Holdings, Inc. (di seguito, anche "Transatlantic") è la *holding* dell'omonimo gruppo, principalmente attivo nella prestazione di servizi di riassicurazione.

Nel 2010, il fatturato complessivo realizzato da Transatlantic, da considerarsi ai sensi dell'articolo 16, commi 1 e 2, della legge n. 287/90, è stato pari a circa [2-3] miliardi di euro, di cui circa [47-100] milioni di euro realizzati in Italia.

DESCRIZIONE DELL'OPERAZIONE

L'operazione in esame prevede l'acquisizione, da parte di Allied, della totalità delle azioni con diritto di voto in Transatlantic e, di conseguenza, del controllo esclusivo della stessa società.

QUALIFICAZIONE DELL'OPERAZIONE

L'operazione comunicata, in quanto comporta l'acquisizione del controllo di un'impresa, costituisce una concentrazione ai sensi dell'art. 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'art. 16, commi 1 e 2, della medesima legge, in quanto i fatturati totali realizzati nell'ultimo esercizio a livello nazionale dall'insieme delle imprese interessate sono stati superiori a 472 milioni di euro.

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

IL PARERE DELL'ISVAP

L'ISVAP, con parere pervenuto in data 27 luglio 2011, non ha evidenziato nell'operazione la sussistenza di elementi idonei ad alterare l'assetto concorrenziale preesistente.

VALUTAZIONE DELLA CONCENTRAZIONE

L'operazione in esame interessa il settore della riassicurazione. L'attività riassicurativa può essere definita come assicurazione di secondo grado, nel senso che la domanda è costituita da imprese di assicurazione, le quali domandano servizi riassicurativi per ridurre il rischio connesso all'assunzione diretta di polizze; mentre l'offerta è rappresentata da imprese specializzate o compagnie di assicurazione diretta autorizzate anche all'attività riassicurativa, le quali si impegnano a rimborsare all'assicuratore diretto parte delle somme pagate in relazione al verificarsi di sinistri per i rischi riassicurati.

Dal punto di vista del prodotto il mercato può essere individuato, come da precedenti dell'Autorità, nella riassicurazione vita e danni, sebbene non si possa escludere una distinzione per rami². La dimensione geografica del mercato rilevante può essere considerata nazionale in considerazione delle caratteristiche della domanda, sebbene il contesto concorrenziale, dal lato dell'offerta, stia assumendo dimensioni anche maggiori. Nel caso in esame, tuttavia, la delimitazione del mercato rilevante, sia merceologica che geografica, può essere lasciata aperta non mutando le considerazioni circa gli effetti concorrenziali dell'operazione.

Infatti, Transatlantic detiene una quota di mercato inferiore al 1-5% e Allied una quota di mercato inferiore all'1%, sia a livello nazionale che sovranazionale e per entrambi i rami coinvolti vita e danni.

Pertanto, in considerazione delle ridotte quote di mercato delle parti, l'operazione di concentrazione in esame non appare idonea ad alterare in misura significativa le condizioni concorrenziali esistenti nel mercato della riassicurazione.

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

DELIBERA

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

Le conclusioni di cui sopra saranno comunicate, ai sensi dell'articolo 16, comma 4, della legge n. 287/90, alle imprese interessate ed 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

² Cfr. provv. n. 5818 del 26 marzo 1998, C3011 - *Munchener Ruck Italia/Reale Riassicurazioni*, in Boll, n 13/98.

C11155 - RBS ASSET MANAGEMENT-PERSONE FISICHE/THE GADA GROUP*Provvedimento n. 22687*

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 4 agosto 2011;

SENTITO il Relatore Dottor Antonio Pilati;

VISTA la legge 10 ottobre 1990, n. 287;

VISTA la comunicazione della società RBS Asset Management Limited, pervenuta in data 13 luglio 2011;

CONSIDERATO quanto segue:

I. LE PARTI

RBS Asset Management Limited (di seguito, RBSAM) è una società a responsabilità limitata di diritto inglese - autorizzata e regolata dalla *Financial Services Authority*, con sede nel Regno Unito - gestore di RBS Special Opportunities Fund¹ (di seguito, RBS Sof), un fondo di *private equity*² che effettua investimenti nel Regno Unito, in altri Stati europei e nel Nord America.

RBSAM è parte del gruppo The Royal Bank of Scotland Group (di seguito, RBS), attivo in Italia prevalentemente nel settore dei servizi bancari e finanziari, in particolare, attraverso l'offerta di servizi di *corporate banking*, *investment banking* e di investimento.

RBS, nel 2010, ha realizzato a livello mondiale un fatturato pari a circa 51 miliardi di euro, di cui [30-40]³ miliardi di euro nell'Unione Europea e [447-700] milioni di euro in Italia.

GADA Group (di seguito, GADA) è una società di diritto inglese, con sede legale nel Regno Unito, *holding* di un gruppo di società attivo nella distribuzione di prodotti medici e nella fornitura di servizi sanitari specialistici a strutture ospedaliere e private in Italia, Romania e Turchia.

GADA è attualmente controllata congiuntamente da due persone fisiche, di cui una detiene, attraverso le Società Cormed S.r.l. e Biocor S.r.l. in liquidazione, il 44,95% del capitale sociale, e l'altra, attraverso la società Gamma International S.r.l., il 38,18%.

Il fatturato conseguito da GADA, a livello complessivo, nel corso del 2010, è stato di circa 76 milioni di euro, di cui circa [47-100] milioni di euro nell'Unione europea e [47-100] milioni di euro.

II. DESCRIZIONE DELL'OPERAZIONE

L'operazione in esame consiste nell'acquisizione del controllo congiunto di GADA da parte di RBS, tramite RBS Sof, e di due persone fisiche che, una volta conclusa l'operazione, deterranno, rispettivamente, il 25%, il 33,7% e il 28,6% del capitale con diritti di voto⁴.

¹ Il patrimonio di RBS SOF è detenuto dal suo nominee, RB Investments 1 Limited, usato quale veicolo societario nelle presente operazione di concentrazione.

² Esso è composto dalle seguenti cinque partnership: RBS Special Opportunities Fund C LP, RBS Special Opportunities Fund D LP e RBS Special Opportunities Fund Employee LP.

³ Nella presente versione alcuni dati sono omessi, in quanto si sono ritenuti sussistenti elementi di riservatezza o di segretezza delle informazioni.

⁴ Il restante 12,5% sarà detenuto da altri due membri del management di GADA Group.

III. QUALIFICAZIONE DELL'OPERAZIONE

L'operazione comunicata, in quanto comporta l'acquisizione del controllo 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, 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

IV.a) I mercati del prodotto

Il settore interessato dalla concentrazione in esame è quello della commercializzazione di dispositivi medici e della fornitura di servizi sanitari specialistici a strutture ospedaliere pubbliche e private.

Avendo riguardo all'attività svolta dalla società oggetto di acquisizione, i mercati direttamente interessati dall'operazione in oggetto sono quelli relativi ad alcuni dispositivi medici utilizzati per la cura di specifiche malattie.

i) Dispositivi cardiovascolari

Si tratta di dispositivi monouso e apparecchiature per curare, mediante terapie minimamente invasive, le patologie cardiovascolari. Tra di essi si annoverano:

- a) i dispositivi monouso ed apparecchiature per la cardiologia interventistica: i dispositivi principali sono lo *stent* - tubicino di metallo rivestito di lattice che viene impiantato nell'arteria coronarica ostruita per rimuovere la placca e fornire l'intelaiatura necessaria per mantenere pervia l'arteria in modo da permettere il flusso sanguigno – ed i cateteri guida-coronarici;⁵
- b) i dispositivi monouso ed apparecchiature per la radiologia interventistica, quali agiografiche, introduttori e cateteri;
- c) i dispositivi monouso ed apparecchiature per la cardiocirurgia, quali gli ossigenatori.

ii) General hospital

Il settore del c.d. "*general hospital*" comprende una vasta gamma di prodotti monouso da utilizzarsi nell'ambito delle sale operatorie, unità di cura di emergenza e terapie intensive. I prodotti direttamente interessati dall'operazione risultano:

- a) gli accessori vascolari e sistemi di infusione dei farmaci;
- b) i sistemi di monitoraggio continuo delle funzioni cliniche vitali;
- c) i vari dispositivi medici utilizzati in ambito chirurgico ed i sistemi di sutura interna.

iii) Dispositivi per dialisi

Sono i dispositivi monouso e le apparecchiature utilizzati per la gestione totale del trattamento dialitico extracorporeo, quali i filtri per dialisi extracorporea e gli accessi vascolari.

iv) Dispositivi per laboratorio e l'attività trasfusionale

I prodotti interessati sono i dispositivi utilizzati nell'ambito delle dinamiche di laboratorio, ossia i dispositivi monouso e apparecchiature per il prelievo e il trasporto autorizzato di provette di

⁵ Per quanto concerne i cateteri guida-coronarici, le guide metalliche orientabili ("SGW") e i cateteri a palloncino per angioplastica coronarica transluminare percutanea ("PTCA"), nel caso comunitario M.3687 — Johnson & Johnson/Guidant è osservato che ciascuno di questi prodotti costituisce un mercato del prodotto rilevante separato. La maggior parte degli interventi infatti richiede normalmente una serie di dispositivi e accessori specifici di dimensioni e forme differenti.

sangue⁶ ed i dispositivi monouso e apparecchiature necessarie per il prelievo, lavorazione, stoccaggio e trasfusione degli emocomponenti, quali le sacche per sangue ed i relativi accessori necessari per effettuare le trasfusioni.

v) Servizi di perfusione

Consistono in servizi sanitari specializzati, forniti a strutture ospedaliere pubbliche e private, tramite utilizzo sia di macchinari in sala operatoria nelle operazioni a cuore aperto, che del relativo materiale monouso.

IV.b) I mercati geografici

Dal punto di vista geografico, in linea con precedenti decisioni della Commissione⁷ e dell'Autorità,⁸ i mercati rilevanti presentano una dimensione nazionale. Tale scelta è motivata da un insieme di fattori che comprendono, tra l'altro, le diverse strutture e composizioni del mercato, le differenze nei regimi regolatori (quali, i sistemi autorizzativi per la distribuzione commerciale ed i sistemi di rimborso), le abitudini di clienti e fornitori.

IV.c) Effetti dell'operazione

La conclusione dell'operazione non determina alcuna modifica delle condizioni di concorrenza preesistenti nei mercati rilevanti. Infatti, RBS - né alcuna delle società direttamente e indirettamente controllate - non opera in alcuno dei mercati in cui è attiva GADA, peraltro, con quote sempre inferiori al 15%.

Inoltre, nei mercati in questione operano concorrenti qualificati quali, AB Medica S.p.A., Seda Group e N.G.C. Medical S.p.A..

Per quanto precede, l'operazione comunicata non altera significativamente le condizioni concorrenziali nei mercati interessati.

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

⁶ In particolare, i prodotti distribuiti da GADA sono le provette sottovuoto per il prelievo del sangue e dei relativi accessori.

⁷ Cfr. in particolare, il caso comunitario M.4314 – “Johnson & Johnson/Pfizer Consumer/Healthcare”.

⁸ Cfr., *inter alia*, provv. n. 20470 del 12 novembre 2009, C10321 – “Warner Chilcott/Procter & Gamble Pharmaceuticals – Ramo Di Azienda Di Procter & Gamble”, in Boll. n. 345/09 e provv. n. 21040 del 22 aprile 2010, C10539 – “Eli Lilly and company-eli Lilly export/ramo di azienda di boehringer ingelheim international”, in Boll. n. 16/10.

C11158 - TELEFONAKTIEBOLAGET LM ERICSSON/TELCORDIA TECHNOLOGIES*Provvedimento n. 22688*

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 4 agosto 2011;

SENTITO il Relatore Dottor Antonio Pilati;

VISTA la legge 10 ottobre 1990, n. 287;

VISTO l'atto della società TELEFONAKTIEBOLAGET LM ERICSSON pervenuto in data 13 luglio 2011;

CONSIDERATO quanto segue:

I. LE PARTI

TELEFONAKTIEBOLAGET LM ERICSSON (di seguito, "ERICSSON") è una società di diritto svedese a capo dell'omonimo gruppo, attivo nello sviluppo e nella vendita di prodotti e servizi nel settore delle telecomunicazioni destinati all'industria e ai consumatori. In particolare, ERICSSON fornisce agli operatori di rete mobile e fissa le apparecchiature di rete e i servizi connessi, oltre a sviluppare prodotti per applicazioni speciali, tra cui sistemi di difesa, sistemi di supporto alle imprese, infrastrutture di rete, piattaforme mobili e moduli di alimentazione. Attraverso le *joint venture* Sony Ericsson e ST-Ericsson, infine, ERICSSON sviluppa e commercializza una gamma di telefoni cellulari e altri dispositivi mobili, inclusi quelli supportanti applicazioni multimediali e altri servizi personali di comunicazione.

Nel 2010 il fatturato complessivo realizzato a livello mondiale dal gruppo ERICSSON è stato di circa [20-30]¹ miliardi di euro, di cui circa [5-6] miliardi di euro per vendite nell'Unione europea e circa [700-1.000] milioni di euro per vendite in Italia.

TELCORDIA TECHNOLOGIES INC. (di seguito, "TELCORDIA") è una società statunitense facente parte del gruppo capeggiato da Telcordia Holdings Inc.. TELCORDIA opera a livello mondiale nella fornitura di *software* e servizi di telecomunicazioni mobili per operatori di reti di telecomunicazioni *wireless* e *wireline*.

Nel 2010 il fatturato complessivo realizzato a livello mondiale da TELCORDIA è stato di circa [472-700] milioni di euro, di cui circa [10-47] milioni di euro per vendite nell'Unione europea e circa [1-10] milioni di euro per vendite in Italia.

II. DESCRIZIONE DELL'OPERAZIONE

L'operazione in esame si sostanzia nell'acquisizione da parte di ERICSSON del controllo esclusivo di TELCORDIA. In particolare, l'acquisizione avverrà attraverso la fusione per incorporazione della società veicolo Lightning Acquisition Inc., interamente controllata da ERICSSON, in TELCORDIA, che continuerà a esistere ed operare sotto il controllo esclusivo del gruppo ERICSSON.

L'acquisizione rientra nell'ambito della strategia di ERICSSON di espandere la propria posizione nei mercati della fornitura di sistemi OSS ("*Operation Support Systems*") e BSS ("*Business*

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

Support Systems”), in particolare negli Stati Uniti. L’operazione avrà anche l’effetto di incrementare la gamma dei prodotti offerti da ERICSSON.

L’allegato F dell’Accordo e piano di fusione prevede una clausola di riservatezza concernente informazioni riservate e *know-how* riguardanti l’attività delle Parti, nonché una clausola biennale di non sollecitazione di taluni dipendenti di TELCORDIA e ERICSSON da parte del gruppo venditore.

III. QUALIFICAZIONE DELL’OPERAZIONE

L’operazione in esame, 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.

La clausola di non sollecitazione a carico del gruppo venditore e a favore della parte acquirente, contenuta nell’allegato F dell’Accordo e piano di fusione, può essere ritenuta direttamente connessa e necessaria alla realizzazione dell’operazione di concentrazione in esame, in quanto funzionale alla salvaguardia del valore dell’impresa acquisita. Analogamente è a dirsi per la clausola di riservatezza, purché limitata ad una durata non superiore a tre anni.²

IV. VALUTAZIONE DELL’OPERAZIONE

a) I mercati rilevanti

L’operazione in esame interessa il settore dell’Information Technology (IT) con particolare riferimento alla fornitura degli *Operation Support Systems* (OSS) e dei *Business Support Systems* (BSS), *software* per reti mobili di telecomunicazioni.

Per quanto riguarda l’Italia, la concentrazione interessa specificamente il settore della fornitura di sistemi OSS per reti mobili di telecomunicazioni che consentono agli operatori di telecomunicazioni di sviluppare, gestire e mantenere le proprie reti al fine di soddisfare le proprie esigenze tecniche e commerciali.

Gli OSS sono composti a seconda dei casi da *software*, *middleware* o *hardware* che possono svolgere varie funzioni quali, ad esempio, le verifiche, la raccolta dei dati e la gestione della sicurezza. In linea con quanto affermato dalla Commissione europea³, gli OSS e i servizi correlati appaiono differire, dal punto di vista merceologico, dai BSS. Infatti, questi ultimi sono tendenzialmente utilizzati per gestire le reti di telefonia mobile e di telefonia fissa, mentre i primi soltanto per le reti di telefonia mobile⁴.

Secondo quanto affermato dalle Parti, nel settore della fornitura degli OSS sarebbe possibile effettuare un’ulteriore distinzione in base alle diverse modalità di commercializzazione. In primo luogo, infatti, gli OSS possono essere forniti “a pacchetto” congiuntamente alla fornitura di una rete. In questo caso (c.d. segmento “*single vendor*”), il fornitore del “pacchetto” non commercializza generalmente sistemi OSS per reti di operatori concorrenti. In secondo luogo, gli

² Cfr. punto n. 20 della Comunicazione della Commissione sulle restrizioni direttamente connesse e necessarie alle concentrazioni, pubblicata in GUCE n. C 056 del 5 marzo 2005, pag. 24.

³ Cfr. caso n. COMP/M.4297 - NOKIA / SIEMENS del 13 novembre 2006.

⁴ Ad avviso delle parti, tuttavia, tale distinzione sta progressivamente sfumando. Attualmente, infatti, entrambi i sistemi OSS e BSS sono utilizzati per le reti di telecomunicazioni fisse e mobili, sebbene con diverse modalità di utilizzo.

OSS possono essere venduti separatamente dalle reti da soggetti specializzati nella fornitura di *software* (c.d. segmento “*multi-vendor*”). In questo caso, gli OSS venduti sono generalmente adattabili a tutti i tipi di rete.⁵

Secondo le Parti, l’unico segmento interessato dall’operazione sarebbe quello degli OSS *multi-vendor*. Ad ogni modo, si ritiene che la definizione del mercato del prodotto possa essere lasciata aperta in quanto una definizione dello stesso circoscritta ad ambiti più ristretti non modificherebbe la valutazione concorrenziale dell’operazione in esame.

Sotto il profilo geografico il mercato della fornitura degli OSS appare di dimensione quantomeno europea, se non globale, in considerazione di vari fattori quali la standardizzazione a livello internazionale degli apparecchi di telefonia mobile, i costi di trasporto assai limitati e la liberalizzazione dei servizi.

b) Gli effetti dell’operazione oggetto di valutazione

Con riferimento al mercato della fornitura degli OSS, ERICSSON è presente sia a livello mondiale che nazionale. In particolare, ERICSSON è attiva nel segmento *single vendor* ed è recentemente entrata anche in quello *multi-vendor*⁶. In Italia, TELCORDIA opera nel settore della fornitura di OSS esclusivamente nel segmento *multi-vendor*.

In base alle stime fornite dalle Parti, l’operazione in esame determinerà un limitata sovrapposizione orizzontale nel segmento della fornitura degli OSS *multi-vendor* con un incremento marginale della quota di mercato detenuta da ERICSSON in Italia pari a circa il [1-5%]. A seguito dell’operazione, la quota raggiunta da ERICSSON nel segmento *multi-vendor* sarà pari a circa il [5-10%]. Il mercato appare, peraltro, contraddistinto dalla presenza di numerosi e qualificati operatori concorrenti quali IBM, HP e Oracle Corporation con quote prossime a quella di ERICSSON. Inoltre, il mercato si caratterizza per un assetto piuttosto concorrenziale in ragione del fatto che tutti gli operatori ivi attivi possiedono il *know-how* e le capacità di fornire i suddetti servizi OSS a livello globale.

Alla luce della posizione di mercato delle Parti, nonché della struttura concorrenziale dei mercati considerati, la presente operazione non appare idonea a determinare la costituzione o il rafforzamento di una posizione dominante.

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;

RITENUTO, altresì, che la clausola di riservatezza prevista tra le Parti è accessoria alla presente operazione nei soli limiti sopra descritti e che l’Autorità si riserva di valutare, laddove ne sussistano i presupposti, la suddetta clausola, qualora si realizzi oltre il tempo ivi indicato;

DELIBERA

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

⁵ Il segmento *multi-vendor* può essere ulteriormente suddiviso in due sotto-segmenti: i) *Service fulfilment systems*, vale a dire OSS che permettono un utilizzo efficiente delle reti in caso di utilizzo simultaneo da parte di più utenti; ii) *Service assurance systems*: vale a dire OSS che forniscono agli operatori di rete informazioni globali sulla performance della rete nonché sulla capacità di ricerca e riparazione guasti.

⁶ Cfr. Prov. n. 22016 del 12 gennaio 2011, C10888 TELEFONAKTIEBOLAGET LM ERICSSON/OPTIMI CORPORATION, in Boll. n. 2/11.

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

C11159 - LAN AIRLINES-TEP CHILE/TAM

Provvedimento n. 22689

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 4 agosto 2011;

SENTITO il Relatore Dottor Antonio Pilati;

VISTA la legge 10 ottobre 1990, n. 287;

VISTA la comunicazione delle società LAN Airlines S.A., TEP CHILE S.A. e TAM S.A., pervenuta in data 14 luglio 2011;

CONSIDERATO quanto segue:

I. LE PARTI

LAN Airlines S.A. (di seguito, LAN) è una società di diritto cileno, quotata in Cile presso le borse di Santiago e di Valparaíso, nonché presso la NYSE di New York, controllata congiuntamente dalle società Costa Verde Aeronautica S.A. e da Inversiones Mineras del Cantabrico S.A..

LAN è una delle principali compagnie aeree internazionali e domestiche del Sudamerica, attiva principalmente nel settore del trasporto aereo sia di passeggeri che di merci.

Il fatturato realizzato da LAN nel 2009 a livello mondiale è stato di circa 2.621 milioni di euro, di cui [100-447]¹ milioni di euro realizzato nell'Unione Europea e [10-47] milioni di euro in Italia.

TEP CHILE S.A. (di seguito, TEP) è una società di diritto cileno, di nuova costituzione, controllata al 100% da persone fisiche.

TAM S.A. (di seguito, TAM) è una società di diritto brasiliano, controllata dalle medesime persone fisiche che controllano TEP, attiva nel settore del trasporto aereo sia di passeggeri che di merci.

Il fatturato realizzato da TAM nel 2009 a livello mondiale è stato di circa 3.714 milioni di euro, di cui [100-447] milioni di euro realizzati nell'Unione Europea e [47-100] milioni di euro in Italia.

II. DESCRIZIONE DELL'OPERAZIONE

L'operazione in esame consiste nell'acquisizione, da parte di LAN e di TEP CHILE, del controllo congiunto su TAM. Essa si articola in varie fasi, correlate tra loro.

In particolare, è previsto che LAN acquisti il 100% delle azioni prive di diritti di voto di TAM.

È, inoltre, stabilito che LAN acquisisca il 100% delle azioni prive di diritti di voto e il 20% delle azioni con diritti di voto di HOLDCO 1, società di nuova costituzione destinata ad acquisire la titolarità di tutte le azioni ordinarie di TAM con diritti di voto; le restanti 80% delle azioni con diritti di voto di HOLDCO 1 saranno, invece, detenute da TEP CHILE.

È, infine, previsto un patto parasociale, sottoscritto da LAN, TEP CHILE, HOLDCO 1 e TAM, in cui sono fissate le regole sulla *corporate governance* di TAM.

In tale patto è stabilito, in particolare, che: i) la gestione corrente di TAM sia affidata alla direzione del C.d.A. composta da sei membri, di cui quattro nominati da TEP CHILE e due nominati da LAN; ii) LAN e TEP CHILE concorrano congiuntamente alla nomina delle principali cariche di TAM: in particolare, l'amministratore delegato di TAM sia selezionato da LAN sulla base della

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

lista di tre candidati proposta da TEP CHILE, il responsabile finanziario di TAM sia nominato congiuntamente da LAN e TEP CHILE, ed ulteriori *manager* di TAM siano selezionati e raccomandati al C.d.a. di TAM dall'amministratore delegato e dal responsabile finanziario; iii) ciascuna delibera del C.d.a. di TAM relativa a determinate materie quali l'approvazione del *budget* annuale, del *business plan* annuale e pluriennale, i principali investimenti e talune decisioni in relazione al *senior management*, siano approvati con il voto favorevole di almeno cinque dei sei membri del C.d.a..

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 realizzato nell'ultimo esercizio a livello nazionale dall'impresa oggetto di acquisizione è stato superiore a 47 milioni di euro.

IV. VALUTAZIONE DELLA CONCENTRAZIONE

IV.a) I mercati rilevanti

Il settore interessato dalla concentrazione in esame è quello del trasporto aereo passeggeri e del trasporto merci per conto terzi.

(i) Il servizio di trasporto aereo di linea

Nell'ambito del servizio di trasporto aereo di linea è possibile individuare una serie di mercati rilevanti distinti, definiti sostanzialmente in base alle rotte sulle quali il servizio viene effettuato. Sulla base di consolidati precedenti, nazionali e comunitari, in applicazione del cosiddetto *city pair method* (o delle coppie di origine-destinazione - "O&D"), i collegamenti tra coppie di città o di aeroporti e, più precisamente, tra i rispettivi bacini di utenza (*catchment area*), costituiscono altrettanti mercati rilevanti. Ciò perché rappresentano l'origine e la destinazione dello spostamento, e, in quanto tali, non sono sostituibili da un punto di vista della domanda².

Tale approccio alla definizione del mercato rilevante presenta una dimensione geografica intrinseca propria dei servizi di trasporto, per i quali diventa irrilevante tracciare una linea di demarcazione fra dimensione geografica e del prodotto.

