



AUTORITÀ GARANTE  
DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

# Bollettino

Settimanale

Anno XXI - n. 46

Pubblicato sul sito *[www.agcm.it](http://www.agcm.it)*  
il 5 dicembre 2011



## SOMMARIO

INTESE E ABUSO DI POSIZIONE DOMINANTE	5
<b>I733 - SERVIZI DI AGENZIA MARITTIMA</b>	
<i>Provvedimento n. 22996</i>	5
OPERAZIONI DI CONCENTRAZIONE	7
<b>C11163 - FINANZIARIA INTERNAZIONALE HOLDING/SAVE</b>	
<i>Provvedimento n. 22997</i>	7
<b>C11250 - SDA EXPRESS COURIER/UNITED PARCEL SERVICE ITALIA</b>	
<i>Provvedimento n. 22998</i>	13
<b>C11311 - THE DISNEY STORE (ITALIA)/RAMO DI AZIENDA DI GRANDEMILIA</b>	
<i>Provvedimento n. 22999</i>	17
<b>C11312 - MIROGLIO FASHION/RAMO DI AZIENDA DI SHOPVILLE GRAN RENO</b>	
<i>Provvedimento n. 23000</i>	19
<b>C11313 - MIROGLIO FASHION/RAMO DI AZIENDA DI NOVA COOP</b>	
<i>Provvedimento n. 23001</i>	23
<b>C11314 - SERVIZI PORTUALI/RAMO DI AZIENDA DI BAGLIETTO DI CANTIERI NAVALI BAGLIETTO</b>	
<i>Provvedimento n. 23002</i>	26
<b>C11315 - CVA-COMPAGNIA VALDOSTANA DELLE ACQUE./DEVAL-VALLENERGIE</b>	
<i>Provvedimento n. 23003</i>	29
<b>C11318 - CERVED GROUP/MF HONYVEM</b>	
<i>Provvedimento n. 23004</i>	39
<b>C11319 - IMI FONDI CHIUSI SGR/SPINVECTOR</b>	
<i>Provvedimento n. 23005</i>	44
<b>C11321 - UNICOMM/RAMO DI AZIENDA DI GECON</b>	
<i>Provvedimento n. 23006</i>	47
<b>C11322 - LOTTOMATICA GROUP-REPLY/RINGMASTER</b>	
<i>Provvedimento n. 23007</i>	50
<b>C9812B - MONITORAGGIO POST-CONCENTRAZIONE - COMPAGNIA AEREA ITALIANA/ALITALIA LINEE AEREE ITALIANE -AIRONE</b>	
<i>Provvedimento n. 23008</i>	53



## INTESE E ABUSO DI POSIZIONE DOMINANTE

### **I733 - SERVIZI DI AGENZIA MARITTIMA**

*Provvedimento n. 22996*

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 16 novembre 2011;

SENTITO il Relatore Professor Piero Barucci;

VISTA la legge 10 ottobre 1990, n. 287;

VISTO il proprio provvedimento del 26