Con riguardo alla sostituibilità tra voli diretti e indiretti che collegano i due aeroporti agli estremi della stessa rotta, essa va valutata tenendo conto della distanza e dei tempi di percorrenza, nonché delle frequenze giornaliere dei voli sulla medesima rotta. Pertanto, con riguardo alle rotte nazionali, la sostituibilità tra voli diretti e indiretti deve essere generalmente esclusa, mentre per quanto concerne le rotte internazionali, i collegamenti diretti e indiretti possono talora considerarsi tra loro sostituibili e, quindi, facenti parte di un medesimo mercato. Con particolare riferimento alle rotte intercontinentali, in linea con l'orientamento dell'Autorità³ si ritiene che una concorrenza sempre più rilevante può essere esercitata da vettori di Paesi terzi che raggiungono le stesse destinazioni operando il "feederaggio" fra l'Italia e il rispettivo aeroporto *hub*, il che

² Cfr. provv. n. 15666 del 5 luglio 2006, C7667 - *Alitalia/Volare*, in Boll. 26/06 e Commissione Europea, fra gli altri, nel caso M3770 - *Lufthansa/Swiss*.

³ Cfr. Autorità nel caso C9960 - *4 FLY/Livingston*.

contribuisce ad estendere in maniera considerevole il numero di rotte sostituibili da e per destinazioni intercontinentali.

Nel caso di specie, tuttavia, non è necessario pervenire ad una più precisa definizione dei mercati rilevanti – se, cioè, sulle medesime rotte intercontinentali su cui operano le parti siano da includere o meno sia i voli diretti che quelli indiretti - in quanto l'operazione, sulla base dei dati disponibili, non solleva problemi dal punto di vista concorrenziale in nessuna delle ipotesi di definizione del mercato che possono essere prospettate.

Nel servizio di trasporto aereo di linea LAN e TAM operano entrambe esclusivamente sulle rotte intercontinentali Milano-Lima e Milano-Santiago, che rappresentano, pertanto, i mercati rilevanti ai fini della presente operazione.

(ii) Il servizio di trasporto aereo di merci

Coerentemente con l'orientamento dell'Autorità,⁴ si ritiene che ciascuna delle quattro modalità con le quali è possibile effettuare il trasporto merci per conto terzi (via aerea, via mare, su ferrovia o su strada) identifica un mercato rilevante del prodotto distinto, in considerazione della natura e della dimensione degli operatori presenti, della qualità e dei prezzi dei servizi offerti, nonché delle specifiche esigenze della domanda soddisfatte.

In linea con l'orientamento della Commissione,⁵ con specifico riguardo alle rotte intercontinentali relative al continente sudamericano - in cui le infrastrutture di trasporto locale (trasporto su gomma e/o su ferro) sono meno sviluppate di altri continenti (quale l'Europa) - si osserva che i bacini di utenza corrispondono ai singoli paesi di partenza o di destinazione della merce (c.d. *country-by-country basis*).⁶

I mercati rilevanti nel caso di specie, in particolare, risultano: i) il mercato Europa/Argentina; ii) il mercato Europa/Brasile, iii) il mercato Europa/Cile; iv) il mercato Europa/Perù; v) il mercato Argentina/Europa; vi) il mercato Brasile/Europa; vii) il mercato Cile/Europa; viii) il mercato Perù/Europa.

IV.b) Effetti dell'operazione

(i) Il servizio di trasporto aereo di linea

16. Sulla rotta Milano-Lima LAN e TAM prestano il servizio di trasporto aereo passeggeri con quote stimabili, rispettivamente, in circa il [10-15%] e il [1-5%]. Su tale rotta operano qualificati concorrenti titolari di quote superiori a quelle detenute dalle parti; in particolare, sono attivi Iberia e KLM con quote di mercato pari a circa il 45% e il 34%.

Sulla rotta Milano-Santiago LAN e TAM operano con quote pari, rispettivamente, a circa il [20-25%] e il [10-15%]. Sulla medesima rotta il principale operatore risulta attualmente Iberia, titolare di una quota pari a circa il 39%. Altri concorrenti qualificati risultano Air France e Lufthansa titolari di quote di mercato pari a circa il 20% e il 2%.

(ii) Il servizio di trasporto aereo di merci

17. Il trasporto aereo merci è prestato da LAN e TAM nei singoli mercati geograficamente rilevanti con le quote di mercato indicate nelle tabelle che seguono.

⁴ Cfr., tra gli altri, provv. n. 12233 del 17 luglio 2003, C5827 – *Euraco/Ramo di Azienda di Rasimelli&Colletti*, in Boll. n. 29/03, e provv. n. 15870 del 24 agosto 2006, C2912 – *MPS Venture Società di Gestione del Risparmio/Trasporti Internazionali Agenzia Marittima Savino del Bene*, in Boll. n. 33-34/06.

⁵ Vedi al riguardo il recente caso comunitario M.5747 “*Iberia/British airways*” del 14 luglio 2010.

⁶ Con specifico riferimento al trasporto aereo cargo sui rotte nazionali, l'Autorità in passato ha ritenuto che il mercato possa presentare dimensioni geografiche tendenzialmente nazionali, in quanto la domanda è espressa prevalentemente da operatori nazionali che si rivolgono ad imprese operanti in Italia ed anche la parte di spedizioni merci via aerea, che ha come destinazione l'estero, nasce a favore di clienti attivi sul territorio nazionale; cfr. in particolare al riguardo, provv. n.

Origine	Destinazione	LAN	TAM	LAN + TAM
Argentina	Europa	[1-5%]	[1-5%]	[5-10%]
Brasile	Europa	[inferiore all'1%]	[20-25%]	[20-25%]
Cile	Europa	[30-35%]	[15-20%]	[45-50%]
Perù	Europa	[25-30%]	[1-5%]	[25-30%]
Europa	Argentina	[5-10%]	[inferiore all'1%]	[5-10%]
Europa	Brasile	[5-10%]	[25-30%]	[35-40%]
Europa	Cile	[35-40%]	[inferiore all'1%]	[35-40%]
Europa	Perù	[5-10%]	[inferiore all'1%]	[35-40%]

Su ognuno di tali mercati operano qualificati concorrenti di LAN e TAM, quali Iberia Cargo, Lufthansa, KLM, TAP Air Portugal, British Airways e Cargolux.

Per quanto precede, l'operazione comunicata non altera le condizioni di concorrenza nei mercati interessati.

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

C11160 - ENEL GREEN POWER/AGATOS GREEN POWER TRINO*Provvedimento n. 22690*

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 4 agosto 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 14 luglio 2011;

CONSIDERATO quanto segue:

I. LE PARTI

Enel Green Power S.p.A. (di seguito, EGP) è la società del Gruppo Enel dedicata allo sviluppo e alla gestione delle attività di generazione di energia da fonti rinnovabili in Italia e nel mondo. La società capogruppo Enel S.p.A. detiene il 71,70% del capitale di EGP, mentre il restante 28,30% è detenuto da terzi. Enel S.p.A. è attualmente partecipata per il 31,24% dal Ministero dell'Economia e delle Finanze e per la rimanente porzione da investitori istituzionali e individuali.

La quota di EGP nella produzione di energia elettrica da fonti rinnovabili in Italia è stata nel 2010 del 18% circa.

Nel 2010 il Gruppo Enel ha realizzato un fatturato di 71.943 milioni di euro, di cui 58.353 milioni di euro nell'Unione Europea e 30.767 milioni di euro in Italia.

Agatos Green Power Trino S.r.l. (di seguito, Agatos Trino) è titolare di un progetto per la realizzazione di un impianto di generazione di energia elettrica da fonte solare fotovoltaica. Agatos Trino è interamente posseduta da Agatos Energia S.r.l..

II. DESCRIZIONE DELL'OPERAZIONE

L'operazione in esame consiste nell'acquisizione da parte di EGP della totalità del capitale sociale di Agatos Trino. La società *target* è titolare di un progetto per la realizzazione di un impianto fotovoltaico della potenza nominale di circa 60 MW, sito nel comune di Trino Vercellese (VC).

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 comunicata riguarda l'attività di produzione di energia elettrica da fonti rinnovabili, in particolare da fonte eolica. Poiché tale attività rientra nell'ambito del più ampio settore della

generazione di energia elettrica da fonti sia tradizionali sia rinnovabili, ne discende che il mercato rilevante, sotto il profilo merceologico, ai fini della valutazione dell'operazione è quello relativo alla produzione e vendita all'ingrosso di energia elettrica, che si definisce come l'insieme dei contratti di compravendita di energia elettrica stipulati da generatori nazionali e importatori da un lato, e grandi clienti industriali, Acquirente Unico e grossisti, dall'altro. La stipula di tali contratti avviene sia sul mercato centralizzato dell'energia, sia al di fuori del medesimo, tramite contrattazione bilaterale tra operatori.

Per quanto riguarda la dimensione geografica, a causa dei vincoli fisici della rete di trasmissione e delle situazioni di congestione che si possono generare, l'Indagine Conoscitiva congiunta con l'Autorità per l'Energia Elettrica ed il Gas¹ ("IC22") ha escluso l'esistenza di un unico mercato nazionale ed ha identificato sul territorio italiano quattro mercati distinti: la macrozona Nord, la macrozona Sud, la macrozona Sicilia e la Sardegna.

Data la localizzazione dell'impianto nella titolarità della società *target* (Trino Vercellese), la zona interessata dall'operazione in esame è la macrozona Nord.

Effetti dell'operazione

Nella macrozona Nord, la quota detenuta dal Gruppo Enel nel mercato dell'approvvigionamento all'ingrosso di energia elettrica, in termini di capacità installata, è stata pari nel 2010 al 36% circa. Con l'acquisizione di Agatos Trino tale quota si incrementerà in misura inferiore all'1% e, pertanto, l'operazione in esame non appare idonea a pregiudicare la struttura e le condizioni concorrenziali del mercato rilevante.

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 Cfr. "Indagine conoscitiva sullo stato della liberalizzazione dei settori dell'energia elettrica e del gas naturale", del 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

C11162 - MUNCHENER RUCKVERSICHERUNGS-GESELLSCHAFT /FOTOWATIO GALATINA-FOTOUNO*Provvedimento n. 22691*

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 4 agosto 2011;

SENTITO il Relatore Dottor Antonio Pilati;

VISTA la legge 10 ottobre 1990, n. 287;

VISTA la comunicazione della società Münchener Rückversicherungs- Gesellschaft Aktiengesellschaft., pervenuta in data 15 luglio 2011;

CONSIDERATO quanto segue:

I. LE PARTI

Münchener Rückversicherungs- Gesellschaft Aktiengesellschaft (di seguito, Munich Re) è una società che opera a livello mondiale nel settore dell'assicurazione tradizionale, della riassicurazione e sanitario. In Italia la società è attiva anche nel settore della produzione di energia da fonti rinnovabili dove, a livello nazionale, attualmente detiene una quota sul totale della capacità installata, inferiore al punto percentuale.

Munich Re è quotata alla borsa tedesca e circa il 90% del suo capitale sociale è detenuto da azionariato diffuso.

Nel 2010 Munich Re ha realizzato un fatturato consolidato a livello mondiale di circa 45,5 miliardi di euro, di cui [700-1.000]¹ milioni di euro in Italia.

Fotowatio Galatina S.r.l. (di seguito, Fotowatio Galatina) è una società di recente costituzione attiva nella generazione di energia elettrica. La società è titolare di un impianto fotovoltaico sito in Puglia, nel Comune di Galatina (LE), avente una capacità nominale installata pari a circa 19,61 MW. Gli impianti sono stati connessi alla rete elettrica alla fine di dicembre 2010. Fotowatio Galatina è controllata da Fotowatio Italia S.r.l, società anch'essa operante nel settore delle energie rinnovabili.

Fotowatio Galatina non ha ancora realizzato alcun fatturato.

Fotouno S.r.l. (di seguito, Fotouno) è una società di recente costituzione attiva nella generazione di energia elettrica. La società è titolare di tre impianti fotovoltaici siti in Puglia, nel Comune di Ginosa (TA), per una capacità installata complessiva pari a 9,69 MW. Fotouno è controllata da Fotowatio Italia S.r.l, società anch'essa operante nel settore delle energie rinnovabili. Fotouno non ha ancora realizzato alcun fatturato.

II. DESCRIZIONE DELL' OPERAZIONE

L'operazione comunicata consiste nell'acquisizione dell'intero capitale sociale di Fotowatio Galatina e Fotouno da parte di Munich Re attraverso una società controllata.

Le acquisizioni di Fotowatio Galatina e Fotouno costituiscono un'unica operazione di concentrazione, in quanto sono strettamente collegate tra loro sotto il profilo giuridico, in virtù del

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

fatto che sono inserite nell'ambito del medesimo accordo di compravendita e che la società acquirente è la medesima².

III. QUALIFICAZIONE DELL'OPERAZIONE

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

L'operazione 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

I mercati rilevanti

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 elettrica³. Dato che gli Impianti Fotovoltaici oggetto di acquisizione saranno localizzati in Puglia, la zona interessata dall'operazione in esame è la macrozona Sud.

Effetti dell'operazione

Attualmente, nella macrozona Sud, Munich Re detiene una quota di mercato estremamente esigua che, a seguito dell'operazione, si manterrà al di sotto del punto percentuale. Pertanto, l'operazione non ha effetti di rilievo sulla concorrenza.

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.

² Cfr. i paragrafi 43 e 44 della Comunicazione consolidata della Commissione sui criteri di competenza giurisdizionale a norma del regolamento (CE) n. 139/2004 del Consiglio relativo al controllo delle concentrazioni tra imprese.

³ 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

C11164 - ORACLE/PILLAR DATA SYSTEMS*Provvedimento n. 22692*

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 4 agosto 2011;

SENTITO il Relatore Dottor Antonio Pilati;

VISTA la legge 10 ottobre 1990, n. 287;

VISTA la comunicazione della società Oracle Corporation, pervenuta in data 18 luglio 2011;

CONSIDERATO quanto segue:

I. LE PARTI

Oracle Corporation (di seguito, Oracle) è una società di diritto statunitense che sviluppa e commercializza applicazioni *software*, in particolare aziendali (inclusi *middleware*, *database* e servizi connessi), nonché sistemi e servizi di supporto *hardware*.

Oracle è una società quotata sul listino Nasdaq e la sua proprietà è ampiamente diffusa, con nessun soggetto in grado di esercitarne il controllo; i maggiori azionisti sono una persona fisica (con il 22% circa del capitale) e altri due soggetti (Capital Research Global Investors e Vanguard Group, complessivamente con il 7% circa del capitale).

Il fatturato conseguito da Oracle nell'esercizio 2010 è stato complessivamente pari a 21,3 miliardi di euro, di cui [100-472]¹ milioni di euro per vendite realizzate in Italia².

Pillar Data Systems, Inc. (di seguito, Pillar Data Systems), costituita secondo le leggi del Delaware (Stati Uniti), è una società che sviluppa soluzioni per l'archiviazione di dati (c.d. *storage solutions*), rivolte ad una clientela *business*, che permettono alle imprese di archiviare grandi quantità di dati sul proprio *network*, con il vantaggio di potere agevolmente incrementare la capacità delle proprie macchine, senza dovere riconfigurare le impostazioni, in maniera modulare e progressiva. Più specificamente, Pillar Data Systems fornisce soluzioni per l'archiviazione di rete, in particolare su dischi, tra cui soprattutto le soluzioni di tipo SAN ("Storage Area Network") e NAS ("Network Attached Storage").

Pillar Data Systems è controllata da una persona fisica attuale amministratore delegato e maggiore azionista di Oracle, tramite il fondo di *private equity* Tako Ventures LLC.

Nel corso del 2010 Pillar Data Systems ha conseguito un fatturato complessivo pari a [10-47] milioni di euro, di cui [inferiore a 1 milione di] euro per vendite realizzate in Italia.

II. DESCRIZIONE DELL'OPERAZIONE

La comunicazione in esame riguarda l'acquisizione da parte di Oracle del controllo esclusivo di Pillar Data Systems, a seguito della fusione di quest'ultima in una società veicolo interamente controllata dalla stessa Oracle.

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

² Tale dato di fatturato non include le vendite di Sun Microsystems, società che Oracle ha acquisito agli inizi del 2010. La parte notificante dichiara che, considerando le vendite di Sun Microsystems, il proprio fatturato italiano è superiore a 472 milioni di euro.

III. QUALIFICAZIONE DELL'OPERAZIONE

L'operazione comunicata, in quanto comporta l'acquisizione del controllo 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

Alla luce delle attività dell'impresa oggetto di acquisizione, la quale fornisce soluzioni *software* non separatamente dal proprio sistema *hardware* di archiviazione (ossia, il sistema Axiom), è possibile ritenere, quale mercato interessato dalla presente operazione, quello dei sistemi *hardware* di archiviazione³.

All'interno delle soluzioni *hardware* per l'archiviazione è possibile identificare potenziali segmenti in corrispondenza del tipo di supporto *hardware* utilizzato: dischi, nastri magnetici o fibra ottica. Pillar Data Systems è attiva soltanto nel segmento dell'archiviazione su disco (*disk storage*), costituita fondamentalmente da un *hardware* in grado di conservare i dati in formato elettronico per successivi accessi ed elaborazioni da parte di uno o più processori.

In ogni caso, ai fini della valutazione della presente operazione, la questione dell'esatta delimitazione dell'ambito merceologico rilevante può essere lasciata aperta, atteso che la valutazione non muterebbe anche nell'ipotesi più restrittiva, ossia avendo riguardo alle diverse tipologie di supporti *hardware*.

Per quel che riguarda la rilevanza geografica, ad avviso delle Parti la dimensione del mercato può ritenersi mondiale, ciò in ragione di diversi elementi, quali le condizioni di relativa omogeneità della domanda e dell'offerta, l'assenza di significative barriere normative tra i diversi Paesi nonché di significativi costi di trasporto.

L'ipotesi di dimensione sovranazionale trarrebbe conferma, tra l'altro: dall'evoluzione a livello globale delle conoscenze tecnologiche e informatiche; dalla circostanza che gli acquirenti, che hanno esigenze e preferenze simili a livello mondiale, non sono soggetti a restrizioni territoriali e selezionano i propri fornitori confrontando operatori internazionali; dal fatto che i principali operatori sono imprese multinazionali che possono servire i mercati esteri senza necessariamente ivi disporre di una presenza fissa, ma agendo attraverso *partners* locali o l'invio *in loco* di proprio personale; infine, dall'assenza di particolari barriere amministrative o commerciali, di carattere tariffario e non, per lo svolgimento dell'attività all'estero⁴.

In ogni caso, la definizione esatta del mercato geografico può essere lasciata aperta in quanto, qualunque sia l'estensione adottata, la valutazione dell'impatto concorrenziale dell'operazione non muterebbe.

Infatti, con riferimento al mercato dei sistemi di archiviazione, la quota detenuta da Oracle a livello mondiale è pari al [1-5%] circa, mentre è ampiamente inferiore all'1% quella riferibile a Pillar Data Systems, mentre a livello europeo la quota combinata delle parti è pari al [1-5%] circa.

³ Cfr., tra gli altri, provv. n. 19158 del 13 novembre 2008, C9753 – *Hewlett Packard/Lefthand Networks*, in Boll. 43/08.

⁴ Cfr., tra gli altri, provv. n. 19158 cit..

Inoltre, laddove si volesse considerare il più ristretto segmento dell'archiviazione su disco (*disk storage*), a livello mondiale, la quota di Oracle è inferiore al 3%, mentre la quota attribuibile a Pillar Data Systems è inferiore all'1%.

Va aggiunto, peraltro, che il mercato in esame è caratterizzato dalla presenza di numerosi operatori qualificati, tra i quali EMC, primo operatore del settore, Hitachi Data Systems, NetApp, 3PAR, Isilon, BlueArc e Compellent.

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;

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

C11165 - KUWAIT PETROLEUM ITALIA/ IMPIANTO PER LA DISTRIBUZIONE DI SELENE

Provvedimento n. 22693

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 4 agosto 2011;

SENTITO il Relatore Dottor Antonio Pilati;

VISTA la legge 10 ottobre 1990, n. 287;

VISTA la comunicazione della società Kuwait Petroleum Italia S.p.A., pervenuta in data 18 luglio 2011;

CONSIDERATO quanto segue:

LE PARTI

Kuwait Petroleum Italia S.p.A. (di seguito, KUPIT) svolge attività di raffinazione, commercializzazione e distribuzione di prodotti petroliferi, sia in rete che in extra-rete. Sulla rete nazionale di distribuzione di carburanti (viabilità ordinaria e autostrade) essa opera con il marchio "Q8". Il capitale sociale di KUPIT è interamente detenuto da Kuwait Petroleum Europe B.V., con sede in Rotterdam (Olanda), società appartenente al Gruppo che fa capo a Kuwait Petroleum Corporation, compagnia di stato del Kuwait.

Il fatturato di KUPIT realizzato in Italia e risultante dall'ultimo bilancio approvato (esercizio chiuso il 31 marzo 2011) è stato pari a 4.253 milioni di euro, al netto dell'IVA e delle accise.

Oggetto dell'operazione comunicata è il ramo d'azienda della società Selene S.r.l. (di seguito, Selene) costituito da un impianto per la distribuzione di carburanti sito nel comune di Milano.

DESCRIZIONE DELL'OPERAZIONE

L'operazione in esame consiste nell'affitto da parte di KUPIT del ramo d'azienda di Selene costituito da un impianto per distribuzione di carburanti per autotrazione sito in Milano, Via Corelli 56 e comprensivo delle autorizzazioni necessarie allo svolgimento dell'attività. Il contratto di affitto avrà durata ventennale.

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.

VALUTAZIONE DELLA CONCENTRAZIONE***Il mercato rilevante***

L'operazione comunicata interessa il mercato della distribuzione su rete stradale ordinaria di carburanti per uso autotrazione e quello della commercializzazione in rete di lubrificanti.

Sulla base delle caratteristiche della domanda e dell'offerta, l'estensione geografica dei mercati della distribuzione di carburanti e lubrificanti su rete stradale è di tipo locale e coincide tendenzialmente con il territorio della provincia in cui è situato l'impianto oggetto di affitto.

Pertanto, i mercati rilevanti ai fini della presente operazione sono quello della distribuzione su rete stradale ordinaria di carburanti e quello della distribuzione di lubrificanti nella provincia di Milano.

Effetti dell'operazione

Nei mercati rilevanti della distribuzione su rete stradale ordinaria di carburanti e della commercializzazione in rete di lubrificanti nella provincia di Milano, KUPIT detiene quote stimabili pari, rispettivamente, all'8,2% e all'11,3% circa. Con l'acquisizione del ramo d'azienda di Selene tali quote subiranno incrementi marginali, largamente inferiori all'1%. Pertanto, l'operazione in esame non appare idonea a modificare in maniera sostanziale le condizioni concorrenziali nei mercati rilevanti.

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

**C11166 - AXA INFRASTRUCTURE HOLDING-TRE/TRE SOLAR-TG MASSERIA
GIORGINI-TG INSITE**
Provvedimento n. 22694

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 4 agosto 2011;

SENTITO il Relatore Dottor Antonio Pilati;

VISTA la legge 10 ottobre 1990, n. 287;

VISTA la comunicazione delle società AXA Infrastructure Holding S.à.r.l. e Tre S.p.A., pervenuta in data 18 luglio 2011;

CONSIDERATO quanto segue:

I. LE PARTI

AXA Infrastructure Holding S.à.r.l. (di seguito, AXA INFRA) è una *holding* di partecipazioni il cui capitale sociale è interamente detenuto da AXA Infrastructure Fund III S.C.A., Sicar (di seguito, AXA INFRAIII), fondo di investimento specializzato nell'investimento e nell'acquisizione di partecipazioni in imprese operanti nei settori delle infrastrutture dei trasporti, dell'energia, delle telecomunicazioni e dei servizi pubblici e ambientali. AXA INFRAIII è a sua volta indirettamente controllata da AXA S.A., società a capo dell'omonimo gruppo (di seguito, Gruppo AXA) attivo principalmente nei settori assicurativi, nella gestione del risparmio e in altri servizi finanziari¹. Nel 2010 il fatturato consolidato realizzato in Italia dal Gruppo AXA è stato pari a circa [6-7] ² miliardi di euro.

Tre S.p.A. Tozzi Renewable Energy (di seguito, TRE) è una società attiva nella produzione di energia elettrica e ha per oggetto la progettazione, la costruzione e l'esercizio di impianti idroelettrici e da fonti rinnovabili. TRE è una società interamente partecipata da Tozzi Holding S.r.l. (di seguito, Gruppo TOZZI), la quale a sua volta è controllata da persone fisiche³. Il fatturato consolidato realizzato in Italia dal Gruppo Tozzi nel 2010 è stato di circa [100- 472] milioni di euro in Italia.

Tre Solar S.r.l. (di seguito, TRE SOLAR) è una società costituita il 6 luglio 2011 mediante conferimento del proprio ramo di azienda costituito dai diritti, autorizzazioni e permessi per la costruzione, esercizio e gestione di un impianto per la produzione di energia elettrica da fonte solare nel territorio del Comune di Ravenna (RA). Il capitale sociale di TRE SOLAR è interamente detenuto dal Gruppo TOZZI.

TRE SOLAR non ha ancora realizzato alcun fatturato.

TG Masseria Giorgini S.r.l. (di seguito, TG MASSERIA) è una società, costituita da TRE il 14 maggio 2008 e rimasta inattiva, alla quale TRE ha conferito il 18 aprile 2011 il proprio ramo d'azienda costituito dai diritti, autorizzazioni e permessi per la costruzione, esercizio e gestione di

¹ La quota di energia elettrica prodotta da fonti rinnovabili dal Gruppo AXA, a dati 2010, è inferiore all'1% del volume complessivo nazionale.

² Nella presente versione alcuni dati sono stati omessi, in quanto si sono ritenuti sussistenti elementi di riservatezza o di segretezza delle informazioni.

³ La quota di energia elettrica prodotta da fonti rinnovabili dal Gruppo Tozzi, a dati 2010, è inferiore all'1% del volume complessivo nazionale.

un impianto per la produzione di energia elettrica da fonte solare nel territorio del Comune di Lecce (LE). Il capitale sociale di TRE SOLAR è interamente detenuto dal Gruppo TOZZI.

TG MASSERIA non ha ancora realizzato alcun fatturato.

TG Insite S.r.l. (di seguito, TG INSITE) è una società costituita il 6 maggio 2011 mediante conferimento da parte di TRE del proprio ramo di azienda costituito dai diritti, autorizzazioni e permessi per la costruzione, esercizio e gestione di un impianto per la produzione di energia elettrica da fonte solare nel territorio del Comune di Galatina (LE). Il capitale sociale di TRE SOLAR è interamente detenuto dal Gruppo TOZZI.

TG INSITE non ha ancora realizzato alcun fatturato.

II. DESCRIZIONE DELL'OPERAZIONE

L'operazione in esame si sostanzia in un aumento di capitale di TRE SOLAR a favore di AXA INFRA per un importo corrispondente, all'esito dell'operazione, al 65% di TRE SOLAR e nella contestuale acquisizione da parte di TRE SOLAR dell'intero capitale sociale di TG MASSERIA e TG INSITE.

A valle dell'operazione in esame il capitale sociale di TRE SOLAR sarà detenuto per il 65% da AXA INFRA e per la restante quota del 35% da TRE.

In ragione delle previsioni di cui al patto parasociale tra AXA INFRA, TRE e il Gruppo TOZZI e allo Statuto di TRE SOLAR, AXA INFRA deterrà la maggioranza dei diritti di voto nel Consiglio di Amministrazione di TRE SOLAR. Tuttavia, TRE godrà di un diritto di veto su materie attinenti all'indirizzo strategico di TRE SOLAR tra cui l'approvazione o modifica del *budget* e/o del *business plan* di lungo periodo di TRE SOLAR e delle società controllate TG MASSERIA e TG INSITE.

A seguito dell'operazione TRE SOLAR e le società dalla stessa controllate TG MASSERIA e TG INSITE saranno, quindi, soggette al controllo congiunto del Gruppo AXA e del Gruppo TOZZI.

L'operazione prevede anche la sottoscrizione di un contratto di servizio tra il Gruppo Tozzi e TRE Solar, di durata quinquennale, in virtù del quale il primo fornirà alla seconda alcuni servizi di natura amministrativa, informatica, contabile fiscale, societaria, di gestione e commerciali per gli adempimenti propedeutici all'entrata in esercizio degli impianti ed altri servizi strumentali.

III. QUALIFICAZIONE DELL'OPERAZIONE

L'operazione comunicata, in quanto comporta l'acquisizione del controllo congiunto di più 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, della medesima legge, in quanto il fatturato totale realizzato nell'ultimo esercizio a livello nazionale dall'insieme delle imprese interessate è superiore a 472 milioni di euro.

Il contratto di servizio sopra descritto costituisce una restrizione accessoria all'operazione in quanto volto a mantenere la continuità dell'attività delle imprese acquisite, a condizione che tale contratto abbia una durata limitata nel tempo, non eccedente comunque il periodo di cinque anni⁴.

⁴ Cfr. Comunicazione della Commissione sulle restrizioni direttamente connesse e necessarie alle concentrazioni (2005/C 56/03), par. 33 e 44.

IV. VALUTAZIONE DELLA CONCENTRAZIONE

I mercati rilevanti

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 elettrica⁵.

Ai fini della valutazione della presente operazione, i mercati geografici sono quelli delle macrozone Nord e Macrosud, dove saranno localizzati gli impianti fotovoltaici di TRE SOLAR, TG MASSERIA e TG INSITE, oggetto di acquisizione.

Effetto dell'operazione

Nel mercato dell'approvvigionamento all'ingrosso, alla produzione attesa di energia elettrica sia dall'impianto di TRE SOLAR nella macrozona Nord, che dagli impianti di TG MASSERIA e TG INSITE nella macrozona Sud, è attribuibile una quota di gran lunga inferiore all'1%.

Tenuto conto della circostanza che sia il Gruppo AXA che TRE sono presenti solo marginalmente in tali mercati, con una quota aggregata anch'essa inferiore all'1% sia nella macrozona Nord che nella macrozona Sud, non si ritiene che l'operazione in esame sia idonea a modificare la situazione concorrenziale esistente.

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;

RITENUTO che il contratto di servizio descritto in precedenza costituisce una restrizione accessoria all'operazione nei limiti sopra indicati e che l'Autorità si riserva di valutare, laddove ne sussistano i presupposti, il suddetto contratto che si realizzi oltre il tempo, le attività e l'oggetto indicati;

DELIBERA

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

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

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

⁵ Cfr. Indagine conoscitiva sullo stato della liberalizzazione dei settori dell'energia elettrica e del gas naturale, febbraio 2005, in Boll. n. 6/05.]

IL SEGRETARIO GENERALE

Luigi Fiorentino

IL PRESIDENTE

Antonio Catricalà

C11168 - GRUPPO STABILA STABILIMENTI ITALIANI LATERIZI-VELA/IMPRESA COMUNE*Provvedimento n. 22695*

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 4 agosto 2011;

SENTITO il Relatore Dottor Antonio Pilati;

VISTA la legge 10 ottobre 1990, n. 287;

VISTA la comunicazione delle società Gruppo Stabila Stabilimenti Italiani Laterizi S.p.A. e Vela S.p.A., pervenuta in data 19 luglio 2011;

CONSIDERATO quanto segue:

I. LE PARTI

Gruppo Stabila Stabilimenti Italiani Laterizi S.p.A. (di seguito, Stbl) è una società italiana posta a capo dell'omonimo gruppo attivo in particolare nella produzione e distribuzione di laterizi per l'edilizia (di tipo strutturale, ossia laterizi per muratura e per solaio e tavellame), attraverso sei stabilimenti produttivi situati nell'Italia settentrionale (tre in Veneto, due in Emilia Romagna e uno in Lombardia), nonché anche di vasi per uso florovivaistico. La produzione di laterizi del gruppo Stabila deriva dall'attività di tre imprese (oltre alla stessa Stbl, Fornace di Dosson S.p.A. e Gruppo Sereni S.r.l.¹), mentre la loro distribuzione viene effettuata dalla società controllata Laterpoint S.r.l. (attiva anche nella commercializzazione di prodotti di terzi).

Il controllo di Stbl è esercitato in modo congiunto dalle società La Capiterlina Holding S.r.l. (il cui capitale risulta ripartito tra molti soci con azionista di riferimento una persona fisica) e Efibanca S.p.A. (appartenente al gruppo bancario Banco Popolare), per via di una partecipazione al capitale sociale di Stbl rispettivamente pari all'84 e al 12% circa.

Nel corso dell'esercizio 2009, il gruppo Stabila ha conseguito un fatturato complessivo² di 109,3 milioni di euro, di cui 88,7 e 52,5 milioni di euro per vendite realizzate rispettivamente nell'Unione Europea e in Italia; in particolare, il fatturato relativo all'attività nei laterizi è stato pari a 36,2 milioni di euro, di cui 0,25 milioni di euro conseguiti all'estero.

Vela S.p.A. (di seguito, VI) è una società italiana posta a capo dell'omonimo gruppo attivo in particolare nella produzione e distribuzione di laterizi per l'edilizia (di tipo sia strutturale che ornamentale, in quest'ultimo caso laterizi per pavimenti e rivestimenti esterni), attraverso cinque stabilimenti produttivi situati nell'Italia settentrionale (tre in Lombardia e due in Emilia Romagna), nonché anche di prefabbricati leggeri (quali solai, doppi muri, travetti). La produzione di laterizi del gruppo Vela deriva dall'attività di due imprese (oltre alla stessa VI, Ilv Industria Laterizi Vogherese S.p.A.), mentre la loro distribuzione viene effettuata³ dalla società controllata Master Commerciale S.r.l. (attiva anche nella commercializzazione di prodotti di terzi).

Il controllo di VI è riconducibile alla famiglia Delaini che ne detiene, direttamente e indirettamente, più della metà del capitale sociale.

¹ Il controllo di Gruppo Sereni S.r.l. è congiunto con Gruppo Danesi S.p.A., società anch'essa attiva nella produzione e distribuzione di laterizi.

² I dati non includono il fatturato consolidato del gruppo bancario Banco Popolare pari, nel 2009, a circa 13,5 miliardi di euro.

³ In particolare per quel che riguarda i prodotti di tipo strutturale; i laterizi ornamentali vengono, invece, venduti direttamente da VI.

Il fatturato complessivamente realizzato da VI nel corso del 2009 è stato pari a 95,6 milioni di euro, quasi interamente (95,3 milioni) riferibili a vendite in Italia; in particolare, il fatturato relativo all'attività nei laterizi è stato pari a 48,2 milioni di euro.

II. DESCRIZIONE DELL'OPERAZIONE

La comunicazione in esame riguarda la costituzione da parte di Stbl e VI di un'impresa comune strutturata nella forma di due società, denominate Newco Stabila e Newco Holding, entrambe soggette al controllo congiunto delle Parti⁴. Il nuovo soggetto, che in accordo alle Parti svolgerà su base durevole tutte le funzioni di un'entità economica autonoma, comportando per le società madri l'uscita dai mercati dei laterizi dove verranno ad operare esclusivamente per il tramite dell'impresa comune (senza peraltro essere presenti né a monte, né a valle di essi), avrà la disponibilità della sfera produttiva e distributiva in relazione ai laterizi tanto del gruppo Stabila quanto del gruppo Vela.

Per quel che riguarda l'attività produttiva, la strutturazione dell'operazione risulta diversa nei due casi.

(i) In relazione a VI, si tratta di un accordo di fornitura esclusiva di lungo periodo (pari a nove anni e mezzo, automaticamente esteso per ulteriori periodi di tre anni in assenza di recesso finale; il recesso anticipato sarà possibile per la sola Newco Holding) in favore della stessa Newco Holding, con una serie di previsioni a garanzia dell'attività di quest'ultima. In particolare, il gruppo Vela concede un'esclusiva pluriennale impegnandosi: a non fornire i propri prodotti a soggetti diversi da Newco Holding; a soddisfare integralmente le richieste produttive avanzate da Newco Holding in appositi piani o previsioni d'acquisto (senza la previsione di minimi o massimi); a lasciare interamente a Newco Holding la scelta del prezzo dei laterizi da praticare sul mercato (che si riflette sul prezzo della fornitura, attesa la fissità del margine); a fornire -sempre in regime di esclusiva- anche nuove tipologie di prodotto, allo stato non ancora realizzate, su richiesta di Newco Holding (con diniego possibile solo con adeguata motivazione); a fornire a Newco Holding in forma gratuita diversi servizi supplementari (ricerca e sviluppo, formazione del personale, assistenza tecnica e alla clientela, ecc); a riconoscere a Newco Holding penali di importo significativo in caso di violazione delle principali pattuizioni.

(ii) In relazione al gruppo Stabila viene, invece, prevista la cessione, a Newco Stabila, del ramo d'azienda (immobilizzazioni materiali, immobilizzazioni immateriali, contratti) dedito alla produzione di laterizi mediante contratto di affitto di durata pari a nove anni e mezzo. A tale affitto di ramo d'azienda si accompagna un accordo di fornitura esclusiva, da parte di Newco Stabila e in favore di Newco Holding, dalle caratteristiche del tutto simili alla fornitura esclusiva pluriennale sopradescritta in relazione all'attività produttiva del gruppo Vela.

Per quanto riguarda, invece, l'attività distributiva, viene prevista da parte di Stbl e VI la costituzione, in favore di Newco Holding, di un diritto di usufrutto sull'intero capitale sociale delle rispettive controllate ivi attive (Laterpoint S.r.l. e Master Commerciale S.r.l., potendo peraltro

⁴ L'operazione in esame ricalca l'operazione all'epoca già comunicata dalle medesime parti (cfr. provv. n. 19324 del 18 dicembre 2008, C9831- *GRUPPO STABILIMENTI ITALIANI LATERIZI-VELA/IMPRESA COMUNE*, in Boll. n. 48/08), operazione cui le parti non hanno poi dato effettiva esecuzione in ragione del venir meno dei suoi presupposti economici. Oltre alla diversa strutturazione complessiva dell'operazione, descritta nel testo, la differenza tra le due operazioni si sostanzia anche in relazione al perimetro delle attività trasferite all'impresa comune, pari nella nuova situazione al solo ambito dei laterizi (e non già anche quello dei prefabbricati leggeri di VI come in precedenza previsto). Inoltre, la società Laternova S.r.l., il cui capitale sociale nella frazione detenuta dalle Parti confluirà nuovamente nell'impresa comune, risulta ora presente -secondo quanto indicato dalle parti stesse- nel solo ambito immobiliare a seguito della chiusura delle fornaci che, nella comunicazione precedente, accreditavano Laternova S.r.l. di significative quote di mercato nell'ambito dei laterizi.

l'usufruttuario nominare i membri dei rispettivi organi amministrativi), per una durata pari a quella delle sopradescritte forniture esclusive in favore della stessa Newco Holding.

Infine, con riferimento agli accordi di *governance* dell'impresa comune, Newco Holding vedrà una ripartizione paritetica del proprio capitale sociale tra Stbl e VI, con un numero (pari) di membri del Consiglio di amministrazione anch'esso equamente suddiviso e un'alternanza tra le due imprese madri nella nomina del relativo Presidente. Da parte sua, Newco Stabila vedrà una quota prevalente, pari al 75% del relativo capitale sociale, appannaggio di Stbl; tuttavia, la partecipazione qualificata di VI (pari al rimanente 25%) sarà associata al diritto di nominare un amministratore con potere di veto su decisioni strategiche quali l'approvazione del *budget* annuale della società.

III. QUALIFICAZIONE DELL'OPERAZIONE

L'operazione comunicata, in quanto comporta la costituzione di un'impresa comune, costituisce una concentrazione ai sensi dell'articolo 5, comma 1, lettera c), 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 e in quanto il fatturato totale realizzato, nell'ultimo esercizio a livello nazionale, da almeno una delle attività trasferite all'impresa comune è stato superiore a 47 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 dei laterizi in cui operano entrambe le società madri e in cui andrà ad operare l'impresa comune.

I laterizi sono materiali da costruzione e ristrutturazione utilizzati nell'edilizia. In generale, nell'ambito delle attività edili vengono impiegati un numero estremamente ampio di materiali e componenti aventi funzioni assai simili quando non direttamente coincidenti; la scelta tra di essi dipende da numerosi fattori, quali le *performance* (soprattutto per quel che riguarda l'isolamento termico, la fonoassorbente e la resistenza al fuoco), la conformità ai requisiti normativi, la destinazione d'uso delle unità immobiliari nonché le tradizioni costruttive proprie delle diverse aree geografiche.

In particolare, al laterizio tradizionale, di cui l'Italia è il maggiore produttore mondiale in ragione delle tradizioni costruttive nazionali e dell'abbondante disponibilità di materia prima, sono riconducibili tutti gli elementi in argilla (o in altri materiali argillosi) formati e poi cotti ad una temperatura sufficientemente elevata da ottenere, come risultato, una struttura ceramica.

I prodotti laterizi possono essere classificati secondo le seguenti cinque principali categorie: (i) materiali per muratura (sostanzialmente le diverse tipologie di mattoni); (ii) materiali per solai; (iii) tavellame; (iv) materiali per rivestimenti esterni e pavimenti; (v) materiali per copertura (tegole e coppi). In tutti i casi, si tratta di prodotti realizzati mediante un processo produttivo in fornace che, essenzialmente, prevede le fasi della preparazione dell'impasto, della formatura, dell'essiccazione e della cottura. Sebbene il grado di contiguità tra di essi, perlomeno sotto il profilo produttivo, sia piuttosto significativo, non solo può stabilirsi una distinzione più generale tra i laterizi strutturali (i), (ii) e (iii) e i laterizi di finitura od ornamentali (iv) e (v) ma, secondo

l'orientamento dell'Autorità, ciascun materiale può essere considerato un distinto mercato del prodotto⁵, la cui domanda origina essenzialmente da tutte le imprese attive nella costruzione e ristrutturazione edilizia nonché da rivenditori specializzati.

Nel caso di specie, si rilevano sovrapposizioni orizzontali tra le attività delle parti nei mercati *sub* (i), (ii) e (iii) dei laterizi per muratura, dei laterizi per solai e del tavellame⁶.

(i) Le diverse tipologie di mattoni che presentano un grado elevato di contiguità d'uso sono rappresentate dai mattoni pieni in laterizio, dai mattoni e blocchi semipieni in laterizio, dai mattoni e blocchi semipieni in laterizio porizzato, dai mattoni forati in laterizio e dai blocchi cementizi in argilla espansa.

(ii) I laterizi per solai sono costituiti da blocchi leggeri impiegati per la realizzazione delle strutture orizzontali di piano; essi sono caratterizzati da grandi dimensioni e da una percentuale di foratura del 65-70%.

(iii) Con il termine tavellame si fa riferimento a lunghi assi traforati a forma di parallelepipedo ottenuti per estrusione, essiccazione e cottura di argilla con l'eventuale aggiunta di additivi (sabbia, ossido di ferro, ecc). Al crescere delle dimensioni in termini di spessore e lunghezza, il tavellame assume le denominazioni di tavelline, tavelle (entrambe di norma utilizzate per controsoffitti, per foderare pareti verticali, per eseguire interventi di isolamento termico, ecc) e tavelloni (impiegati invece nelle strutture orizzontali degli edifici, nei tramezzi, nei sottotetti, nelle architravi, ecc). Si tratta di un prodotto non sostituibile con altri in relazione alle caratteristiche di solidità, affidabilità e resistenza.

Il mercato geografico

(i)-(ii) Per quel che riguarda la rilevanza geografica, la dimensione dei mercati *sub* (i) e (ii) può essere definita su base locale, tendenzialmente macroregionale.

Il raggio di distribuzione a partire dallo stabilimento di produzione risulta, infatti, fortemente condizionato dall'incidenza dei costi di trasporto; in particolare, anche in ragione della peculiare conformazione geografica del territorio nazionale, la distanza massima percorribile affinché la distribuzione rimanga economicamente conveniente è stata valutata in circa 300 chilometri.

In considerazione della localizzazione dei sei impianti di Stbl e dei cinque impianti di V1, tutti distribuiti nelle regioni Emilia Romagna, Veneto e Lombardia, appare possibile indicare l'esistenza di tre mercati geografici rilevanti, corrispondenti rispettivamente alle ripartizioni territoriali del Nord-Est, del Nord-Ovest e del Centro Italia.

Una tale limitata dimensione geografica, inquadrabile come ripartizionale, appare suffragata da diversi elementi ricavabili dalla stessa diretta esperienza delle parti quali, in particolare, la presenza di più impianti produttivi non solo all'interno della medesima ripartizione geografica, ma anche all'interno della medesima regione, nonché la frazione poco significativa delle vendite effettuate all'estero. Anche i dati forniti in relazione ai prodotti venduti nel Centro-Nord Italia da soggetti localizzati però all'esterno dell'area (importazioni da Germania, Austria e Slovenia più produttori del Mezzogiorno, nel complesso inferiori al 5% del totale), nonché alcune elaborazioni condotte su altri dati forniti dalle parti in relazione a sé stesse, confermano la rilevanza delle distanze nei mercati dei laterizi. In relazione a quest'ultimo aspetto, infatti, da una parte la ripartizione del Mezzogiorno (Sud e Isole), pur costituendo in generale in termini sia di volume che di valore la principale area di sbocco del Paese (insieme al Nord-Est), rappresenta una destinazione di vendita del tutto residuale sia per il gruppo Vela sia, ancor di più, per il gruppo

⁵ Cfr. provv. n. 19324, cit. e provv. n. 17522 del 24 ottobre 2007, A372 – MERCATO DEL CALCESTRUZZO CELLULARE AUTOCLAVATO, in Boll. n. 40/07..

⁶ Nel mercato *sub* (iv) è invece presente il solo gruppo Vela, senza peraltro la presenza delle parti a monte o a valle di esso.

Stabila (entrambi infatti localizzati al Nord). Dall'altra parte, la ripartizione in cui sono concentrati gli stabilimenti produttivi rappresenta, per entrambe le parti, di gran lunga il principale sbocco per le vendite, tanto in volume quanto in valore: nel caso di Stabila, si tratta del Nord-Est, nel caso di Vela si tratta del Nord-Ovest (nonché, in parte, dello stesso Nord-Est).

Ad ogni modo, anche restringendo l'attenzione ai soli ambiti regionali in cui si verificano sovrapposizioni tra le attività delle parti (Emilia Romagna e Lombardia), la valutazione della presente operazione non muterebbe.

(iii) In relazione invece al mercato del tavellame, atteso che -secondo quanto rappresentato dalle parti in maniera più circostanziata rispetto alla comunicazione precedente⁷- le fornaci di tutti gli operatori ivi attivi si trovano essenzialmente in due sole province (Siena e Vicenza, in ragione del fatto che l'argilla più adatta alla produzione si trova proprio in tali ambiti) e la loro produzione soddisfa la domanda in tutto il territorio nazionale, la dimensione geografica può essere assunta su scala nazionale ovvero, in caso, ristretta al solo Centro-Nord Italia.

Effetti dell'operazione

(i) Per quanto riguarda la produzione e distribuzione di laterizi per muratura nell'area del Nord-Est, l'impresa comune deterrà una quota di mercato del [25-30%]⁸ circa, valore pari alla somma delle quote riferibili a Stbl e VI compreso un [1-5%] circa derivante dalla distribuzione di laterizi prodotti da terzi.

Ad esito dell'operazione, di conseguenza, l'impresa comune diverrà il principale operatore del mercato; si registra, tuttavia, la presenza di qualificati concorrenti quali Wienerberger ([10-15%]) e Gruppo Zanrosso ([5-10%]) che si affiancano a imprese locali cui è riconducibile una più modesta frazione delle vendite. Vale inoltre rilevare come l'incidenza dell'impresa comune origini, per la gran parte, dalla significativa e preesistente presenza nell'area di una delle due società madri (Stbl con il [15-20%] circa), rimanendo l'apporto dell'altra (VI) di più modesta entità.

Per quel che concerne il Nord-Ovest, la quota complessiva dell'impresa comune, secondo operatore del mercato, sarà pari al [15-20%] circa (comprensivo di [inferiore all'1%] derivante dalla distribuzione di laterizi prodotti da terzi), a fronte dei principali concorrenti Fornaci Laterizi Danesi-Latercom ([30-35%]) e Wienerberger ([5-10%]), più altri operatori con percentuali minori. In maniera simmetrica rispetto al caso del Nord-Est, vale qui rilevare come l'incidenza dell'impresa comune origini, per la gran parte, dalla significativa e preesistente presenza nell'area di una delle due società madri (VI), essendo l'apporto dell'altra (Stbl) di modesta entità ([1-5%]). Nella ripartizione del Centro l'impresa comune avrà un peso complessivo del [1-5%] (sostanzialmente senza distribuzione di laterizi prodotti da terzi), a fronte di diversi concorrenti (in particolare, Donati Laterizi e Toppetti 2) attestati su valori significativamente superiori (pari al [15-20%] circa).

Restringendo l'analisi ad un ambito esclusivamente regionale, l'incidenza complessiva *post merger* risulta del [10-15%] circa in Emilia Romagna e del [25-30%] circa in Lombardia, dove comunque il risultato deriva dalla significativa e preesistente presenza di una delle due società madri (VI con il [25-30%] circa) e vi è la forte presenza di Fornaci Laterizi Danesi-Latercom ([45-50%]).

(ii) Anche nel caso della produzione e distribuzione di laterizi per solai nel Nord-Est l'impresa comune diverrà, ad esito dell'operazione, il principale operatore del mercato con un peso

⁷ Cfr. provv. n. 19324 cit..

⁸ Nella presente versione alcuni dati sono omessi, in quanto si sono ritenuti sussistenti elementi di riservatezza o di segretezza delle informazioni.

complessivo pari al [20-25%] quale somma dei valori attribuiti a Stbl e VI compreso un [1-5%] circa derivante dalla distribuzione di laterizi prodotti da terzi.

Anche in questo caso, tuttavia, oltre a registrarsi la presenza di operatori concorrenti quali, in particolare, Fornaci del Sile ([10-15%]), vale rilevare come l'incidenza dell'impresa comune origini, per la gran parte, dalla significativa e preesistente presenza nell'area di una delle due società madri (Stbl), essendo l'apporto dell'altra (VI) di modesta entità ([1-5%]).

Quanto alla ripartizione del Nord-Ovest, la frazione di mercato complessivamente riconducibile all'impresa comune ([15-20%], comprensiva di un [1-5%] derivante dalla distribuzione di laterizi prodotti da terzi) risulterà inferiore a quella del principale concorrente Fornaci Laterizi Danesi-Latercom ([20-25%]), oltre ad esser riconducibile -in maniera simmetrica rispetto al caso del Nord-Est- per la gran parte dalla significativa e preesistente presenza nell'area di una delle due società madri (VI), essendo l'apporto dell'altra (Stbl) di modesta entità ([inferiore all'1%]).

Nel Centro Italia l'impresa comune, attestata complessivamente al [5-10%] (sostanzialmente senza distribuzione di laterizi prodotti da terzi), fronteggerà la concorrenza di Wienerberger e Toppetti 2, attestati entrambi su valori considerevolmente superiori.

Restringendo l'analisi ad un ambito esclusivamente regionale, l'incidenza complessiva *post merger* risulta del [5-10%] circa in Emilia Romagna e del [25-30%] circa in Lombardia, dove, comunque, il risultato deriva dalla significativa e preesistente presenza di una delle due società madri (VI con il [25-30%] circa) e vi è la forte presenza di Fornaci Laterizi Danesi-Latercom ([25-30%]) e di Laterizi S. Antonio ([20-25%]).

(iii) Nel caso, infine, del tavellame (in relazione al quale non vi è distribuzione delle parti di laterizi prodotti da terzi), a livello nazionale l'impresa comune avrà un peso del [5-10%] circa quale risultante dalla somma dei valori attribuibili alle due società madri. A livello di Centro-Nord Italia, che rappresenta la gran parte del totale ([80-85%] circa), l'incidenza complessiva delle parti si manterrà su valori analoghi⁹, a fronte dei principali concorrenti Wienerberger e Fornaci Laterizi Danesi-Latercom attestati su valori superiori.

Tutti i mercati in questione *sub* (i)-(iii) risultano peraltro caratterizzati dall'assenza di particolari barriere all'entrata (al di là delle risorse finanziarie necessarie per avviare la produzione), nonché dalla rilevanza di recenti interventi legislativi e regolamentari per il risparmio energetico, con particolare attenzione all'isolamento termico e alla diminuzione dei consumi energetici¹⁰. Da quest'ultimo punto di vista, la crescente tendenza della domanda ad orientarsi verso prodotti con migliori *performance* potrebbe determinare in futuro un maggiore confronto competitivo tra produttori di laterizi tradizionali e produttori di materiali innovativi quali il calcestruzzo cellulare autoclavato, il legno, il legno mineralizzato, ecc.

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.

⁹ Un tale valore riferito all'intero Centro-Nord non appare, nell'ipotesi in cui si volesse analizzare la situazione anche a livello di ripartizione geografica (cfr. C9831 cit.), tale da sottendere quote particolarmente rilevanti a livello dei tre sottoinsiemi di cui si compone (Centro, Nord-Ovest, Nord-Est).

¹⁰ Si veda al riguardo provv. n. 17522 cit..

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

C11169 - IMPRESA/BTP INFRASTRUTTURE*Provvedimento n. 22696*

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 4 agosto 2011;

SENTITO il Relatore Dottor Antonio Pilati;

VISTA la legge 10 ottobre 1990, n. 287;

VISTA la comunicazione della società Impresa S.p.A., pervenuta in data 19 luglio 2011;

CONSIDERATO quanto segue:

I. LE PARTI

Impresa S.p.A. (di seguito, Imp) è una società di diritto italiano attiva, principalmente in Italia, nel settore delle opere pubbliche ed in particolare nella costruzione e manutenzione di infrastrutture (stradali, ferroviarie, metropolitane, di edilizia civile, ecc).

Imp risulta soggetta al controllo del suo principale azionista, la società Liguria Costruzioni S.r.l. attiva nello stesso settore economico, che ne detiene l'85% del capitale azionario (con il rimanente 15% appannaggio di una persona fisica).

Il fatturato conseguito dal gruppo Liguria Costruzioni nell'esercizio 2010 è stato complessivamente pari a [100-472] milioni di euro, di cui [100-472] milioni di euro per vendite realizzate in Italia e [inferiore a 1 milione di euro] nel resto dell'Unione europea¹.

Btp Infrastrutture S.r.l. (di seguito, Btpi) è una società italiana di recente costituzione che opera nel settore delle costruzioni e, in particolare, nell'ambito di appalti per progetti infrastrutturali (strade, autostrade, ponti, gallerie, ferrovie, metropolitane, opere idrauliche, ecc).

Il capitale sociale di Btpi è interamente detenuto dalla società Baldassini-Tognozzi-Pontello Costruzioni Generali S.p.A. (di seguito, Btpcg), a sua volta interamente controllata dalla società Holding Bf S.p.A..

Il fatturato conseguito, nel corso del 2010 e interamente in Italia, da Btpi è stato complessivamente pari a [100-472] milioni di euro.

II. DESCRIZIONE DELL'OPERAZIONE

La comunicazione in esame riguarda l'acquisizione, da parte di Imp e quindi del gruppo Liguria Costruzioni, del controllo di Btpi mediante l'acquisto dell'intero capitale sociale.

In particolare, l'operazione si inserisce nel quadro di una procedura fallimentare in relazione sia a Btpcg che a Holding Bf S.p.A.. Al riguardo, al fine di preservare la continuità dell'attività aziendale, l'Amministratore giudiziale di Btpcg ha deciso di conferire il ramo d'azienda della stessa società relativo alle costruzioni nel campo degli appalti pubblici per progetti infrastrutturali alla società di recente costituzione Btpi, con lo scopo di cedere poi quest'ultima ad un soggetto - individuato in Imp ad esito di una selezione delle diverse manifestazioni di interesse- che offrisse idonee garanzie economiche ed occupazionali.

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 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 operano entrambe le parti, ossia la progettazione e la realizzazione di lavori di ingegneria civile ed industriale con prevalenza di opere pubbliche ed infrastrutturali per la costruzione, in particolare, di strade e autostrade, ponti, viadotti, gallerie, ferrovie, metropolitane, dighe e opere idrauliche, ecc². L'attività di ingegneria comprende tutte le fasi necessarie alla realizzazione dell'opera pubblica, dagli studi di fattibilità e di impatto ambientale alla progettazione vera e propria, dalla direzione ed esecuzione dei lavori alla sicurezza, nonché il monitoraggio e la gestione dell'opera nel tempo.

Le dinamiche concorrenziali si esplicano attraverso il meccanismo delle gare pubbliche per l'aggiudicazione delle opere, dove si forma il prezzo; le gare sono bandite dagli enti pubblici di volta in volta interessati che esprimono la domanda del mercato.

Il mercato si caratterizza, pertanto, per la presenza di un legame contrattuale tra la Pubblica amministrazione che intende realizzare l'opera e le imprese esecutrici dei relativi lavori. Regola il settore la normativa di cui al Decreto Legislativo 12 aprile 2006, n. 163 (il cosiddetto Codice dei contratti pubblici relativi a lavori, servizi e forniture) che, tra le altre cose, predispone criteri di pubblicità e trasparenza nella selezione delle imprese interessate e fissa, altresì, i requisiti minimi di partecipazione.

Il mercato geografico

Per quel che riguarda la rilevanza geografica, la dimensione del mercato può ritenersi nazionale o anche tendenzialmente europea, a seconda dei casi. In particolare, la normativa soprarichiamata, peraltro di recepimento di direttive comunitarie in materia, fissa una soglia di valore dell'appalto superata la quale la partecipazione ai bandi deve essere estesa a tutte le imprese comunitarie (in possesso dei necessari requisiti). Di conseguenza, e almeno per le opere di maggiore rilievo, l'omogeneità nelle condizioni generali di accesso e di svolgimento delle gare pubbliche determina un ambito geografico di riferimento estendibile all'Unione Europea.

Come segnalato e come avvalorato dall'esperienza delle stesse Parti, il cui fatturato viene realizzato prevalentemente quando non esclusivamente in Italia, il mercato del prodotto -sebbene sostanzialmente armonizzato a livello europeo in virtù di quanto sopra- può anche essere circoscritto ad una dimensione nazionale, atteso il persistere di difficoltà logistiche ed amministrative per la partecipazione alle gare da parte di operatori esteri³.

² Cfr. provv. n. 2186 del 2 marzo 2011, C10953 – *Consorzio Cooperative Costruzioni CCC/Consorzio Ravennate delle cooperative di produzione e lavoro*, in Boll. n. 9/11.

³ Cfr. provv. n. 18222 del 2 aprile 2008, C9240 – *Strabag/Adanti*, in Boll. n. 13/08 e provv. n. 22200 del 9 marzo 2011, C10950 – *Toto Costruzioni Generali/Strada dei Parchi*, in Boll. n. 10/11.

Ad ogni modo, nel caso di specie la questione dell'esatta definizione del mercato geografico rilevante può essere lasciata aperta, atteso che la valutazione non muterebbe adottando l'ipotesi più restrittiva.

Effetti dell'operazione

Nel mercato italiano della progettazione e realizzazione di lavori di ingegneria civile ed industriale con prevalenza di opere pubbliche ed infrastrutturali, le parti sono presenti con un'incidenza piuttosto modesta, comunque singolarmente non superiore al [1-5%] considerando entrambe le misure dell'aggregato totale indicate dalle stesse Parti (risorse pubbliche a bilancio destinate a nuove infrastrutture e fatturato complessivo delle principali imprese del settore delle costruzioni). La presenza delle parti risulterebbe ancora meno rilevante in caso di estensione geografica del mercato al livello europeo, attesa la prevalenza (se non l'esclusività) della loro attività in Italia.

Il mercato italiano appare in contrazione, atteso il calo di risorse stanziato dallo Stato per la realizzazione di opere pubbliche e di nuove infrastrutture. Il mercato risulta, inoltre, piuttosto frammentato con la presenza di numerosi operatori concorrenti (quali Impregilo, Astaldi, Pizzarotti, Cmc, ecc) caratterizzati da quote contenute. Nel dettaglio, vi è una partecipazione maggiore a commesse medio piccole e lavori a basso contenuto tecnico, e una partecipazione più contenuta – compensata, tuttavia, dalla possibile apertura anche ad operatori comunitari - in caso di commesse di maggior importo e a più elevato contenuto tecnico-ingegneristico.

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;

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

C11170 - COOP ADRIATICA/SEI RAMI DI AZIENDA DI ALBREA*Provvedimento n. 22697*

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 4 agosto 2011;

SENTITO il Relatore Dottor Antonio Pilati;

VISTA la legge 10 ottobre 1990, n. 287;

VISTA la comunicazione della società Coop Adriatica Soc. Coop. a r.l., pervenuta in data 20 luglio 2011 e successivamente integrata in data 26 luglio 2011;

CONSIDERATO quanto segue:

I. LE PARTI

Coop Adriatica Soc. Coop. a r.l. (di seguito, Coop Adriatica), con sede legale a Villanova di Castenaso (BO), è una cooperativa di consumatori a capo di un gruppo di società attive principalmente a Bologna e in Romagna, nonché in alcune province del Veneto, delle Marche e dell'Abruzzo, nella distribuzione moderna di prodotti alimentari e generi di largo consumo, nella vendita di articoli per il *fai-da-te*. Essa gestisce piccoli punti vendita con l'insegna "*InCoop*", supermercati con insegna "*Coop*" ed ipermercati con insegna "*IperCoop*".

Coop Adriatica è parte del gruppo con a capo Coop Italia Soc. Coop. a r.l. (di seguito, Coop Italia), la quale svolge varie funzioni consortili a livello nazionale. In particolare, Coop Italia funge da centrale d'acquisto per tutte le cooperative socie, è proprietaria del marchio *Coop* utilizzato dalle imprese aderenti al consorzio, definisce e controlla gli *standard* qualitativi dei prodotti a marchio *Coop* forniti alle singole cooperative, gestisce iniziative promozionali legate a tale marchio.

Il fatturato consolidato realizzato in Italia da Coop Adriatica, nel 2010, è stato di circa 2,2 miliardi di euro.

Oggetto di acquisizione sono sei rami d'azienda di cui cinque ubicati nella provincia di Bologna e uno nel Comune di Ravenna, tutti appartenenti alla società Albrea S.r.l. (di seguito, "Albrea"). Il ramo d'azienda situato nel Comune di Ravenna, nonché quattro dei cinque rami situati a Bologna sono costituiti da punti vendita autorizzati all'attività di commercio al dettaglio in esercizi non specializzati con prevalenza di prodotti alimentari e bevande ed operano attualmente sotto l'insegna *Plenty Market*, mentre il rimanente ramo di Bologna opera invece sotto l'insegna *Eco Discount*. In particolare, i punti vendita localizzati nella provincia di Bologna hanno superfici di vendita comprese tra i 228 e i 395 m² (per una superficie complessiva pari a circa 1.400 m²); quello situato a Ravenna ha una superficie di circa 500 m².

Il fatturato realizzato dai rami d'azienda situati nella provincia di Bologna è stato nel 2010 complessivamente pari a circa 8 milioni di Euro; quello realizzato nello stesso anno dal ramo situato nel comune di Ravenna è stato pari a circa 3 milioni di euro.

II. DESCRIZIONE DELL'OPERAZIONE

L'operazione in esame consiste nell'acquisizione, da parte di Coop Adriatica, di sei punti vendita, appartenenti alla società Albrea, situati nelle province di Bologna e Ravenna. Coop Adriatica ha prestato il proprio consenso all'acquisto dei suddetti punti vendita intesi come un unico complesso aziendale, non essendo disponibile ad acquisire i singoli punti vendita separatamente. I punti

vendita oggetto della presente operazione saranno gestiti da Coop Adriatica sotto l'insegna "InCoop".

III. QUALIFICAZIONE DELL'OPERAZIONE

L'operazione comunicata, in quanto consiste nell'acquisizione di sei punti vendita legati da interdipendenza funzionale, comporta l'acquisizione del controllo di parti di impresa e costituisce un'unica 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

L'operazione in esame interessa il settore della distribuzione moderna di prodotti alimentari e non alimentari di largo e generale consumo. Tale settore si distingue dal dettaglio tradizionale sulla base sia della numerosità e tipologia dei prodotti venduti, sia della modalità di servizio reso ai clienti, alla quale è generalmente associata una diversa dimensione dei punti di vendita.

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 dimensione della superficie di vendita, il posizionamento di prezzo, l'ampiezza e la profondità della gamma di prodotti offerti.

Secondo quanto stabilito dall'Autorità nel caso *Schemaventuno-Promodes/Gruppo GS*¹, la diversità nella qualità e nel livello di servizi offerti dalle varie tipologie di punti vendita ne rende piuttosto deboli i rapporti di sostituibilità reciproci che risultano sostanzialmente limitati ai segmenti dimensionali immediatamente contigui.

Nel caso in esame, considerato che l'operazione riguarda l'acquisizione di rami d'azienda costituiti da punti vendita avente superficie compresa tra i 228 e i 395 m² nel caso della provincia di Bologna e pari a circa 500 m² nel caso del comune di Ravenna, il mercato rilevante è quello delle *superette*, composto dai punti vendita della distribuzione moderna aventi una superficie inferiore a 1.500 m².

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 di 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 i mercati geografici interessati sono quelli delle province di Bologna e di Ravenna.

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

Effetti dell'operazione

Nel mercato delle *superette* delle province di Bologna e di Ravenna le società del sistema Coop sono presenti con quote di mercato pari, rispettivamente, a circa il 39% ed il 19%².

A seguito dell'operazione tali quote verranno solo marginalmente incrementate in virtù della ridotta dimensione dei rami d'azienda oggetto dell'acquisizione (inferiore al 5%)³. Negli stessi mercati operano inoltre altri concorrenti, tra i quali, nella provincia di Bologna, Conad, Lidl e il gruppo Pam, con quote pari, rispettivamente, a circa il 21%, il 5% e il 4%; nella provincia di Ravenna, Conad e Crai, con quote rispettivamente pari a circa il 47% e il 9%.

Per quanto precede, l'operazione comunicata non altera le condizioni concorrenziali nei mercati interessati.

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.

² Elaborazione dell'Autorità su dati Nielsen (2011).

³ Le quote nel mercato provinciale di Bologna tengono conto dell'operazione di concentrazione C11171 notificata in data 20 luglio 2011.

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

IL SEGRETARIO GENERALE

Luigi Fiorentino

IL PRESIDENTE

Antonio Catricalà

C11171 - COOP ADRIATICA/RAMO DI AZIENDA DI BODAL*Provvedimento n. 22698*

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 4 agosto 2011;

SENTITO il Relatore Dottor Antonio Pilati;

VISTA la legge 10 ottobre 1990, n. 287;

VISTA la comunicazione della società Coop Adriatica Soc. Coop. a r.l., pervenuta in data 20 luglio 2011, successivamente integrata in data 26 luglio 2011;

CONSIDERATO quanto segue:

I. LE PARTI

Coop Adriatica Soc. Coop. a r.l. (di seguito, Coop Adriatica), con sede legale a Villanova di Castenaso (BO), è una cooperativa di consumatori a capo di un gruppo di società attive principalmente a Bologna e in Romagna, nonché in alcune province del Veneto, delle Marche e dell'Abruzzo, nella distribuzione moderna di prodotti alimentari e generi di largo consumo, nella vendita di articoli per il *fai-da-te*. Essa gestisce piccoli punti vendita con l'insegna "*InCoop*", supermercati con insegna "*Coop*" ed ipermercati con insegna "*IperCoop*".

Coop Adriatica è parte del gruppo con a capo Coop Italia Soc. Coop. a r.l. (di seguito, Coop Italia), la quale svolge varie funzioni consortili a livello nazionale. In particolare, Coop Italia funge da centrale d'acquisto per tutte le cooperative socie, è proprietaria dei marchi utilizzati dalle imprese aderenti al consorzio, definisce e controlla gli *standard* qualitativi dei prodotti a marchio *Coop* forniti alle singole cooperative, gestisce iniziative promozionali legate a tale marchio.

Il fatturato consolidato realizzato in Italia da Coop Adriatica, nel 2010, è stato di circa 2,2 miliardi di euro.

Oggetto di cessione è un complesso aziendale costituito da due punti vendita di proprietà della società della Bodal S.r.l.¹ (di seguito, Bodal), attivi nella commercializzazione al dettaglio di prodotti alimentari e non alimentari, ad oggi contraddistinti dal marchio "*Plenty Market*". Tale segno distintivo non è oggetto di cessione. In particolare, i due punti vendita, localizzati nella città di Bologna, hanno superfici di vendita rispettivamente di 170 e di 250 metri quadri.

Il fatturato realizzato dai punti vendita oggetto di acquisizione è stato, nel 2010, complessivamente pari a circa 5,2 milioni di Euro.

II. DESCRIZIONE DELL'OPERAZIONE

L'operazione comunicata consiste nell'acquisizione da parte Coop Adriatica di due punti vendita attualmente di proprietà della società Bodal, attivi nella città di Bologna. L'operazione è disciplinata da una manifestazione di interessi, sottoscritta tra Coop Adriatica e Bodal² nel mese di luglio c.a., che dà conto della volontà delle parti di dare luogo alla compravendita di un complesso aziendale composto da entrambi i punti vendita, la cui cessione dovrà realizzarsi simultaneamente

¹ La Società, costituita nel dicembre 2009, svolge attività di intermediazione immobiliare connessa all'attività di vendita all'ingrosso e al dettaglio in particolare per società appartenenti al medesimo gruppo.

² Al riguardo, le Parti indicano che il contratto di compravendita è sospensivamente subordinato all'autorizzazione *antitrust*, ma sarà perfezionato sulla base delle disposizioni contenute nella manifestazione di interesse.

entro e non oltre il 30 novembre 2011.³ In particolare, Coop Adriatica ha precisato di aver prestato il proprio consenso all'acquisto del complesso aziendale unitariamente inteso, non essendo disponibile ad acquistare i singoli punti vendita separatamente.

Obiettivo dell'acquisizione del suddetto complesso aziendale da parte di Coop Adriatica è, infatti, lo sviluppo della cooperativa in un segmento di mercato costituito dall'esercizio della piccola distribuzione di vicinanza (le cosiddette *superette*) in centri storici o comuni di minori dimensioni. I punti vendita oggetto della presente operazione saranno gestiti da Coop Adriatica sotto l'insegna "*InCoop*", che contraddistingue appunto i punti vendita di piccole dimensioni nell'ambito del sistema Coop.

III. QUALIFICAZIONE DELL'OPERAZIONE

L'operazione comunicata, in quanto consiste nell'acquisizione di due punti vendita legati da interdipendenza funzionale, comporta l'acquisizione del controllo di parte di impresa e costituisce un'unica 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

L'operazione in esame interessa il settore della distribuzione moderna di prodotti alimentari e non alimentari di largo e generale consumo.

Tale settore si distingue dal dettaglio tradizionale sulla base sia della numerosità e tipologia dei prodotti venduti, sia della modalità di servizio reso ai clienti, alla quale è generalmente associata una diversa dimensione dei punti di vendita.

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 dimensione della superficie di vendita, il posizionamento di prezzo, l'ampiezza e la profondità della gamma di prodotti offerti.

Secondo quanto stabilito dall'Autorità nel caso *Schemaventuno-Promodes/Gruppo GS*⁴, la diversità nella qualità e nel livello di servizi offerti dalle varie tipologie di punti vendita ne rende piuttosto deboli i rapporti di sostituibilità reciproci, che risultano sostanzialmente limitati ai segmenti dimensionali immediatamente contigui.

Nel caso in esame, considerato che l'operazione riguarda l'acquisizione di due punti vendita, ciascuno con una superficie massima di 250 metri quadri, il mercato rilevante è quello delle *superette*, composto da tutti i punti vendita della distribuzione moderna aventi una superficie inferiore a 1.500 metri quadri.

³ Nella lettera si indica, inoltre, che oggetto di acquisizione da parte di Coop Adriatica saranno ulteriori 5 punti vendita facenti capo a Albrea S.r.l., società collegata a Bodal S.r.l.. Cfr. l'operazione di concentrazione C11170 - *Coop Adriatica - Albrea srl*, comunicata in data 20 luglio 2011.

⁴ Cfr. provv. n. 6113 del 18 giugno 1998, C3037 - *Schemaventuno-Promodes Gruppo GS*, in Boll. n. 25/98.

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 di 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.

Nel caso in esame considerato che i punti vendita oggetto di acquisizione sono tutti localizzati nel comune di Bologna, che rappresenta un comune capoluogo di dimensione medio-grande, e considerato che l'acquisizione riguarda soltanto *superette*, destinate sostanzialmente a svolgere un servizio di vicinato, l'ambito geografico di riferimento per la valutazione dell'operazione sembra essere più correttamente individuato dal solo territorio del comune di Bologna.

Tuttavia, ai fini dell'operazione in esame, l'esatta definizione del mercato geografico (comunale o provinciale) può rimanere aperta, dato che, comunque si definisca il mercato, non si determinano restrizioni della concorrenza sul mercato italiano.

Effetti dell'operazione

Nel mercato delle *superette* nel comune di Bologna, le cooperative appartenenti al sistema Coop sono presenti con una quota di mercato pari a circa il 22%⁵, che si incrementerà marginalmente a seguito della ridotta dimensione dei rami d'azienda oggetto di acquisizione (incremento è inferiore al 5%).⁶ Anche volendo considerare il più ampio mercato della provincia di Bologna, la quota di mercato del sistema Coop non sarà superiore, a seguito dell'operazione in esame, al 40%. Inoltre, occorre rilevare che nella provincia di Bologna operano altri concorrenti, attivi nel mercato delle *superette*, tra cui Gruppo Pam, Lidl e Conad con quote comprese tra il 4%-21%.

Per quanto precede, l'operazione comunicata non appare suscettibile di alterare in maniera significativa le condizioni concorrenziali nel mercato interessato, qualunque sia l'ambito geografico considerato, anche alla luce dell'acquisizione di ulteriori punti vendita, tutti di dimensione marginale e volti a servire una domanda di vicinato, da parte di Coop Adriatica.

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.

⁵ Elaborazione dell'Autorità su dati Nielsen (2011).

⁶ Le quote tengono conto anche dell'operazione di concentrazione C11170, comunicata in data 20 luglio 2011.

IL SEGRETARIO GENERALE

Luigi Fiorentino

IL PRESIDENTE

Antonio Catricalà

C11172 - AUTOGRILL/RAMO DI AZIENDA DI ESSEDIEMME*Provvedimento n. 22699*

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 4 agosto 2011;

SENTITO il Relatore Dottor Antonio Pilati;

VISTA la legge 10 ottobre 1990, n. 287;

VISTA la comunicazione della società Autogrill S.p.A., pervenuta in data 20 luglio 2011;

CONSIDERATO quanto segue:

I. LE PARTI

Autogrill S.p.A. (di seguito, Autogrill) è una società controllata da Schematrentaquattro S.r.l., a sua volta controllata da Edizione S.r.l..

Autogrill, direttamente e tramite società da essa controllate, opera su scala mondiale nel settore della ristorazione commerciale per le persone in movimento, nonché nella ristorazione moderna a servizio rapido, in luoghi caratterizzati da elevata affluenza di consumatori, in concessione e non. Il gruppo Autogrill opera con i marchi registrati: Autogrill, Ciao, Spizzico, Motta, Alemagna, Pavesi, Burger King, PanEsprit e Acafè, attraverso una rete commerciale dislocata nelle autostrade, nelle stazioni ferroviarie, in centri commerciali, negli aeroporti e, in via marginale, nei centri urbani.

Nel corso del 2010 Autogrill ha realizzato un fatturato di circa 6.014 milioni di euro; a livello nazionale, il fatturato realizzato è stato pari a 1.630 milioni di euro.

Oggetto di acquisizione è un ramo di azienda che svolge attività di somministrazione al pubblico di alimenti e bevande e vendita al dettaglio di prodotti diversi di proprietà della società Essediemme S.r.l., la quale è attiva, tra le altre cose, nella commercializzazione di carburanti.

II. DESCRIZIONE DELL'OPERAZIONE

L'operazione in esame consiste nell'acquisizione da parte di Autogrill, attraverso contratto di affitto di lunga durata (sei anni), di un ramo d'azienda di proprietà della società Essediemme S.r.l., destinato alla somministrazione al pubblico di alimenti e bevande e vendita al dettaglio di prodotti diversi attraverso un punto vendita in fregio alla S.S. 99, Km. 5+189, direzione Matera/Altamura, nel territorio del Comune di Altamura (BA).

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, 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 settore interessato dall'operazione in esame è quello della ristorazione commerciale, consistente nell'attività di somministrazione al pubblico di alimenti e bevande.

In tale settore sono presenti diverse tipologie di esercizi commerciali, che vanno dal semplice bar, in grado di somministrare solo bevande e dolci, agli esercizi in grado di offrire anche un servizio di ristorazione veloce (*snack-bar, fast-food, pizzerie al taglio, self-service, take-away*), sino ai tradizionali ristoranti con servizio al tavolo. Ad ognuno di tale esercizi è associata almeno una delle seguenti licenze: a) somministrazione di bevande e dolci (bar, gelaterie, pasticcerie e similari); b) servizi di ristorazione (ristoranti, pizzerie, trattorie, tavole calde e similari).

Ai fini della presente valutazione, tuttavia, non appare necessario stabilire se i bar e gli esercizi adibiti al servizio di ristorazione veloce identifichino, sotto il profilo merceologico, un mercato distinto rispetto a quello della ristorazione tradizionale, ovvero se essi facciano parte di un più ampio mercato della ristorazione.

In considerazione dei comportamenti di acquisto dei consumatori e, in particolare, dell'importanza da questi attribuita alla prossimità dei punti di ristoro, il mercato geografico interessato ha una dimensione locale, non superiore ai confini della provincia interessata.

Il mercato della ristorazione veloce è caratterizzato da un'estrema frammentazione dell'offerta e da un'ampia varietà di soluzioni organizzative, rese possibili, tra l'altro, dalla larga presenza di imprese a carattere familiare; a ciò si aggiunga che Autogrill non è attualmente presente, attraverso propri punti vendita, nell'ambito comunale di Altamura, nel quale è localizzato l'esercizio commerciale oggetto di acquisizione, mentre è presente nella provincia di Bari attraverso tre esercizi commerciali.

Alla luce di quanto sopra evidenziato, l'operazione comunicata non appare in grado di mutare sostanzialmente le condizioni concorrenziali esistenti sul mercato interessato.

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

DELIBERA

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

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

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

IL SEGRETARIO GENERALE
Luigi Fiorentino

IL PRESIDENTE
Antonio Catricalà

C11173 - ABB/PGC POWERGEN CONSULTING

Provvedimento n. 22700

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 4 agosto 2011;

SENTITO il Relatore Dottor Antonio Pilati;

VISTA la legge 10 ottobre 1990, n. 287;

VISTA la comunicazione della società ABB Ltd, pervenuta in data 19 luglio 2011;

CONSIDERATO quanto segue:

I. LE PARTI

ABB Ltd (di seguito, ABB) è una società di diritto svizzero a capo del gruppo ABB. Il gruppo riconducibile ad ABB è attivo a livello mondiale nel settore delle tecnologie per l'energia e l'automazione che consentono alle industrie di migliorare la loro *performance*, riducendo al contempo l'impatto ambientale.

Le azioni di ABB sono quotate alla borsa svizzera ed alle borse di Stoccolma e New York. Nessuno degli azionisti di ABB esercita, individualmente o collettivamente, un'influenza determinante sulla società. Il principale azionista di ABB alla data del 31 dicembre 2010 è Investor AB, che detiene il 7,2% del capitale totale e dei diritti di voto, mentre nessun altro azionista detiene più del 3% dei diritti di voto totali.

Nel 2010 il fatturato consolidato realizzato a livello mondiale dal gruppo ABB è stato di circa 25 miliardi di euro, di cui circa [9-10]¹ miliardi di euro realizzati nell'Unione Europea e circa [1-2] miliardi di euro realizzati in Italia.

PCG Powergen Consulting SA è una società *holding*, di proprietà di alcune persone fisiche, avente come unica attività la detenzione di partecipazioni in Trasfor Electric Company (di seguito, Trasfor), una società di diritto svizzero, principalmente attiva nella produzione e commercializzazione di trasformatori, usati per le più diverse applicazioni in molteplici settori industriali. Trasfor essenzialmente produce e commercializza tre tipologie di prodotti: trasformatori a secco, reattori/induttori e reattori e trasformatori raffreddati ad acqua.

A sua volta, Trasfor controlla altre 8 società.

Nel 2010, il fatturato realizzato a livello mondiale da Trasfor è stato di circa 83,3 milioni di euro, di cui circa [47-100] milioni di euro realizzati nell'Unione Europea e circa [1-10] milioni di euro realizzati in Italia.

II. DESCRIZIONE DELL'OPERAZIONE

L'operazione in esame consiste nell'acquisizione, da parte di ABB mediante la controllata ABB Schweiz AG, del controllo esclusivo di PCG Powergen Consulting SA e, di conseguenza, di Trasfor e delle sue controllate. A seguito dell'operazione, ABB acquisirà la totalità del capitale azionario di PCG Powergen Consulting SA e, di conseguenza, il controllo esclusivo di Trasfor.

E' previsto che i venditori si impegnino, per un periodo di due anni dalla data di perfezionamento dell'operazione, a fare in modo che nessuno di loro, direttamente o indirettamente, investa,

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

possieda, gestisca, controlli o partecipi alla proprietà, gestione, operatività o controllo di alcuna attività in cui prodotti o servizi si pongano in concorrenza del tutto o in parte con i prodotti, servizi ed attività trasferiti a Trasfor. E' prevista una deroga a tale obbligo nei seguenti casi: 1) allorché un venditore acquisisca una partecipazione inferiore al 5% in una società, a condizione che i tutti venditori nel loro insieme non detengano più del 10% delle quote; 2) con riferimento ad attività rispetto alle quali Trasfor cessi di operare dopo la conclusione dell'operazione; 3) con riferimento alle attività di una società terza, precedentemente partecipata dai venditori, con riguardo ai trasformatori e reattori di un determinato voltaggio.

Inoltre, i venditori si impegnano, per lo stesso periodo, a fare in modo che nessuno di loro, direttamente o indirettamente, solleciti o tenti di sollecitare alcuno dei dipendenti di Trasfor a lasciare l'impiego, o fornisca lavoro ad alcuno dei suoi dipendenti, o tenti di indurre o induca clienti, fornitori, rivenditori o partner commerciali a cessare ogni rapporto con Trasfor.

Entrambe i patti hanno durata biennale, a far data dal momento di perfezionamento dell'operazione. È, però, previsto un ulteriore obbligo di non concorrenza a carico di un dipendente, destinato ad operare per ulteriori due anni dal momento in cui questo dovesse cessare il proprio impiego presso Trasfor.

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.

I patti di non concorrenza e non sollecitazione descritti in precedenza possono essere qualificati come accessori alla concentrazione comunicata, nella misura in cui contengono restrizioni direttamente connesse alla realizzazione dell'operazione limitatamente ad un periodo di due anni dal *closing* dell'operazione, e ad essa necessarie², in quanto funzionali alla salvaguardia del valore dell'azienda acquisita, avendo una durata temporale limitata, una portata materiale circoscritta all'attività economica dell'impresa ceduta e un ambito di applicazione territoriale correlato alla dimensione del mercato sui cui Trasfor opera.

IV. VALUTAZIONE DELLA CONCENTRAZIONE

Il mercato del prodotto

In considerazione dell'attività svolta dalla società oggetto di acquisizione, l'operazione in esame interessa il settore dell'equipaggiamento per il settore elettrico, all'interno del quale vengono identificati diversi mercati rilevanti a seconda che si tratti di prodotti a basso, medio o alto voltaggio. Per quanto riguarda, in particolare, i trasformatori elettrici (definibili come apparecchiature convertitrici in grado di modificare la tensione e l'intensità della corrente elettrica), l'Autorità ha in precedenza distinto linee di prodotti differenti, quali i trasformatori di tensione e i trasformatori di distribuzione (la tecnologia e il *know how*, infatti, differiscono sostanzialmente e per di più, dal lato della domanda, le due tipologie di trasformatori non sono

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).

generalmente considerate intercambiabili)³. I trasformatori a secco sono generalmente trasformatori di distribuzione.

In ogni caso, alla luce della modeste sovrapposizioni delle attività delle Parti, (destinate a prodursi solo con riguardo ai trasformatori a secco di media tensione), non pare necessario procedere ad una più dettagliata definizione del mercato rilevante.

Il mercato geografico

La dimensione geografica rilevante, con riferimento all'equipaggiamento ed ai componenti per il settore elettrico, è lo SEE, alla luce della mancanza di barriere commerciali o attraverso standard tecnici, del fatto che la maggior parte dei produttori sia attiva a livello SEE e della scarsa incidenza dei costi di produzione sul valore dei prodotti.

Effetti dell'operazione

A seguito dell'operazione, nei mercati europeo ed italiano della produzione e vendita dei trasformatori a secco di medio voltaggio le parti verranno a detenere una quota aggregata pari, rispettivamente, al [5-10%] e al [5-10%].

Laddove, invece, si facesse riferimento al più ampio mercato europeo dei trasformatori di distribuzione a medio voltaggio, la quota imputabile alle parti non sarebbe superiore al [10-15%].

Sia a livello europeo che nazionale, inoltre, sono presenti sul mercato numerosi e qualificati concorrenti, quali Siemens e SGB-SMIT, Schneider, TMC e Tesar.

In virtù di quanto considerato, si ritiene che nel mercato di riferimento l'operazione non avrà effetti pregiudizievoli per la concorrenza, non determinando modifiche sostanziali nella struttura concorrenziale dello stesso.

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

³ Cfr. provv.n. 18498 del 12 giugno 2008, C9380 - *Melrose/FKI*, in Boll. n. 23/08

C11174 - ROBERT BOSCH/INUBIT*Provvedimento n. 22701*

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 4 agosto 2011;

SENTITO il Relatore Professore Carla Bedogni Rabitti;

VISTA la legge 10 ottobre 1990, n. 287;

VISTA la comunicazione della società Robert Bosch GmbH, pervenuta in data 19 luglio 2011;

CONSIDERATO quanto segue:

I. LE PARTI

Robert Bosch GmbH (di seguito, Bosch) è una società di diritto tedesco a capo dell'omonimo gruppo attivo, a livello mondiale, nella fornitura di componenti e macchinari al settore automobilistico, nella produzione e distribuzione di elettrodomestici, di sistemi di automazione industriale, di elettrotrattori per l'artigianato e l'industria, e di sistemi di sicurezza e di imballaggio.

Il 92% circa del capitale sociale di Bosch è detenuto dalla fondazione Robert Bosch Stiftung GmbH, il 7,4% circa dalla famiglia Bosch, lo 0,010% da Robert Bosch Industrietreuhand Kommanditgesellschaft e il restante 0,6% circa dalla stessa Bosch.

Nel 2010 il fatturato consolidato realizzato a livello mondiale dal gruppo Bosch è stato di circa 47,3 miliardi di euro, di cui circa 25,4 miliardi di euro realizzati nell'Unione Europea e circa 2 miliardi di euro realizzati in Italia.

Inubit AG (di seguito, Inubit) è una società di diritto tedesco attiva nel settore del *business process management*, dove offre prodotti informatici su misura che consentono di ottimizzare e automatizzare tutti i processi delle aziende (quali, ad esempio, la gestione delle fatture, l'uso della firma elettronica, l'abilitazione dei servizi, l'automazione dei processi cartacei, il monitoraggio in tempo reale, la reportistica, ecc.)

Il capitale sociale di Inubit è detenuto per un 20% ciascuno dal socio fondatore e da IBB Beteiligungsgesellschaft mbH, per il 18% da Aurelia Private Equity GmbH, per il 15% da Vengetis Capital AG. La restante quota è distribuita tra diversi venture capitalist, società di private equity, ecc.

Nel 2010 il fatturato realizzato a livello mondiale da Inubit è stato di circa 9,8 milioni di euro, di cui circa 8,8 milioni di euro realizzati nell'Unione Europea. Al momento non viene realizzato in Italia alcun fatturato¹.

II. DESCRIZIONE DELL'OPERAZIONE

L'operazione in esame consiste nell'acquisto, da parte di Bosch, del 100% delle azioni di Inubit. All'esito dell'operazione, l'intero capitale sociale di Inubit sarà detenuto da Bosch, che eserciterà il controllo esclusivo su tale società.

¹ Le parti precisano però che nel 2011 Inubit ha cominciato ad operare anche in Italia, dove si prevede un fatturato di circa 300.000 Euro.

III. QUALIFICAZIONE DELL'OPERAZIONE

L'operazione comunicata, in quanto comporta l'acquisizione del controllo esclusivo di un'impresa, costituisce un'operazione di 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 economico interessato dalla presente operazione è quello dei servizi di *information technology* (IT), dove opera la società oggetto di acquisizione.

All'interno di tale settore, la distinzione in mercati più specifici non risulta agevole. Questa difficoltà deriva principalmente dalla rapida evoluzione tecnologica che caratterizza il comparto IT e dal fatto che le imprese ivi presenti tendono ad offrire una molteplicità di servizi, adattando la propria offerta alla stessa evoluzione tecnologica, alla domanda e alle esigenze della clientela.

Al riguardo, la Commissione europea ha individuato sette segmenti che identificano una pluralità di servizi informatici diretti ad imprese e enti pubblici, tra cui lo sviluppo di *software* (*software development*). Deve, tuttavia, rilevarsi una certa sostituibilità dal lato dell'offerta, anche in considerazione del fatto che i fornitori di servizi IT offrono generalmente una gamma più o meno ampia di prestazioni diverse in pacchetti che possono interessare tutti o alcuni dei segmenti individuabili.

Anche all'interno dello sviluppo e commercializzazione di programmi *software*, è possibile individuare una pluralità di ambiti, *in primis* a seconda della destinazione finale del prodotto, se a consumatori per uso domestico (*consumer software*) ovvero a imprese e istituzioni per uso professionale (*business software*). A loro volta, i *software* di tipo *business* si possono dividere in programmi per infrastrutture di sistema (i cosiddetti *system infrastructure software*) e programmi applicativi (*application software*) a supporto delle principali funzioni aziendali.

Nel caso di specie, l'attività di Inubit interessa l'area dell'*application software* ed, in particolare, il *business process management software*, quello cioè mirato a velocizzare e semplificare la gestione ed il miglioramento dei processi aziendali. Ad ogni modo, nel caso di specie non è necessario addivenire ad una precisa delimitazione merceologica del mercato.

Il mercato geografico

Per quel che riguarda la rilevanza geografica, la dimensione del mercato può ritenersi sovranazionale, mondiale ad avviso delle Parti². Queste sottolineano infatti l'importanza di diversi elementi, quali: la distribuzione su scala mondiale dei *software*; la similitudine dei prezzi a livello internazionale; la comunanza di esigenze e preferenze in termini di sviluppo tra gli utilizzatori indipendentemente dalla loro localizzazione (le configurazioni dei prodotti sono difatti sostanzialmente le medesime e i prodotti stessi vengono consegnati senza particolari necessità di adattamenti a specifiche locali, salva la traduzione del manuale d'uso); la scarsa incidenza dei costi di trasporto.

² Cfr. ad es. provv. n. 20870 del 3 marzo 2010, C10490 - *International Business Machines/Intelliden*, in Boll. n. 9/10.

Oltre alle condizioni di relativa omogeneità della domanda e dell'offerta, l'ipotesi di dimensione sovranazionale trae conferma, tra l'altro: dall'evoluzione a livello globale delle conoscenze tecnologiche e informatiche; dalla circostanza che gli acquirenti non sono soggetti a restrizioni territoriali e selezionano i propri fornitori confrontando operatori internazionali; dal fatto che i principali operatori sono imprese multinazionali che possono servire i mercati esteri senza necessariamente ivi disporre di una presenza fissa, ma agendo attraverso *partners* locali o l'invio *in loco* di proprio personale; infine, dall'assenza di particolari barriere normative, amministrative o commerciali, di carattere tariffario e non, per lo svolgimento dell'attività all'estero.

Quanto alla facilità di trasporto dei prodotti e con specifico riferimento ai *software*, vale considerare come la loro commercializzazione possa avvenire per il tramite di soluzioni tecnologiche (ad esempio rete *internet* e/o Cd inviato per posta) che ne facilitano la diffusione a livello mondiale, così come in relazione ai servizi di assistenza e manutenzione che vengono generalmente offerti dal fornitore via telefono e/o *internet*.

Effetti dell'operazione

Le Parti rilevano che nel mercato dei *business process management* Bosch non svolge, in Italia, alcuna attività; la quota di mercato detenuta in Italia da Inubit, ove si tenga conto del fatturato che verrà ivi realizzato nel 2011, sarà in ogni caso di gran lunga inferiore a [1-5%]³. Pur non fornendo dati relativi alle quote delle Parti a livello sovranazionale, le Parti osservano che la quota di Inubit risulterebbe comunque molto modesta, essendo tale società di dimensioni ridotte, con vendite a livello mondiale inferiori a 10 milioni di euro.

Il mercato in esame risulta inoltre caratterizzato dalla presenza di numerosi e qualificati concorrenti (quali Microsoft, VMware, Hp, Bmc, Symantec, ecc.), nonché dall'assenza di significative barriere all'ingresso (dati i particolari tassi di dinamicità e innovazione che caratterizzano il settore dell'IT, è possibile sviluppare con successo nuovi *software* con tempi e costi ridotti, disponendo della necessaria esperienza, competenza tecnica e *know how*).

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 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.

³ Nella presente versione alcuni dati sono omessi, in quanto si sono ritenuti sussistenti elementi di riservatezza o di segretezza delle informazioni.

IL SEGRETARIO GENERALE

Luigi Fiorentino

IL PRESIDENTE

Antonio Catricalà

C11175 - PHILIPS/POVOS ELECTRIC APPLIANCE (SHANGHAI) CO.*Provvedimento n. 22702*

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 4 agosto 2011;

SENTITO il Relatore Professore Carla Bedogni Rabitti;

VISTA la legge 10 ottobre 1990, n. 287;

VISTA la comunicazione della società Koninklijke Philips Electronics Nv, pervenuta in data 20 luglio 2011;

CONSIDERATO quanto segue:

I. LE PARTI

Koninklijke Philips Electronics Nv (di seguito, Kpe), di diritto olandese, è la società posta al vertice del gruppo Philips attivo a livello mondiale nello sviluppo, produzione e vendita di un'ampia gamma di prodotti elettronici quali apparecchi per l'illuminazione e l'intrattenimento, elettrodomestici, elettronica di consumo, apparecchiature mediche. Il gruppo Philips si articola nelle tre divisioni operative *healthcare*, *lighting* e *consumer lifestyle*, l'ultima delle quali interessata dalla presente operazione.

Kpe è una società quotata presso le borse valori di Amsterdam e New York e presenta un azionariato diffuso, con nessuno dei soci in grado di esercitarne il controllo esclusivo.

Il fatturato conseguito dal gruppo Philips nell'esercizio 2010 è stato complessivamente pari a [20-30]¹ miliardi di euro, di cui [8-9] miliardi di euro e [700-1.000] milioni di euro per vendite realizzate rispettivamente nell'Unione europea e in Italia.

Povos Electric Appliance (Shanghai) Co Ltd (di seguito, Pea), di diritto cinese, è una società che opera, con vendite prevalentemente realizzate in territorio cinese, nella produzione e commercializzazione di piccoli elettrodomestici (quali pentole elettriche per la cottura del riso, fornelli ad induzione, pentole a pressione elettriche, bollitori elettrici) e di erogatori e purificatori d'acqua (in quest'ultimo caso per via della partecipazione totalitaria al capitale della società Povos Water Purification Technology Co Ltd che verrà a detenere al perfezionamento dell'operazione).

Il capitale sociale di Pea risulta riconducibile, direttamente e indirettamente, a due persone fisiche.

Pea ha conseguito, nel corso del 2010, un fatturato complessivamente pari a [100-472] milioni di euro, di cui [1-10] milioni di euro e [inferiore a 1 milione di] euro per vendite realizzate rispettivamente nell'Unione Europea e in Italia.

II. DESCRIZIONE DELL'OPERAZIONE

L'operazione in esame riguarda l'acquisizione, da parte di Kpe per il tramite di due controllate cinesi e quindi del gruppo Philips, del controllo di Pea mediante l'acquisto dell'intero capitale sociale. L'operazione comprende anche il trasferimento all'acquirente di una serie di *asset* del gruppo Povos relativi alla produzione e commercializzazione di piccoli elettrodomestici ed erogatori e purificatori d'acqua.

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

L'operazione prevede, inoltre, alcune clausole di non concorrenza e di non sollecitazione. In particolare, i venditori si impegnano, per un periodo di cinque anni, a non svolgere direttamente o indirettamente alcuna attività in concorrenza con le attività cedute, nonché a non sollecitare, direttamente o indirettamente, il personale di Pea o del gruppo acquirente.

III. QUALIFICAZIONE DELL'OPERAZIONE

L'operazione comunicata, in quanto comporta l'acquisizione del controllo di un'impresa e parti d'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.

I patti di non concorrenza e di non sollecitazione descritti in precedenza possono essere qualificati come accessori alla concentrazione comunicata nella misura in cui contengono restrizioni direttamente connesse alla realizzazione dell'operazione e ad essa necessarie². In particolare, nel caso di specie gli impegni assunti dai venditori vanno a beneficio dell'acquirente e rispondono all'esigenza di garantire a quest'ultimo il trasferimento dell'effettivo valore dell'acquisizione. Tuttavia, per non travalicare i limiti di quanto ragionevolmente richiesto allo scopo, è necessario che la durata sia limitata a due anni e che la portata geografica non ecceda l'attuale ambito territoriale di operatività delle attività oggetto di acquisizione.

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 la società oggetto di acquisizione ossia i piccoli elettrodomestici e gli erogatori d'acqua. In particolare, in Italia Pea è presente soltanto con riferimento agli erogatori d'acqua e, in misura più limitata, ai bollitori elettrici; da parte sua, Kpe non opera nell'ambito degli erogatori d'acqua mentre ha venduto bollitori elettrici in territorio italiano. Nel merito si osserva quanto segue.

(i) L'ampio aggregato degli elettrodomestici ad uso domestico comprende i grandi elettrodomestici (apparecchiature di grandi dimensioni, spesso pesanti e di difficile spostamento, con una collocazione generalmente fissa all'interno della casa quali frigoriferi, forni, lavatrici, lavastoviglie, ecc, noti anche come elettrodomestici bianchi), gli apparati elettronici per il divertimento (televisori, stereo, lettori dvd, ecc, noti anche come apparecchi da salotto o elettrodomestici bruni per via della tradizionale finitura in bachelite o legno³) e i piccoli elettrodomestici (apparecchiature elettriche relativamente portatili che vengono riposti in qualche spazio della casa dopo l'uso). Questi ultimi si articolano a loro volta in diverse categorie a seconda della destinazione d'uso, principalmente per la cucina (frullatori, tritatutto, spremiagrumi, mini forni, tostapane, caffetterie elettriche, bollitori elettrici, ecc) ma anche per la cura della persona (bilance, rasoi, asciugacapelli, apparecchi per l'igiene orale, ecc) e della casa (ferri da stiro). Al

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).

³ Gli elettrodomestici bruni sono stati tradizionalmente caratterizzati da un più alto tasso di innovazione tecnologica rispetto agli elettrodomestici bianchi, che sono considerati più "di sostituzione", sebbene anche per i secondi sia oramai in atto una forte spinta tecnologica finalizzata al risparmio energetico.

riguardo, sebbene i produttori possano, almeno potenzialmente, offrire l'intera gamma di piccoli elettrodomestici, dal punto di vista della domanda ogni categoria assolve una propria funzione ed è destinata ad utilizzi specifici, e potrebbe quindi individuare un autonomo ambito merceologico. Nel caso di specie, i bollitori elettrici sono piccoli elettrodomestici da cucina, collegati ad una presa elettrica e generalmente costruiti in plastica o acciaio con manico in plastica, usati per riscaldare l'acqua portandola ad ebollizione nella preparazione di infusi, tè o tisane.

Ad ogni modo, nel caso di specie la questione dell'esatta delimitazione merceologica del mercato può essere lasciata aperta, atteso che la valutazione non muterebbe adottando l'ipotesi più restrittiva (i soli bollitori elettrici).

(ii) Gli erogatori d'acqua (*water dispenser*) sono apparecchi che permettono la somministrazione di acqua potabile (naturale o gassata; refrigerata, a temperatura ambiente o riscaldata) principalmente in luoghi di lavoro o comunque comunitari e aperti al pubblico (scuole, ospedali, centri commerciali, centri sportivi, ecc). Esistono tre principali categorie di apparecchi: gli erogatori a boccioni (l'apparecchio contiene gli elementi per il raffreddamento/riscaldamento e il porta bicchieri, mentre un boccione monouso posto al di sopra contiene la riserva d'acqua; ciò richiede la consegna e il ritiro presso il cliente dei boccioni d'acqua, e l'offerta include di solito servizi di noleggio, installazione e manutenzione); le colonnine d'acqua (costituite da un serbatoio, un pulsante e un filtro per la purificazione; l'offerta include di solito il cambio periodico dei filtri); le fontanelle (dotate di un piccolo lavandino e normalmente non contenenti filtri per la purificazione, con la somministrazione di acqua direttamente dalla fonte pubblica).

Si tratta di apparecchiature che consentono l'erogazione di acqua potabile; l'acqua utilizzata può essere di rubinetto, minerale, purificata o di altro genere. Sotto il profilo merceologico, i vari erogatori appaiono presentare elementi di significativa sostituibilità dal punto di vista sia della domanda che dell'offerta⁴, e danno luogo ad uno specifico mercato del prodotto distinto dal mercato dell'acqua minerale in bottiglia per usi domestici e Ho.Re.Ca. (ad esempio la domanda per la fornitura dei *water dispenser* e dei connessi servizi è in gran parte costituita da imprese ed enti pubblici, mentre il consumo di acqua minerale in bottiglie soddisfa una domanda più ampia riconducibile ad un più vasto e indefinito pubblico di consumatori).

Il mercato geografico

Nel merito si osserva quanto segue.

(i) La dimensione del mercato dei bollitori elettrici è, secondo l'ipotesi avanzata dalle Parti, sovranazionale e tendenzialmente europea. Tale ipotesi trae origine da diversi elementi quali: la tendenza alla centralizzazione della produzione in pochi stabilimenti europei dai quali si distribuisce in tutti i Paesi; la limitata incidenza dei costi di trasporto; la sostanziale assenza di ostacoli tecnici o regolatori all'interno dell'Unione europea; la comunanza delle strategie di *marketing* a livello europeo. Ad ogni modo, nel caso di specie non è necessario assumere una posizione definitiva al riguardo.

(ii) Le caratteristiche dell'attività di fornitura di erogatori d'acqua da bere (necessità di attività di installazione, manutenzione periodica, cambio dei filtri, sostituzione dei boccioni, ecc), nonché la presenza in Italia di imprese operanti tendenzialmente su tutto il territorio oltre che di operatori locali, tendono a caratterizzare il mercato in questione come tendenzialmente nazionale.

⁴ Cfr. provv. 12816 del 15 gennaio 2004, C6265 - *Nestlé Waters Powwow Italia/Ramo Di Azienda di Società di Persone*, in Boll. n. 3/2004 e provv. n. 13600 del 23 settembre 2004, C6689 - *Nestlé Waters Powwow (Italia)/Next Area*, in Boll. n. 39/04.

Effetti dell'operazione

Nel merito si osserva quanto segue.

(i) Il gruppo acquirente risulta presente, tanto in Europa quanto in Italia, nell'ambito dei bollitori elettrici; la relativa quota tuttavia, rispettivamente pari a [5-10%] e [10-15%], ad esito dell'operazione non subirà apprezzabili incrementi in entrambi i contesti geografici. Rileva inoltre l'attività di diversi operatori concorrenti quali De Longhi, Russel Hobbs, Breville, Kenwood, Seb, ecc, nonché l'assenza di particolari barriere all'entrata con riferimento alla tecnologia inclusa nei prodotti (nota e condivisa).

(ii) Per quanto riguarda gli erogatori d'acqua, il gruppo acquirente non risulta attivo nella loro produzione determinandosi pertanto, ad esito dell'operazione, essenzialmente la sostituzione di un operatore con un altro, caratterizzato peraltro da una quota inferiore a [1-5%]. I principali concorrenti risultano Nestlé e Danone insieme ad operatori locali (quali Culligan, Acquapoint, ecc).

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;

RITENUTO, altresì, che le clausole di non concorrenza e di non sollecitazione pattuite sono accessorie alla presente operazione nei soli limiti sopra precisati, e che l'Autorità si riserva di valutare, laddove ne sussistano i presupposti, tali clausole nella misura in cui si realizzino oltre la durata e la portata geografica ivi indicate;

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

C11176 - KUWAIT PETROLEUM ITALIA/RAMO DI AZIENDA DI GESIM*Provvedimento n. 22703*

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 4 agosto 2011;

SENTITO il Relatore Professore Carla Bedogni Rabitti;

VISTA la legge 10 ottobre 1990, n. 287;

VISTA la comunicazione della società Kuwait Petroleum Italia S.p.A., pervenuta in data 20 luglio 2011;

CONSIDERATO quanto segue:

I. LE PARTI

Kuwait Petroleum Italia S.p.A. (di seguito, KUPIT) svolge attività di raffinazione, commercializzazione e distribuzione di prodotti petroliferi nel settore rete ed extra-rete. Nella distribuzione di carburanti essa opera nella rete nazionale, stradale ed autostradale, con il marchio "Q8". Il capitale sociale di KUPIT è interamente detenuto da Kuwait Petroleum Europe B.V., con sede in Rotterdam (Olanda), società appartenente al Gruppo che fa capo a Kuwait Petroleum Corporation, compagnia di Stato del Kuwait.

Il fatturato di KUPIT, realizzato in Italia e risultante dall'ultimo bilancio approvato (l'esercizio chiuso al 31 marzo 2010), è stato pari a 4,2 miliardi di euro, al netto dell'IVA e delle accise.

Gesim S.p.A. (di seguito, GESIM) è una società che svolge attività di vendita di carburanti per autotrazione ed è proprietaria di un ramo d'azienda, oggetto dell'operazione comunicata, costituito da un impianto di distribuzione di carburanti ad uso autotrazione sito nel comune di Policoro (MT).

Il fatturato realizzato nel 2010 dal predetto ramo d'azienda è stato pari a circa 928.000 euro.

II. DESCRIZIONE DELL'OPERAZIONE

L'operazione in esame consiste nell'acquisizione del controllo esclusivo da parte di KUPIT, del ramo d'azienda di GESIM costituito dall'impianto di distribuzione di carburanti ubicato nel comune di Policoro (MT), Via Salerno, direzione S.S. 106. Il predetto impianto è colorato Q8 per effetto di un contratto di convenzionamento.

L'operazione è realizzata attraverso un contratto di acquisto di ramo d'azienda da parte di KUPIT.

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 rilevante

Il mercato del prodotto interessato dall'operazione comunicata è quello della distribuzione su rete stradale ordinaria di carburanti per uso autotrazione.

Sulla base delle caratteristiche della domanda e dell'offerta, l'estensione geografica del mercato della distribuzione di carburanti su rete stradale è di tipo locale e coincide, in prima approssimazione, con il territorio della provincia in cui è situato l'impianto oggetto di acquisizione.

Pertanto, il mercato rilevante ai fini della presente operazione è quello della distribuzione su rete stradale ordinaria di carburanti nella provincia di Matera.

Effetti dell'operazione

Nel 2009, la quota di mercato di KUPIT nella distribuzione su rete stradale ordinaria di carburanti nella provincia di Matera è stata pari a circa il 28%, mentre quella del ramo d'azienda acquisito è stato inferiore all'1%. L'operazione in esame comporterà pertanto un incremento solo marginale nella quota di mercato di KUPIT e non sembra idonea a modificare in maniera sostanziale e durevole le condizioni concorrenziali esistenti nei mercati di riferimento, dove sono presenti qualificati operatori come Eni, Esso e IP.

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

C11177 - CAPITOLODIECI/VIABIZZUNO

Provvedimento n. 22704

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 4 agosto 2011;

SENTITO il Relatore Professore Carla Bedogni Rabitti;

VISTA la legge 10 ottobre 1990, n. 287;

VISTA la comunicazione della società Capitolodieci S.p.A., pervenuta in data 21 luglio 2011;

CONSIDERATO quanto segue:

I. LE PARTI

Capitolodieci S.p.A. (di seguito, Capitolodieci) è una società appositamente costituita in vista della realizzazione della presente operazione ed è controllata da Ventuno Investimenti SGR S.p.A. (di seguito, Ventuno) per conto del fondo comune di investimento mobiliare di tipo chiuso denominato Ventuno Investimenti II. Ventuno è attiva nella gestione collettiva del risparmio attraverso l'istituzione, la promozione e l'organizzazione di fondi comuni d'investimento mobiliare di tipo chiuso, principalmente in Italia.

Ventuno è controllata da Ventuno Partners S.p.A. (di seguito, Ventuno Partners), società che opera in ambito europeo nel settore del *private equity*.

Nel 2009 Ventuno Partners ha realizzato un fatturato pari a circa 1,9 miliardi di euro, di cui circa [1-2] ¹ miliardi di euro nell'Unione Europea e circa [700-1000] milioni di euro in Italia.

Viabizzuno S.r.l. (di seguito, Viabizzuno) è una società attiva nella progettazione, produzione e commercializzazione di sistemi di illuminazione sia per uso interno, sia per uso esterno, il cui capitale sociale è interamente detenuto da tre persone fisiche (di seguito, i soci).

Il fatturato mondiale realizzato nel 2010 da Viabizzuno è stato pari a circa [10-47] milioni di euro di cui circa [10-47] milioni di euro in Italia.

II. DESCRIZIONE DELL'OPERAZIONE

Oggetto dell'operazione è l'acquisizione del controllo esclusivo da parte di Capitolodieci, tramite una società veicolo appositamente costituita (di seguito Newco), della società Viabizzuno.

In particolare, Newco, acquisirà dai soci di Viabizzuno la totalità del capitale sociale della stessa e, allo stesso tempo, i soci venditori acquisiranno una partecipazione nella Newco pari complessivamente al 26% del capitale sociale della stessa. Il consiglio di amministrazione di Viabizzuno e di Newco, sarà composto da 7 membri di cui 4 nominati da Capitolodieci e delibererà a maggioranza su tutte le materie relative alla gestione della società².

Le Parti hanno, altresì, previsto un patto di non concorrenza, in base al quale i soci si impegnano, per tutto il periodo in cui rimarranno soci e per due anni successivi alla cessazione della carica di amministratore e dello *status* di azionista, a non svolgere attività in concorrenza con Viabizzuno né

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

² Nelle sole materie, non attinenti alla gestione di Viabizzuno, inerenti la disposizione dell'azienda e/o dei rami strategici della società e la disposizione di qualsiasi altro bene che costituisca immobilizzazione materiale o immateriale per un valore annuo superiore a un milione di euro, saranno necessarie deliberazioni adottate con il voto favorevole di 5 amministratori.

a sollecitare i collaboratori e dipendenti di quest'ultima a recedere dal rapporto con la società acquisita.

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

I patti di non concorrenza e non sollecitazione descritti in precedenza, costituiscono restrizioni accessorie all'operazione in quanto, appaiono funzionali alla salvaguardia del valore dell'impresa oggetto di acquisizione a condizione che siano circoscritti all'ambito delle attività svolte da Viabizzuno, limitati all'ambito territoriale in cui la stessa opera e ad un periodo temporale non superiore a due anni dal perfezionamento dell'operazione ³.

IV. VALUTAZIONE DELLA CONCENTRAZIONE

Il mercato del prodotto

Da un punto vista merceologico, il settore interessato dall'operazione in esame è quello dei prodotti e soluzioni per l'illuminazione dove opera la società oggetto di acquisizione.

I prodotti per l'illuminazione sono dispositivi elettrici utilizzati per la creazione di energia artificiale e/o per l'illuminazione. Un sistema di illuminazione è composto da una sorgente di luce (lampada/lampadina), un riflettore per il suo irradiazione, un'apertura (con o senza lente), un rivestimento esterno o un guscio (per garantire il corretto allineamento e la protezione della lampada), un alimentatore elettrico (se richiesto) e un collegamento con una presa di corrente. I sistemi di illuminazione controllano la distribuzione della luce e del calore, assicurano la distribuzione del corretto flusso elettrico e forniscono il supporto ottico per la sistemazione delle lampadine.

Dal lato della domanda, i sistemi di illuminazione possono essere impiegati essenzialmente per due macro-categorie di applicazioni, l'una relativa all'illuminazione residenziale, l'altra relativa all'illuminazione di tipo professionale, sia per interni che per esterni. Nell'ambito della seconda è poi possibile segmentare ulteriormente distinguendo il caso degli impianti per usi architettonici e commerciali (musei, punti vendita, aree commerciali interne di dimensioni medio/piccole, ecc).

Per quanto riguarda l'offerta, i sistemi di illuminazione possono essere basati su diverse tecnologie, da quelle più tradizionali (lampade incandescenti, alogene, fluorescenti) a quelle più avanzate quali i Led e la fibra ottica. I Led (o *light emitting diode*) sono dispositivi elettronici che generano luce quando stimolati dalla corrente elettrica, luce poi irradiata in un *chip*; essi presentano diversi vantaggi quali dimensioni ridotte, scarso impatto ambientale (assenza di mercurio), maggior durata e robustezza, efficienza energetica. La fibra ottica viene utilizzata in applicazioni in cui è necessario irradiare un fascio di luce chiara verso un punto in assenza di un collegamento direttamente visibile. Recentemente, le tecnologie a Led e a fibra ottica hanno conosciuto un significativo sviluppo da parte dei produttori e il loro ambito di applicazione si è

³ Cfr. Comunicazione della Commissione sulle restrizioni direttamente connesse e necessarie alle concentrazioni, 2005/C 56/03, pubblicata sulla Gazzetta Ufficiale dell'Unione Europea del 5/3/2005.

espanso, fino a raggiungere un'ampia gamma di soluzioni per l'illuminazione residenziale e professionale comparabile con l'offerta rappresentata dalle tecnologie tradizionali.

Ciò ha incrementato il grado di sostituibilità del prodotto, dal lato sia della domanda che dell'offerta e con specifico riferimento a quest'ultimo aspetto, si rileva che molti operatori attivi nel settore contemplano, o potenzialmente sono in grado di contemplare, nella rispettiva offerta soluzioni di illuminazione ad uso sia residenziale che professionale (per interno ed esterno) e basati su un'ampia gamma di soluzioni tecnologiche (da quelle tradizionali a quelle a Led e fibra ottica), spesso tra loro fungibili. Sebbene, quindi, dal lato della domanda si potrebbero notare differenziazioni tra i vari prodotti, come pure la presenza di una eterogeneità dei consumatori, può ritenersi opportuno considerare il mercato in termini unitari⁴.

Ad ogni modo, nel caso di specie non è necessario addivenire ad una precisa delimitazione merceologica, atteso che la valutazione dell'operazione comunicata comunque non muterebbe anche considerando i più ristretti ambiti applicativi.

Il mercato geografico

Per quanto riguarda la rilevanza geografica, il mercato delle soluzioni e dei prodotti per l'illuminazione può essere considerato di dimensione nazionale, tenuto conto della presenza di imprese specializzate di piccole dimensioni operanti generalmente in ambito nazionale, nonché dei gusti e delle preferenze della clientela italiana. Si rileva tuttavia una tendenza alla commercializzazione internazionale dei prodotti, con particolare riferimento a quelli a Led e a fibra ottica⁵. Anche le Parti sottolineano i significativi cambiamenti intervenuti di recente nel mercato, con la crescente tendenza alla distribuzione transfrontaliera dei prodotti, favorita anche dall'assenza di particolari barriere di natura tecnica o normativa, almeno in ambito comunitario.

Nel caso di specie, non appare tuttavia necessario definire con precisione l'estensione geografica del mercato, in quanto anche adottando le diverse ipotesi la valutazione dell'operazione non muterebbe.

Effetti dell'operazione

In relazione agli effetti di natura orizzontale, non si registra una rilevante sovrapposizione tra le attività delle Parti, attesa, in particolare, la frazione delle vendite complessive riconducibile alla società Viabizzuno oggetto di acquisizione e al gruppo Ventuno Partners attivo nella produzione di prodotti per l'illuminazione attraverso le società controllate ABL Lights e Holophane. La quota aggregata dalle Parti interessate dalla presente operazione è, infatti, inferiore all'1,5% nel mercato italiano della produzione di prodotti per l'illuminazione. 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 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;

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

⁴ Cfr. provv. n. 19699 del 26 marzo 2009, C9998 - *Philips/Iti Luce*, in Boll. n. 12/09 e provv. n. 20897 del 10 marzo 2010, C10491 - *Koninklijke Philips Electronics/Luceplan*, in Boll. n. 10/10.

⁵ Cfr. C9998 cit..

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

C11178 - MEDIAMARKET/RAMO DI AZIENDA DI SINISCALCHI CENTRO

Provvedimento n. 22705

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 4 agosto 2011;

SENTITO il Relatore Professore Carla Bedogni Rabitti;

VISTA la legge 10 ottobre 1990, n. 287;

VISTA la comunicazione della società Mediamarket S.p.A., pervenuta in data 22 luglio 2011;

CONSIDERATO quanto segue:

I. LE PARTI

Mediamarket S.p.A. (di seguito, MEDIAMARKET) è una società attiva nella distribuzione al dettaglio di elettrodomestici e prodotti di elettronica di consumo, con le insegne "*Mediaworld*" e "*Saturn*".

Mediamarket, controllata da Media Saturn Holding, a sua volta controllata da METRO AG, fa parte del Gruppo Metro,¹ che svolge prevalentemente attività di vendita all'ingrosso (c.d. *cash & carry*) di generi alimentari e non alimentari e vendita al dettaglio di beni alimentari e non, inclusi i prodotti elettronici e gli elettrodomestici.

Il fatturato consolidato realizzato nel 2010 da METRO AG a livello mondiale è stato di circa 67 miliardi di euro. Nello stesso periodo, MEDIAMARKET ha realizzato in Italia un fatturato pari a circa 2,4 miliardi di euro².

Oggetto di acquisizione è un reparto aziendale di circa 2.500 m2, appartenente a un punto vendita di cui è attualmente titolare la società Siniscalchi Centro S.r.l. (di seguito, SINISCALCHI), attiva nel commercio all'ingrosso e al dettaglio di prodotti alimentari e generi di largo consumo.

II. DESCRIZIONE DELL'OPERAZIONE

L'operazione in esame consiste nell'acquisizione, da parte di MEDIAMARKET, - tramite conclusione di un contratto di affido in gestione per quindici anni - di un reparto aziendale che costituisce parte di un punto vendita, localizzato in Salerno, attualmente gestito dalla società SINISCALCHI. Detto reparto ha un'estensione di vendita autorizzata per circa 2.500 m2, ed è costituito da: i) locali autorizzati alla vendita, ii) attrezzature e impianti, iii) relativo avviamento.

Una volta conclusa l'operazione, MEDIAMARKET svolgerà attività di vendita al dettaglio di elettrodomestici e di prodotti di elettronica di consumo con le insegne "*Mediaworld*" e "*Saturn*".

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

¹ Il gruppo METRO ha come capogruppo METRO AG, società di diritto tedesco con sede legale in Dusseldorf, Germania.

² Sempre in Italia, il gruppo METRO ha realizzato un fatturato pari a 1,7 miliardi di euro tramite l'attività svolta da METRO ITALIA CASH AND CARRY S.p.A..

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

Considerata la tipologia dell'attività svolta dal ramo d'azienda oggetto di acquisizione, dal punto di vista merceologico il mercato rilevante va individuato nell'attività di distribuzione al dettaglio di elettrodomestici e di prodotti di elettronica di consumo, in cui operano sia punti vendita non specializzati - in particolare i punti vendita di grande dimensione delle catene di distribuzione di beni di largo consumo - che punti vendita specializzati, sia di piccole dimensioni che di grandi dimensioni.

In linea di principio è possibile segmentare il mercato in relazione alle diverse tipologie di elettrodomestici ed articoli elettronici. Nel caso di specie, tuttavia, la definizione del mercato può essere lasciata aperta in quanto, qualunque sia la definizione adottata, le valutazioni di ordine concorrenziale non risulterebbero significativamente diverse³.

Il mercato geografico

In considerazione dei comportamenti dei consumatori, nonché tenuto conto, in particolare, delle caratteristiche della moderna distribuzione e della tipologia dei prodotti trattati, l'estensione geografica del mercato coincide, in prima approssimazione, con i confini amministrativi provinciali.

Nel caso di specie, in ragione della localizzazione dell'esercizio commerciale oggetto di acquisizione, il mercato rilevante appare costituito dal territorio della provincia di Salerno.

Effetti dell'operazione

L'operazione non determina alcuna sovrapposizione tra le Parti, in quanto MEDIAMARKET attualmente non opera nel mercato rilevante nella provincia di Salerno, ove il ramo d'azienda oggetto di acquisizione è titolare di una quota alquanto ridotta.⁴

Inoltre, nel mercato operano qualificati concorrenti quali EURONICS ed EXPORT.

Per quanto precede, l'operazione non risulta in grado di modificare in maniera sostanziale l'assetto concorrenziale del mercato rilevante.

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.

³ Cfr. provv. n. 22272 del 30 marzo 2011, C10988 – *Comet/Ramo d'Azienda di Fangareggi*, in Boll. n. 13/11; provv. n. 21517 del 26 agosto 2010, C10710 – *Mediamarket/Ramo d'Azienda di La Rinascente*, in Boll. n. 33/10 e Commissione, nel caso M6226 – *Media-Saturn/Redcoon*.

⁴ SINISCALCHI continuerà a svolgere la propria attività seppure su una superficie di vendita al netto di quella di cui sarà dotato il ramo d'azienda oggetto di acquisizione.

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

IL SEGRETARIO GENERALE

Luigi Fiorentino

IL PRESIDENTE

Antonio Catricalà

C11179 - FINANCIÈRE MOLIÈRE-L CAPITAL MANAGEMENT/GROUPE TWC*Provvedimento n. 22706*

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 4 agosto 2011;

SENTITO il Relatore Professore Carla Bedogni Rabitti;

VISTA la legge 10 ottobre 1990, n. 287;

VISTA la comunicazione delle società Financière Molière e L Capital Management Sas, pervenuta in data 22 luglio 2011;

CONSIDERATO quanto segue:

I. LE PARTI

Financière Molière (di seguito, Fmo) è una società di investimento di diritto belga che detiene partecipazioni nel settore finanziario e immobiliare.

Fmo risulta controllata in maniera congiunta da due persone fisiche, in virtù di una partecipazione per entrambe pari al 48% del capitale sociale.

Il fatturato conseguito dal gruppo Financière Molière nell'esercizio 2010 è stato complessivamente pari a [100-472]¹ milioni di euro, di cui [47-100] milioni di euro e [1-10] milioni di euro per vendite realizzate, rispettivamente, nell'Unione Europea e in Italia (il fatturato italiano deriva interamente dalla società oggetto di acquisizione, allo stato controllata in via esclusiva da Fmo).

L Capital Management Sas (di seguito, Lcm), di diritto francese, è una società di gestione di fondi di investimento con interessi principalmente nei settori *personal care*, benessere, accessori personali e per la casa.

Il capitale di Lcm è interamente riconducibile a Lvmh Moët Hennessy Louis Vuitton Sa (di seguito, Lvmh), società *holding* di un gruppo attivo a livello mondiale nella produzione e vendita di beni di lusso (vini e liquori, articoli di moda e in pelle, profumi e cosmetici con reti di distribuzione selettiva, orologi e gioielli). A sua volta, Lvmh risulta controllata –per via della detenzione di oltre il 60% dei diritti di voto- da Groupe Arnault Sas (di seguito, Arn), società *holding* dell'omonimo gruppo anch'esso presente nel settore del lusso. Nel complesso, al gruppo Lvmh-Arnault sono riconducibili diversi marchi del lusso (Christian Dior, Bulgari, Louis Vuitton, Fendi, Loewe, De Beers, Dom Perignon, Moët&Chandon, Veuve Clicquot, ecc).

Il gruppo Arnault ha conseguito, nel corso del 2010, un fatturato (al netto del fatturato delle società del portafoglio fondi Lcm, includendo i soli onorari di gestione della stessa Lcm) complessivamente pari a [20-30] miliardi di euro, di cui [6-7] miliardi di euro e [700-1.000] milioni di euro per vendite realizzate, rispettivamente, nell'Unione europea e in Italia (il fatturato delle società del portafoglio Lvm è stato invece pari, rispettivamente, a [472-700], [472-700] e [100-472] milioni di euro).

Groupe Twc Sas (di seguito, Twc), di diritto francese, è la società *holding* dell'omonimo gruppo attivo nella distribuzione all'ingrosso di accessori di moda di fascia media quali in particolare occhiali (non da vista), articoli in pelle, bigiotteria e orologi da polso. Tali prodotti sono fabbricati e distribuiti all'ingrosso sotto marchi propri (L'Amy, Clyda e Scooter), o fabbricati e distribuiti

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

all'ingrosso sotto marchi di terzi concessi in licenza (Kenzo, Nina Ricci, Hello Kitty, Oxbow, ecc.) ovvero ancora distribuiti all'ingrosso per conto terzi. Twc commissiona la maggior parte della produzione in Asia e la distribuisce poi ai clienti (grandi catene di vendita, raggruppamenti di dettaglianti, singoli punti vendita, operatori di vendite via *internet*) principalmente in Francia. In generale, la maggior parte del fatturato deriva dalla vendita di occhiali e orologi; nello specifico dell'Italia, la quasi totalità del fatturato deriva dalla distribuzione di occhiali di fascia media (non correttivi della vista) per il tramite della controllata italiana L'Amy S.r.l.

Twc risulta allo stato controllata da Fmo attraverso una partecipazione al capitale sociale di poco inferiore all'80%.

Il fatturato conseguito nel 2010 dal gruppo Twc è stato complessivamente pari a [100-472] milioni di euro, di cui [47-100] milioni di euro e [1-10] milioni di euro per vendite realizzate, rispettivamente, nell'Unione Europea e in Italia.

II. DESCRIZIONE DELL'OPERAZIONE

L'operazione in esame riguarda l'acquisizione, da parte di Fmo e di Lcm e quindi del gruppo Lvmh-Arnault, del controllo congiunto di Twc mediante l'acquisto dell'intero capitale sociale da parte di una società veicolo (Financière Twlc).

In particolare, il capitale sociale di tale veicolo risulterà suddiviso tra Fmo e Lcm in quote rispettivamente pari a 65 e al 35% (più una frazione del tutto marginale appannaggio di una persona fisica). Gli accordi di *governance* societaria affidano la gestione del veicolo ad un Comitato strategico, composto di sei membri designati in parti uguali dai due soci (il Presidente verrà nominato tra i membri di Fmo). Al riguardo, per diverse decisioni strategiche (quali il *budget* annuale, il *business plan*, l'approvazione del bilancio consolidato, spese e assunzioni di importi maggiori, aumenti di capitale, emissione di titoli, modifiche statutarie, ecc) viene prevista la maggioranza semplice dei voti, conferendo pertanto a ciascuno dei due soci un potere di veto sulle decisioni dell'altro.

L'operazione prevede, inoltre, alcune clausole di non sollecitazione. In particolare, i venditori (soggetti cedenti che non reinvestiranno nel nuovo assetto del gruppo Twc) si impegnano, per un periodo di due anni e in relazione a tutti i Paesi in cui il gruppo Twc esercita la propria attività, a non sollecitare direttamente o indirettamente fornitori, clienti e personale dello stesso gruppo Twc.

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 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.

I patti di non sollecitazione descritti in precedenza possono essere qualificati come accessori alla concentrazione comunicata nella misura in cui contengono restrizioni direttamente connesse alla realizzazione dell'operazione e ad essa necessarie². In particolare, nel caso di specie gli impegni

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).

assunti dai venditori vanno a beneficio dell'acquirente e rispondono all'esigenza di garantire a quest'ultimo il trasferimento dell'effettivo valore dell'acquisizione.

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 gruppo Twc oggetto di acquisizione, ossia, la distribuzione di prodotti quali occhiali non da vista, orologi, bigiotteria e articoli di moda in pelle. In particolare, la distribuzione è al livello dell'ingrosso e non del dettaglio (gli esercizi al dettaglio rappresentano piuttosto la clientela di riferimento), e i prodotti distribuiti sono di fascia media/accessibile e non di lusso.

In proposito, giova rilevare come il settore del lusso si caratterizzi per la presenza di prodotti di alta qualità contraddistinti da prezzi normalmente elevati e venduti sotto marchi (e in negozi) prestigiosi; proprio per il valore aggiunto rappresentato dal marchio famoso, tali beni sono connotati da uno scarso grado di sostituibilità con articoli appartenenti alla stessa categoria che, tuttavia, recano marchi non conosciuti e possono essere acquistati in punti vendita non di lusso e ad un prezzo significativamente inferiore³. Una siffatta strategia rende inappropriata, nel caso del lusso, una classificazione per raggruppamenti merceologici di singoli prodotti.

Nel caso di specie, trattandosi invece di prodotti non di lusso, può essere mantenuta una distinzione merceologica a seconda dei beni interessati. Nello specifico, ai fini della presente operazione rileva in particolare la commercializzazione all'ingrosso di occhiali non correttivi dei difetti della vista (occhiali da sole, montature, accessori)⁴. In tale ambito, i principali operatori commercializzano prodotti sia a marchio proprio che con marchi concessi in licenza; i soggetti di dimensione maggiore riforniscono direttamente i punti vendita al dettaglio, in particolare gli ottici, essendo così in grado di recepire meglio le esigenze di questi ultimi e i gusti dei consumatori; le imprese medio-piccole servono solamente un numero limitato di punti vendita, ovvero distribuiscono i prodotti in collaborazione con le imprese più grandi.

Il mercato geografico

Per quel che riguarda la rilevanza geografica, secondo le Parti la dimensione dei mercati della distribuzione all'ingrosso potrebbe risultare anche sovranazionale in ragione di una serie di elementi (costi di trasporto, produzione principalmente in Asia, gusti dei consumatori legati a alle mode e all'immagine del marchio veicolate da campagne pubblicitarie condotte su larga scala). Tuttavia, trattandosi di attività distributiva con la necessaria presenza di rapporti commerciali con la struttura e le reti di vendita al dettaglio, una dimensione nazionale può parimenti essere considerata.

Nel caso di specie, non risulta tuttavia necessario approfondire ulteriormente la questione.

Effetti dell'operazione

L'operazione in esame non dà luogo a particolari sovrapposizioni orizzontali tra le attività delle parti coinvolte. Fmo non è attiva nel settore interessato se non per il tramite della stessa Twc; da parte sua, il gruppo Lvmh-Arnault opera invece in un ambito diverso, quello della produzione e commercializzazione di beni di lusso. L'unica sovrapposizione individuabile riguarda alcuni prodotti di bigiotteria e in pelle di fascia accessibile commercializzati da tre società del portafoglio

³ Cfr. da ultimo provv. n. 22283 del 6 aprile 2011, C10883 - *Bridgepoint Capital/Histoire d'Or Europe*, in Boll. n. 14/11 e provv. n. 22329 del 20 aprile 2011, C11015 - *Histoire d'Or/Ramo di Azienda di Il Vendoro*, in Boll. n. 16/11.

⁴ Cfr. anche provv. n. 8899 del 15 novembre 2000, C4271 - *21 Investimenti-Concept 2-Edizione*, in Boll. n. 46/00.

Lcm (Piazza Sempione, Dondup e Sandro-Maje-Claudie Pierrot), che tuttavia non commercializzano, né in Italia né in altri Paesi, occhiali non da vista.

In relazione al più ristretto ambito individuabile, ossia la distribuzione all'ingrosso di occhiali non correttivi dei difetti della vista in Italia, il fatturato ivi realizzato dal gruppo Twc appare di importo contenuto, a fronte comunque -secondo quanto rappresentato dalle parti- di un mercato frammentato (tra i principali concorrenti Luxottica, Safilo, De Rigo), della presenza di licenze (per la commercializzazione di marchi non propri) concesse per brevi periodi e della mancanza di particolari barriere all'entrata.

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

IL SEGRETARIO GENERALE
Luigi Fiorentino

IL PRESIDENTE
Antonio Catricalà

C11180 - EUROSPIN PUGLIA/RAMO DI AZIENDA DI LIDL ITALIA*Provvedimento n. 22707*

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 4 agosto 2011;

SENTITO il Relatore Professore Carla Bedogni Rabitti;

VISTA la legge 10 ottobre 1990, n. 287;

VISTA la comunicazione della società EUROSPIN PUGLIA S.p.A., pervenuta in data 25 luglio 2011;

CONSIDERATO quanto segue:

I. LE PARTI

EUROSPIN PUGLIA S.p.A. (di seguito, EUROSPIN PUGLIA), con sede legale a San Pietro Vernotico (BR), è una società operante nella distribuzione moderna al dettaglio di prodotti alimentari ed altri prodotti di largo e generale consumo con la formula *discount*.

EUROSPIN PUGLIA è controllata da EUROSPIN ITALIA S.p.A. che, nel 2009, ha realizzato a livello nazionale un fatturato di circa 2,5 miliardi di euro.

Il fatturato realizzato da EUROSPIN PUGLIA nel 2010 è stato pari a circa 280 milioni di euro.

Oggetto di acquisizione è un ramo d'azienda appartenente alla società LIDL Italia, consistente in un punto vendita attualmente inattivo ma in possesso di tutte le autorizzazioni necessarie allo svolgimento dell'attività di commercio al dettaglio di prodotti alimentari e non, sito nel comune di Monteroni (LE). Il punto vendita in questione ha una superficie di vendita di 1.250 m².

II. DESCRIZIONE DELL'OPERAZIONE

L'operazione in esame consiste nell'acquisto, da parte di EUROSPIN PUGLIA, del ramo d'azienda descritto.

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.

L'operazione 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 DELLE CONCENTRAZIONI***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 dimensione della 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 sussistono forti relazioni di sostituibilità.

EUROSPIN PUGLIA opera nel settore della distribuzione moderna mediante punti vendita gestiti secondo la formula *discount*. Sulla base di quanto stabilito dall'Autorità², con riferimento ai punti vendita gestiti secondo la formula del *discount*, risulta definita un'ampia catena di rapporti di sostituibilità, che va dagli *hard discount* ai *soft discount*, fino a tutti gli altri punti vendita della distribuzione moderna.

Nel caso in esame, considerato che l'operazione comporta l'acquisizione di un punto vendita con una superficie di vendita di 1.250 m², il mercato rilevante è quello dei supermercati, che comprende 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 del mercato 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. In prima approssimazione essa può essere circoscritta ai confini amministrativi provinciali.

Ai fini della presente valutazione, il mercato geografico interessato è quello della provincia di Lecce, in cui è localizzato il ramo di azienda oggetto di acquisizione.

Effetti dell'operazione

Nel mercato dei supermercati della provincia di Lecce il gruppo EUROSPIN è il primo operatore con una quota di poco inferiore al 18% mentre la quota di mercato imputabile all'esercizio commerciale oggetto di acquisizione può essere stimata in circa un punto percentuale³. Pertanto, a seguito dell'operazione, si assisterà ad un incremento marginale della quota già detenuta da EUROSPIN.

Si fa presente, comunque, che nel mercato dei supermercati della provincia di Lecce operano concorrenti qualificati, tra i quali Conad, Selex e Interdis, con quote comprese tra il 10% e il 12%. Per quanto precede, l'operazione comunicata non risulta suscettibile di modificare in maniera sostanziale l'assetto concorrenziale del mercato.

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.

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

² Cfr. Provvedimento n. 8423 del 28 giugno 2000, I397 - *Sviluppo Discount/Gestione Discount*, in Boll. n. 26/00.

³ Elaborazione su dati Nielsen aggiornati al gennaio 2010.

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

C11181 - THYSSENKRUPP POLYSIUS/VECOPLAN*Provvedimento n. 22708*

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 4 agosto 2011;

SENTITO il Relatore Professore Carla Bedogni Rabitti;

VISTA la legge 10 ottobre 1990, n. 287;

VISTO l'atto della società ThyssenKrupp AG, pervenuto in data 25 luglio 2011;

CONSIDERATO quanto segue:

I. LE PARTI

ThyssenKrupp AG (di seguito, TK) è una società di diritto tedesco al vertice del gruppo ThyssenKrupp, attivo in numerosi settori che variano dalla produzione di acciaio e prodotti da esso derivati all'edilizia, alle opere ingegneristiche, agli impianti elevatori e fornitura di servizi collegati, allo sviluppo di soluzioni tecnologiche per l'industria aerospaziale, navale, chimico farmaceutica, mineraria.

Il capitale azionario di TK è quotato presso le Borse di Francoforte e Duesseldorf.

TK non è controllata da alcuna persona fisica o giuridica. Circa il 55% del capitale azionario di TK è detenuto da investitori istituzionali, nessuno dei quali detiene una quota superiore al 10%, ed il 25,33% è detenuto dalla Alfred Krupp von Bohlen und Halbach Foundation; la restante parte del capitale sociale è detenuta da altri investitori o consiste in azioni senza diritto di voto.

TK a sua volta controlla Polysius AG (di seguito, Polysius), società avente sede legale in Germania, è attiva nei servizi di ingegneria per l'industria mineraria e del cemento e coinvolta nell'operazione in esame.

Nel 2010¹ il fatturato consolidato realizzato a livello mondiale dal gruppo ThyssenKrupp è stato di circa 42,6 miliardi di euro, di cui circa [20-30]² miliardi di euro realizzati nell'Unione Europea e circa [2-3] miliardi di euro realizzati in Italia.

Vecoplan AG (di seguito, Vecoplan) è una società di diritto tedesco, attiva nel settore della tecnologia ambientale e del riciclaggio di materie e scarti industriali. Vecoplan sviluppa, produce e commercializza macchine ed impianti tecnologicamente avanzati per la frammentazione, lo spostamento e la preparazione di materiali primari e secondari nella produzione e nel recupero di beni e risorse.

Vecoplan è interamente controllata da M.A.X., un gruppo internazionale operante nei settori della tecnologia ambientale e dell'automazione industriale, i cui maggiori azionisti sono Fortas AG, che detiene il 22,6% del capitale sociale, e DWS Investment GmbH, con il 7,4%.

Nel 2010³ il fatturato realizzato a livello mondiale da Vecoplan è stato di circa 88 milioni di euro, di cui circa [47-100] milioni di euro realizzati nell'Unione Europea e [1-10] milioni di euro realizzati in Italia.

¹ Nell'esercizio finanziario chiuso al 30 settembre 2010.

² Nella presente versione alcuni dati sono omessi, in quanto si sono ritenuti sussistenti elementi di riservatezza o di segretezza delle informazioni.

³ Nell'esercizio finanziario chiuso al 30 settembre 2010.

II. DESCRIZIONE DELL'OPERAZIONE

L'operazione in esame consiste nella costituzione da parte di TK, mediante la controllata Polysius, e di M.A.X., mediante la controllata Vecoplan, di una impresa comune (di seguito, JV) destinata ad operare come entità economica autonoma nello sviluppo e assemblaggio di macchine per il trattamento, la conservazione, il trasporto e il dosaggio di risorse e combustibili alternativi per l'industria del cemento e del carbonato da calcio.

Il capitale di JV sarà detenuto per il 51% da Polysius e per il 49% da Vecoplan. Le decisioni sull'amministrazione della società saranno adottate direttamente dagli azionisti, mentre le deliberazioni riguardanti il *budget*, il *business plan*, il *corporate planning* richiedono una maggioranza del 75%. E' inoltre prevista la nomina di due amministratori con compiti esecutivi/di gestione in ambiti specifici, nominati da Polysius e Vecoplan. La JV deve pertanto ritenersi soggetta al controllo congiunto della società madri.

E' inoltre previsto un patto di non concorrenza, in base al quale per l'intera durata di JV la società madri ed i rispettivi gruppi non svolgeranno attività in concorrenza con questa nell'industria del cemento e del calcio e, pertanto, esse si impegnano a far trasmettere eventuali ordinativi dei propri clienti, relativi all'acquisto di beni e servizi offerti da JV, direttamente a quest'ultima.

III. QUALIFICAZIONE DELL'OPERAZIONE

L'operazione comunicata, in quanto comporta la costituzione di un'impresa comune di natura concentrativa, costituisce una concentrazione ai sensi dell'articolo 5, comma 1, lettera c), 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 realizzato nell'ultimo esercizio a livello nazionale da almeno una delle attività trasferite all'impresa comune è stato superiore a 47 milioni di euro.

Il patto di non concorrenza descritto nel paragrafo precedente può essere ritenuto direttamente connesso e necessario alla realizzazione dell'operazione di concentrazione in esame, in quanto funzionale a tutelare gli interessi delle imprese fondatrici nell'impresa comune.

IV. VALUTAZIONE DELLA CONCENTRAZIONE

Il mercato del prodotto

In considerazione delle finalità di JV, l'operazione in esame interessa il settore dei servizi di ingegneria, ed in particolare il mercato della produzione delle macchine per combustibili alternativi per l'industria cementifera.

Si tratta di un mercato in fase di sviluppo, per il quale le Parti prevedono una crescita significativa nei prossimi anni, in vista dell'aumento dei costi legati all'energia e dell'innalzamento degli standard e requisiti in materia ambientale. Le macchine per combustibili alternativi per l'industria cementifera si pongono in una relazione di complementarietà con gli impianti tradizionali relativi alla preparazione di materie prime, alla produzione di semilavorati e alla produzione finale del cemento, posto che l'applicazione/combinazione di tali macchine con quelle tradizionali consente la sostituzione, nei vari stadi produttivi, di combustibili e materie prime tradizionali con prodotti alternativi riciclati o riciclabili.

Il mercato geografico

In merito alla dimensione geografica del mercato interessato, le Parti ritengono che le macchine per combustibili alternativi per l'industria cementifera, così i servizi di ingegneria per il comparto industriale del cemento in generale, sia di regola soggetto a meccanismi di selezione ed approvvigionamento su base globale; si può ritenere pertanto ritenere che il mercato geografico abbia dimensione quantomeno comunitaria, se non globale.

Effetti dell'operazione

Nel mercato mondiale della produzione delle macchine per combustibili alternativi per l'industria cementifera la JV acquisirà la quota di mercato attribuibile a Vecoplan, pari a circa il 6%; né Polysius né alcuna società riconducibile a TK è invece attiva sullo stesso mercato. Il mercato della produzione delle macchine per combustibili alternativi per l'industria cementifera è inoltre in una fase iniziale di sviluppo e benché siano presenti diversi e qualificati concorrenti quali FLS Smidth, Di Matteo Foerderanlagen e Schenck Process, nessuno di questi detiene, secondo quanto prospettato dalle parti, una quota di mercato superiore al 10%.

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

ATTIVITA' DI SEGNALAZIONE E CONSULTIVA

AS864 - DISEGNO DI LEGGE AS N. 2887 DI CONVERSIONE DEL DECRETO LEGGE 13 AGOSTO 2011, N. 138, RECANTE "ULTERIORI MISURE URGENTI PER LA STABILIZZAZIONE FINANZIARIA E LO SVILUPPO"

Roma, 26 agosto 2011

Presidente del Senato della Repubblica
Presidente della Camera dei Deputati
Presidente del Consiglio dei Ministri

Nell'esercizio dei poteri di cui all'articolo 22 della legge n. 287/90, l'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato intende formulare alcune osservazioni in merito a talune disposizioni contenute nel decreto-legge 13 agosto 2011 n. 138 recante "Ulteriori misure urgenti per la stabilizzazione finanziaria e lo sviluppo" attualmente in corso di conversione.

L'Autorità ritiene in primo luogo di dover esprimere apprezzamento e condivisione per l'introduzione, in una norma diretta a promulgare nuove e necessarie disposizioni di stabilizzazione finanziaria ed economica, di previsioni finalizzate a introdurre incentivi allo sviluppo e alla crescita economica, quali elementi imprescindibili per contrastare la fase di crisi e garantire una rapida ripresa dell'economia italiana. Viene in particolare opportunamente riconosciuto che la libertà di impresa e di iniziativa economica deve essere assicurata al massimo grado, con possibilità di limitazione solamente quando strettamente necessario per contrastanti esigenze di carattere imperativo.

L'Autorità, ritenendo particolarmente meritevole la decisione di emanare alcune specifiche disposizioni in materia di riassetto regolatorio del settore dei servizi, pubblici e privati, finalizzate al rilancio del Paese mediante la definizione di importanti elementi di riforma proconcorrenziale del funzionamento dei relativi mercati, intende quindi sottoporre all'attenzione del legislatore le seguenti osservazioni, finalizzate a fornire emendamenti migliorativi delle disposizioni in corso di conversione.

La libertà di iniziativa economica nell'ambito dei servizi privati

Con riguardo al settore dei servizi privati, quale ambito di attività economica che l'Autorità ha spesso valutato in passato come afflitto da diffuse, indebite restrizioni regolamentari e talvolta da ingiustificate protezioni corporative, le nuove disposizioni appaiono andare nella giusta direzione di eliminazione di vincoli all'iniziativa privata, di apertura dei mercati e di creazione di nuove opportunità di accesso all'attività, e quindi di crescita e sviluppo.

Specifica rilevanza, in tal senso, appaiono assumere le disposizioni di cui all'art. 3 del decreto, che proseguono il percorso di liberalizzazione dell'accesso e dell'esercizio delle attività economiche di servizio che ha registrato da ultimo un'importante tappa nella promulgazione del decreto legislativo n. 59/2010 di attuazione nazionale della Direttiva n. 123/2006/CE (Direttiva Servizi), con il quale il legislatore italiano ha inteso conformare il quadro normativo interno ai principi comunitari in materia di libera circolazione e prestazione dei servizi.

Se, in particolare, l'opera legislativa compiuta con il predetto intervento era valsa a operare un necessario alleggerimento degli oneri amministrativi gravanti sui soggetti che intendono avviare un'attività di servizio, è solo con le disposizioni del presente decreto, e segnatamente con l'abrogazione delle restrizioni all'accesso e all'esercizio delle attività economiche individuate espressamente dall'art. 3, che si può considerare istituito un nuovo approccio regolatorio effettivamente improntato alla libertà di iniziativa economica, in cui, conformemente ai principi comunitari in materia, gli eventuali vincoli regolatori rispondano rigorosamente ai requisiti della necessità in termini di tutela dell'interesse generale, di indispensabilità e di minima distorsione possibile.

Il decreto in commento definisce quindi certamente un quadro di norme di principio che, laddove correttamente interpretate nella loro concreta declinazione, potrebbero portare ad una effettiva modernizzazione e a maggiore concorrenza nell'offerta di moltissimi servizi privati in Italia; si pensi alla effettiva abrogazione delle norme restrittive dell'accesso in alcuni mercati caratterizzati da tetti numerici allo svolgimento dell'attività, casi in cui tali limitazioni, definite in via amministrativa, in ragione dell'assenza di una giustificazione in termini di motivi imperativi di interesse generale, dovrebbero certamente venir meno con l'attuazione della nuova disciplina.

Analogamente, la caduta dei presupposti necessari per l'applicazione di regolamentazioni restrittive della libertà di esercizio di numerose attività economiche potrebbe determinare l'effettiva liberalizzazione degli orari di vendita, l'incremento della possibilità di vendita di diversi prodotti nello stesso esercizio.

Per ottenere gli effetti concreti di liberalizzazione qui prospettati, tuttavia, è necessario che la norma in commento non presenti profili di ambiguità che possano consentire una sua interpretazione riduttiva rispetto agli obiettivi dichiarati.

In tal senso, l'Autorità sottolinea la necessità di eliminare talune ambiguità formali nel dettato normativo, in base alle quali, ad esempio, potrebbe determinarsi la mancata abrogazione (se non anche la nuova introduzione) di regolazioni all'accesso in cui il numero delle autorizzazioni venga determinato, direttamente o indirettamente, sulla base della popolazione o di altri criteri di fabbisogno, caso espressamente contemplato dal disposto di cui all'art. 3, comma 9, lettera a).

A tale riguardo, l'Autorità ricorda che una restrizione quantitativa quale quella richiamata potrebbe, in assenza di motivi imperativi di interesse generale, costituire un vincolo ingiustificatamente restrittivo della libertà di concorrenza, non conforme ai principi comunitari e nazionali di liberalizzazione.

Eventuali eccezioni all'abolizione generalizzata di tali restrizioni potranno comunque giustificarsi sulla base dei criteri e con le procedure di cui al comma 11 dello stesso art. 3, da interpretarsi sulla base di quanto detto più avanti.

Analogamente, con riguardo alla disposizione di cui all'art. 3, comma 9, lettera h), che abroga le restrizioni relative *“all'imposizione di prezzi minimi o commissioni per la fornitura di beni o servizi indipendentemente dalla determinazione, diretta o indiretta, mediante l'applicazione di un coefficiente di profitto o di altro calcolo su base percentuale”*, l'Autorità sottolinea in primo luogo la necessità di riformulare il suddetto comma al fine di evitare che il dettato normativo possa essere erroneamente inteso come abrogativo unicamente dell'imposizione di prezzi minimi o commissioni la cui determinazione, diretta o indiretta, non sia stabilita mediante l'applicazione di un coefficiente di profitto o di altro calcolo su base percentuale.

In linea più generale, l'Autorità ricorda come la citata direttiva comunitaria 123/2006/CE, all'art. 15, comma 2, lettera g), individua fra i requisiti di cui gli Stati hanno l'obbligo di valutare

l'eventuale ammissibilità in termini di necessità, non discriminazione e proporzionalità *“le tariffe obbligatorie minime e/o massime che il prestatore deve rispettare”*.

In considerazione della riconosciuta capacità di un sistema di tariffe massime di costituire un *benchmark* per fissazioni collusive dei prezzi sui mercati di riferimento, l'Autorità segnala quindi la possibilità, in quanto compatibile con il dettato comunitario, e l'opportunità, per i possibili effetti anticompetitivi del mantenimento di una regolazione di tariffe massime, di indicare fra le restrizioni oggetto di abrogazione anche quelle che impongono prezzi massimi, e ciò in quanto in un contesto realmente concorrenziale, quale quello che si intende promuovere, sarà il meccanismo competitivo di mercato a generare endogenamente un effetto di calmiera alla eventuale definizione di condizioni economiche non eque nell'offerta dei servizi. Nuovamente, il mantenimento di regimi di prezzi massimi potrà essere attuato sulla base del comma 11, per i motivi più sotto richiamati; in ogni caso, l'Autorità riconosce comunque l'importanza delle esigenze di tutela dei consumatori dall'imposizione di prezzi eccessivi o gravosi.

In linea più generale, l'Autorità ritiene opportuno ribadire che un eventuale processo di valutazione della possibilità di esclusione dalle abrogazioni previste per alcune attività economiche, quale quello del comma 11 dell'art. 3 del decreto, non potrà che seguire l'indirizzo individuato dal diritto comunitario, in base al quale, nel rispetto dei criteri di non discriminazione e proporzionalità, la necessità della restrizione deve discendere da motivi imperativi di interesse generale, tassativamente e unicamente da ricomprendersi in ragioni di ordine pubblico, di pubblica sicurezza, di sanità pubblica e di tutela dell'ambiente.

Con riguardo alle disposizioni di cui all'art. 5 del decreto, relative specificamente alle norme applicabili alle professioni liberali, esse appaiono senz'altro apprezzabili laddove prevedono una riforma degli ordini professionali in senso pro-competitivo, affinché questi garantiscano che l'esercizio dell'attività risponda senza eccezioni ai principi di libera concorrenza, al fine di assicurare l'effettiva possibilità di scelta degli utenti nell'ambito della più ampia informazione relativamente ai servizi offerti.

Ci si riferisce in particolare alle disposizioni che affermano la libertà di accesso alla professione, la cui eventuale limitazione numerica è consentita unicamente laddove essa risponda a ragioni di interesse pubblico; al riconoscimento in favore del tirocinante di un equo compenso di natura indennitaria, commisurato al suo concreto apporto all'attività professionale; alla possibilità di svolgere il tirocinio professionale in concomitanza al corso di studio per il conseguimento della laurea di primo livello o della laurea magistrale o specialistica, nonché alla previsione di un termine di durata massima del tirocinio, al fine di accelerare l'accesso al mondo del lavoro; alla previsione secondo cui la comunicazione pubblicitaria dei professionisti deve poter essere effettuata con ogni mezzo e riguardare, tra l'altro, anche i compensi delle prestazioni.

Le disposizioni del decreto in materia di tariffe professionali presentano tuttavia alcune criticità concorrenziali e costituiscono un passo indietro rispetto alla disciplina dettata dal decreto legge 4 luglio 2006, n. 223, che aveva abrogato l'obbligatorietà delle tariffe fisse o minime. La nuova disciplina individua le tariffe professionali come parametro legale di riferimento per la determinazione del compenso (che deve essere pattuito per iscritto all'atto del conferimento dell'incarico professionale), pur chiarendo che è ammessa la pattuizione dei compensi anche in deroga alle tariffe.

La disciplina, così riassunta, pur potendosi trovare una giustificazione per la tariffa massima nella tutela del consumatore, risulta tuttavia idonea a disincentivare fortemente la determinazione di compensi per l'attività professionale svincolati dalle tariffe e non sembra né necessaria, né proporzionata, ma piuttosto contraddittoria e contraria all'obiettivo che intende perseguire, vale a

dire la liberalizzazione del mercato dei servizi professionali. Si ricorda infatti che, secondo consolidati principi *antitrust*, i tariffari, anche non obbligatori, possono determinare effetti negativi per la concorrenza alla stessa stregua dei prezzi obbligatori. Ciò in quanto la mera esistenza di prezzi cui far riferimento si presta, da un lato, a facilitare il coordinamento dei prezzi tra i prestatori dei servizi e, dall'altro, ad informare non compiutamente i consumatori in merito alla misura dei livelli ragionevoli dei prezzi. Le tariffe professionali, laddove assumano la qualifica di parametro di riferimento, costituiscono dunque una grave restrizione della concorrenza nel settore dei servizi professionali in quanto incentivano gli iscritti agli albi a non adottare comportamenti economici indipendenti e ad utilizzare il più importante strumento concorrenziale, ossia il prezzo della prestazione.

La durata massima del tirocinio, fissata in tre anni, appare eccessiva, anche alla luce della prassi instaurata da alcuni Ordini, che hanno previsto periodi di apprendistato di due anni. Una effettiva accelerazione della possibilità per i giovani di accedere al mondo della professione dovrebbe in ogni caso andare più in profondità, coinvolgendo una riforma del sistema degli studi: la possibilità per gli aspiranti professionisti di svolgere l'intero tirocinio durante gli anni universitari, e addirittura di conseguire lauree che, in combinazione con l'esame di Stato oggi previsto dall'art. 33, comma 5, della Costituzione, abilitino all'esercizio della professione, costituirebbe un cambiamento sicuramente più efficace in vista dell'obiettivo perseguito.

Quanto alla previsione dell'obbligo per il professionista di seguire percorsi di formazione continua permanente, essa è indubbiamente da apprezzare. Tuttavia, si evidenzia l'opportunità che l'attribuzione agli Ordini della predisposizione dei percorsi di aggiornamento, formazione e specializzazione dei professionisti non si traduca nella possibilità per essi di riservare a se stessi la gestione degli eventi formativi ovvero nell'attribuzione di vantaggi concorrenziali rispetto ad altri organizzatori di eventi formativi.

Con riguardo infine all'istituzione dei consigli di disciplina, le cui funzioni dovranno essere tenute distinte da quelle di natura tipicamente amministrativa degli Ordini, si sottolinea che, secondo quanto emerge dal decreto, in assenza di indicazione contraria, tali organi dovrebbero essere composti esclusivamente da professionisti appartenenti all'ordine.

Tale circostanza sembra depotenziare di molto il carattere innovativo del nuovo organo disciplinare, che continuerebbe a difettare dei requisiti di necessaria terzietà. Per tale ragione, appare opportuno integrare la composizione dei consigli di disciplina, come avviene in altri Paesi, mediante la partecipazione di soggetti esterni.

Liberalizzazioni, privatizzazioni ed efficienza nella gestione dei servizi pubblici locali

Analizzando le disposizioni in materia di servizi pubblici, e in particolare dei servizi pubblici locali, l'art. 4 del decreto si pone l'obiettivo di colmare il vuoto normativo lasciato dall'abrogazione dell'art. 23-*bis* del decreto legge n. 112/2008, in modo da adeguare la disciplina dei servizi pubblici locali al quadro giuridico europeo. Per far ciò, esso ripropone nei fini l'impianto preesistente la consultazione popolare dello scorso giugno, escludendone l'applicabilità al settore idrico, per tenere conto dell'esito del *referendum*.

In tal modo, l'articolo in esame rilancia meritoriamente il processo di liberalizzazione dei servizi pubblici locali, avviato sulla base del precedente impianto regolatorio. L'apertura del settore è quanto mai essenziale, sia per agevolare il processo di crescita del sistema economico, attraverso lo stimolo agli investimenti e all'iniziativa imprenditoriale in tali attività, sia per ridurre il fabbisogno pubblico da destinare ad esse, sotto forma di partecipazione diretta alla gestione o di finanziamento per il ripiano di oneri di servizio pubblico.

Tuttavia, l'impianto normativo ora proposto si differenzia da quello precedente per un aspetto di rilievo, riguardante la scelta tra procedura a evidenza pubblica o affidamento diretto del servizio. Nel precedente regime, la gara era lo strumento privilegiato, derogabile in presenza di "*situazioni eccezionali che, a causa di peculiari caratteristiche economiche, sociali, ambientali e geomorfologiche del contesto territoriale di riferimento, non permettono un efficace e utile ricorso al mercato*", in cui l'affidamento *in house* era consentito previa richiesta di parere all'Autorità. Ora viene stabilita una soglia (valore dell'affidamento pari a 900.000 euro annui) al di sopra della quale la gara è obbligatoria, mentre al di sotto la gara è possibile, ma non necessaria (comma 13 dell'art. 4).

L'eccezionalità della situazione che non consente il ricorso al mercato viene dunque approssimata da un ben preciso valore economico del servizio, che però non può sostituirsi in maniera efficace a tutte le realtà in cui la gara non è esperibile, realtà che presentano necessariamente caratteristiche molto differenziate sotto i vari aspetti che la formulazione del precedente art. 23-*bis* aveva colto.

In ogni caso, nell'assenza di precise indicazioni sui criteri di scelta adottati per la definizione della soglia, l'Autorità osserva che questa appare oggettivamente elevata, tale da poter determinare, per alcuni settori di attività economica, una sottrazione quasi integrale dai necessari meccanismi di concorrenza per il mercato.

In ogni caso, il sistema di esenzioni dall'obbligo di gara così configurato si presta facilmente a comportamenti elusivi da parte delle amministrazioni che non intendono procedere agli affidamenti tramite gara dei servizi pubblici locali: sarebbe sufficiente frazionare gli affidamenti in tante "tranche", ciascuna di valore inferiore a 900.000 euro annui, per poterle poi attribuire tutte direttamente a controllate *in house*.

Il sistema ora introdotto appare dunque meno efficace di quello in vigore in precedenza, né sembra possa essere migliorato con modifiche al ribasso della soglia, data l'arbitrarietà con cui qualsiasi valore verrebbe eventualmente determinato. L'Autorità ritiene, a tale proposito, opportuna la regola della gara obbligatoria salvo particolari situazioni locali di cui dimostrare l'esistenza da parte dell'ente affidante.

Il principio dell'obbligo di gara per l'affidamento in esclusiva dei servizi pubblici locali, oltre a rispondere ai principi concorrenziali, appare fondamentale per garantire la scelta dell'operatore migliore in termini di qualità efficienza e condizione economiche dei servizi offerti. A tale riguardo, l'Autorità sottolinea l'opportunità di accompagnare il processo di riforma del settore dei servizi pubblici locali con misure di garanzia dell'efficienza e della qualità della gestione del servizio, e ciò indipendentemente dalla natura pubblica o privata del gestore.

Sulla scorta di analoghe esperienze estere, potrebbe ad esempio prevedersi un obbligo di pubblicazione, direttamente da parte del gestore o anche a cura dell'ente locale affidatario, di alcune misure di *performance* (livello qualitativo, prezzo medio per utente, livello degli investimenti effettuati) della gestione del servizio, le quali, pur tenendo conto delle diverse condizioni di fornitura in termini di aree, popolazione e caratteristiche del territorio servito, potrebbero consentire di effettuare delle prime valutazioni di *benchmarking* delle diverse gestioni. I risultati di questa attività potrebbero poi essere utilizzati a fini normativi, ad esempio stabilendo l'automatica cessazione anticipata dell'affidamento avvenuto in via diretta (e la successiva messa a gara del medesimo), se il gestore non è in grado di realizzare performance paragonabili ai migliori standard disponibili per servizi analoghi.

L'Autorità ritiene che il decreto potrebbe essere modificato in tal senso, lasciando a una successiva fase regolamentare la definizione degli aspetti di dettaglio (definizione dei *benchmark*, modalità di pubblicazione dei risultati di gestione da parte di tutti gli affidatari, periodicità dei confronti, ecc.) Per ciò che concerne le previsioni di cui al comma 11 dell'articolo 4, che commisurano la durata massima degli affidamenti al periodo di ammortamento degli investimenti previsti a carico del gestore, l'Autorità ritiene opportuno segnalare i possibili effetti anticoncorrenziali derivanti da un eccessivo prolungamento della stessa gestione in capo a un unico soggetto, anche alla luce del meccanismo di subentro di cui ai successivi commi 29 e 30, che garantiscono comunque il recupero degli investimenti effettuati.

Con riguardo poi alle previsioni in materia di regime transitorio per gli affidamenti diretti oggi in vigore, l'Autorità osserva quanto segue. Il comma 32 dell'art. 4 prevede che gli affidamenti diretti, relativi a servizi il cui valore economico superi i 900.000 euro annui, cessano improrogabilmente al 31 marzo 2012; per i servizi di valore inferiore a 900.000 annui vale dunque la scadenza originaria dell'affidamento. Per le stesse motivazioni esposte in precedenza, appare del tutto inconferente un valore predeterminato del servizio quale criterio per giustificare la prosecuzione degli affidamenti, effettuati *in house*, sino alla loro scadenza naturale. Inoltre, la norma, per come formulata, stabilisce l'esenzione dalla scadenza anticipata per tutti gli affidamenti diretti, non solamente per quelli *in house*, ampliando ulteriormente, rispetto a quanto previsto dal comma 13 per i nuovi affidamenti, la platea dei soggetti che possono continuare a gestire Spl senza aver vinto alcuna gara.

Allo stesso fine di evitare la permanenza di gestioni da parte di soggetti che non sono stati scelti ad esito di una procedura competitiva, l'Autorità osserva che i casi di cui alla lettera d), del comma 32, non possono ricomprendere anche affidamenti oggi in essere in base a rinnovi o proroghe tacite, già definiti dal giudice amministrativo quali gestioni di fatto, in quanto esercitati sulla base di un titolo illegittimo.

Inoltre, la previsione del comma 33 dell'art. 4, che consente agli affidatari diretti di partecipare a gare ulteriori, solamente in occasione della prima gara successiva alla cessazione del servizio, svolta mediante procedura competitiva ad evidenza pubblica, avente ad oggetto i servizi da essi forniti, appare porre condizioni eccessivamente restrittive. La *ratio* della norma è condivisibile: evitare le distorsioni derivanti dalla partecipazione di soggetti avvantaggiati dal beneficiare di un affidamento diretto, e disincentivare il ricorso ad affidamenti diretti, ostacolando la partecipazione alle gare per i soggetti titolari di tali affidamenti. Tuttavia, l'esperienza maturata in alcuni settori, quale il trasporto pubblico locale, indica come la restrizione qui in esame rischi di rendere impraticabile l'intero meccanismo di gara, finendo per limitare drasticamente il numero degli operatori ammissibili alle procedure di gara, e favorendo l'aggiudicazione al precedente affidatario, spesso l'unico partecipante alla gara. Si propone dunque di attenuare le condizioni che consentono agli affidatari diretti di partecipare ad altre gare, consentendo loro di farlo nel caso in cui (i) i soggetti in questione siano nella fase finale (inferiore ai due anni) del proprio affidamento e (ii) sia già stata bandita la gara per il riaffidamento del servizio o, almeno, sia stata adottata la decisione di procedere al nuovo affidamento attraverso procedure ad evidenza pubblica, per il servizio erogato dall'affidatario diretto.

L'Autorità, infine, vede con favore le importanti forme di incentivazione economica per le privatizzazioni delle società a partecipazione pubblica, ma ritiene sia pressante l'esigenza di garantire che tali procedure si svolgano nel modo più concorrenziale possibile, privilegiando lo strumento dell'evidenza pubblica.

L'Autorità auspica che le precedenti osservazioni siano di ausilio per i lavori parlamentari di conversione in legge del decreto.

IL PRESIDENTE

Antonio Catricalà

PRATICHE COMMERCIALI SCORRETTE

PS7444 - ITALIA-PROGRAMMI.NET-ABBONAMENTO PER SOFTWARE

Provvedimento n. 22709

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 25 agosto 2011;

SENTITO il Relatore Dottor Salvatore Rebecchini;

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 il "Regolamento sulle procedure istruttorie in materia di pratiche commerciali scorrette", adottato con delibera dell'Autorità del 15 novembre 2007, pubblicata nella G.U. n. 283 del 5 dicembre 2007, ed entrato in vigore il 6 dicembre 2007 (di seguito, Regolamento);

VISTI gli atti del procedimento;

VISTA la comunicazione di avvio del procedimento PS/7444 del 15 luglio 2011, volto a verificare l'esistenza di pratiche commerciali scorrette in violazione degli articoli 20, 22, 24 e 25 del Codice del Consumo, poste in essere da Estesa Limited (Gateway 2478 Rue de la Perle Providence Mahe Republic of Seychelles);

CONSIDERATO quanto segue:

I. FATTO

1. Dal mese di giugno 2011 ad oggi sono pervenute numerose segnalazioni, da parte di consumatori e loro associazioni, anche tramite la Direzione Contact Center dell'Autorità, concernenti il comportamento posto in essere dalla società Estesa Limited Global Gateway 2478 Rue de la Perle Providence Mahe Republic of Seychelles (di seguito, anche Estesa), nella sua qualità di professionista titolare del sito *internet* www.italia-programmi.net, consistente nell'indurre i consumatori a sottoscrivere, a loro insaputa, un abbonamento biennale, per un importo di 96 euro all'anno da corrispondere in via anticipata a fronte di richieste, da parte degli stessi consumatori, di programmi e applicazioni di largo uso per *personal computer* (in larga parte antivirus Avira) da scaricare *gratuitamente* dalla rete.

A fronte di ricerche per *software* gratuiti sul motore di ricerca *Google* i consumatori si sarebbero ritrovati, talora direttamente, talora tramite passaggi su siti ponte, nella *homepage* del sito sopra indicato ove sono invitati a seguire un percorso che tramite più *link* denominati "SCARICALO SUBITO!" porta ad una pagina di registrazione in cui si legge "Si prega di compilare tutti i campi modulo completamente: **Registrati ora e scarica**". Subito sotto, al centro della pagina si legge: **Crea il tuo account** ed ancora sotto al centro della pagina vi è un *form* per inserire i dati *online*. L'indicazione dell'onerosità è indicata, nella pagina di registrazione, in caratteri molto piccoli sulla destra dello schermo e poco visibili essendo in colore grigio chiaro su fondo bianco, nonché all'interno delle Condizioni Generali di Vendita (al paragrafo 7), che il consumatore è invitato a *spuntare* in fondo al *form* di registrazione e che sono indicate con il solo acronimo CGV cui corrisponde un *link*. Infine, in fondo al *form* vi è un ulteriore *link* da selezionare denominato

“Registrati ora (sic) e scarica”. Nessun pagamento è richiesto *online* al momento della sottoscrizione.

Una volta inseriti i propri dati, i consumatori si sarebbero trovati ad aver inconsapevolmente sottoscritto un contratto con la società Estesa Limited con sede in Seychelles la quale, dopo la decorrenza del termine di dieci giorni per l'esercizio del diritto di recesso, senza che il consumatore avesse ricevuto (via *e-mail* o per corrispondenza) alcuna conferma del perfezionamento del contratto stesso, avrebbe inviato all'indirizzo indicato in sede di registrazione il sollecito di pagamento dell'importo di 96 euro, da corrispondere con bonifico bancario ad essa intestato. Nel messaggio *e-mail* di sollecito si legge: *“Il mancato rispetto del termine indicato nel presente avviso di pagamento comporta, come da Decreto Legislativo 231/2002, l'obbligo al pagamento di interessi moratori. Rientrano in questi ultimi in particolare le ulteriori spese per azioni legali (per esempio altri solleciti, il ricorso ad uno studio legale per la riscossione o l'avvio di una procedura giuridica)”*.

Sulla base delle informazioni acquisite in atti, il 15 luglio 2011 via *e-mail* e il 18 luglio 2011 con pubblicazione della comunicazione di avvio sul Bollettino Settimanale dell'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato, è stato avviato il procedimento istruttorio PS/7444, ai sensi dell'art. 27, comma 3, del Codice del Consumo, nonché ai sensi dell'art. 6 del Regolamento, al fine di verificare l'esistenza di pratiche commerciali scorrette in violazione degli articoli 20, 22, 24 e 25 del Codice del Consumo.

Parte del procedimento, in qualità di professionista, è Estesa Limited Global Gateway 2478 Rue de la Perle Providence Mahe Republic of Seychelles.

Contestualmente alla comunicazione di avvio del procedimento, le parti sono state invitate, ai sensi dell'art. 9, comma 2 del Regolamento, a presentare memorie scritte e documenti entro 10 giorni dal suo ricevimento, al fine della valutazione dei presupposti per la sospensione provvisoria delle pratiche, ai sensi dell'art. 27, comma 3, del Codice del Consumo.

Il 1° agosto 2011 un consumatore ha trasmesso una *e-mail* ricevuta il giorno stesso da Estesa Limited dall'oggetto *“Ultimo sollecito prima della consegna al recupero crediti”* in cui la società, a distanza di due mesi dalla prima richiesta di pagamento, afferma: *“Con la presente La preghiamo per l'ultima volta di effettuare il pagamento integrale dell'ammontare sotto indicato entro il [omissis] sul conto corrente indicato.*

Cifre non ancora pervenute:

Ammontare del credito: 96,00

Commissioni di sollecito: 8,50

Ammontare totale: EUR 104,50

[omissis]

Dopo questo termine di pagamento ci vedremo purtroppo costretti di passare la documentazione al nostro ufficio di recupero crediti. Per evitare delle spese alte di recupero, per avvocato, tribunale e processo, La preghiamo di prendere quest'obbligo di pagamento sul serio [omissis]”.

In sintesi, i comportamenti oggetto di contestazione come *“pratiche commerciali”* consistono in due fattispecie distinte:

a) Assume profili di ingannevolezza, in particolare, il comportamento del professionista, sopra descritto, in quanto i consumatori, attraverso la grafica del sito e le modalità di ricerca con cui arrivano sullo stesso, sarebbero indotti a ritenere, contrariamente al vero, che la fruizione dei software avvenga senza spese. Ciò in quanto i soggetti interessati da una ricerca di software gratuiti, arriverebbero ad una pagina del sito (www.italia-programmi.net) nella quale l'indicazione

della reale natura del servizio (cioè un abbonamento a titolo oneroso per 24 mesi) sarebbe riportata con evidenza grafica poco percettibile.

b) Appaiono, inoltre, connotate da profili di aggressività, in violazione degli artt. 24 e 25 del Codice del Consumo, le condotte di Estesa Ltd consistenti nel sollecitare il pagamento dell'abbonamento annuale prefigurando al consumatore ingenti oneri aggiuntivi – anche connessi ad azioni legali - non previamente quantificati, né quantificabili, con il chiaro intento di indurlo ad un tempestivo pagamento della somma richiesta e la condotta di ostacolo all'esercizio del diritto di recesso esercitato nei tempi e nei modi previsti dalle condizioni contrattuali presenti sul sito *www.italia-programmi.net*, ivi inclusa la diffusione di informazioni non veritiere ai consumatori circa una asserita collaborazione del professionista con l'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato.

II. MEMORIE DELLE PARTI

A seguito della comunicazione di avvio del procedimento del 15 luglio 2011, con riferimento al procedimento cautelare, non sono state prodotte memorie difensive da parte di Estesa Limited.

III. VALUTAZIONI

Sotto il profilo del *fumus boni iuris*, gli elementi sopra descritti inducono a ritenere sussistenti *prima facie* le pratiche commerciali descritte, in violazione degli artt. 20, 22, 24 e 25 del Codice del Consumo, in quanto relativa alla pratica *sub a)* le modalità di accesso al sito rispetto alle ricerche effettuate dai consumatori, la mancanza di chiarezza dello stesso sito rispetto alla natura del servizio offerto, la mancanza di chiarezza successivamente alla compilazione del *form* e nei 10 giorni successivi, utili per esercitare il diritto di recesso fanno sì, come del resto già accertato con provvedimento n. 21773 del 3 novembre 2010 *Easydownload/attivazione non richiesta*, che i consumatori si trovino, loro malgrado, vincolati da un “abbonamento biennale” che non erano neppure consapevoli di aver sottoscritto.

Riguardo poi alla pratica *sub b)* gli strumenti di pressione utilizzati da Estesa nel minacciare l'eventualità di ulteriori ingenti spese per il recupero del credito in caso di mancato pagamento, computando, comunque, a titolo di spese di sollecito 8,50 euro dopo due mesi dalla prima richiesta di pagamento, e nell'ostacolare il diritto di recesso legittimamente esercitato, finiscono con il creare una situazione di notevole pressione psicologica anche nei confronti di persone che, pur cosce di non aver volontariamente sottoscritto alcun contratto o di volerne recedere, non vogliono rischiare di trovarsi a sopportare esborsi di ingente e non quantificabile importo e sono indotti a pagare pur di far cessare le pressanti e crescenti rivendicazioni economiche del professionista.

Sotto il profilo del *periculum in mora*, vale osservare che le condotte sopra descritte, consistenti in informazioni ingannevoli in ordine alla gratuità/onerosità del servizio offerto, nell'ostacolo al diritto di recesso e nell'insistenza con cui, a decorrere dai dieci giorni utili per l'esercizio del diritto di recesso, i consumatori vengono insistentemente richiesti di pagare il costo annuale anticipato del primo anno di abbonamento (96 euro in una prima fase e 104,50 dopo due mesi dalla prima richiesta) con minaccia di azione legale per il recupero giudiziale del credito ed eventuali ulteriori spese connesse, sono caratterizzate da un elevato grado di offensività in quanto invogliano il consumatore a riempire la scheda di registrazione lasciandogli credere che si tratti di un servizio gratuito e, poi, perseguono una strategia di insistenza e pressione psicologica per indurlo al pagamento.

RITENUTO, pertanto, che dall'esame degli atti del procedimento emergono elementi tali da avvalorare la necessità di provvedere con particolare urgenza al fine di impedire che le pratiche commerciali sopra descritte, consistenti in informazioni ingannevoli sulla natura del servizio e da aggressività per indurre i consumatori al pagamento, continuino ad essere poste in essere nelle more del procedimento di merito;

DISPONE

ai sensi dell'art. 27, comma 3, del Codice del Consumo e dell'art. 9, comma 1, del Regolamento, che la società Estesa Limited:

a) sospenda ogni attività diretta a pubblicizzare su Google Adwords o su altri strumenti di pubblicità *online*, in via diretta o indirettamente tramite siti ponte, la fruizione gratuita di *software* scaricabili dal sito *www.italia-programmi.net* e renda chiaro sul sito stesso che si tratta di un servizio a pagamento; cessi ogni attività di sollecito del pagamento del presunto abbonamento annuale nei confronti di quei consumatori che hanno reso noto alla società di non aver mai voluto sottoscrivere un abbonamento non essendosi neppure resi conto della natura onerosa del servizio offerto;

b) comunichi all'Autorità l'avvenuta esecuzione del presente provvedimento di sospensione e le relative modalità entro 10 giorni dal ricevimento del presente provvedimento, inviando una relazione dettagliata nella quale vengano illustrate le misure adottate.

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

Il presente provvedimento verrà comunicato 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 comunicazione 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 comunicazione del provvedimento stesso.

Si ricorda che, ai sensi dell'art. 9, comma 5, del Regolamento, la presente decisione di sospensione deve essere immediatamente eseguita a cura del professionista e che il ricorso avverso il provvedimento di sospensione dell'Autorità non sospende l'esecuzione dello stesso.

IL SEGRETARIO GENERALE

Luigi Fiorentino

IL PRESIDENTE

Antonio Catricalà

*Autorità garante
della concorrenza e del mercato*

Bollettino Settimanale
Anno XXI- N. 32 - 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
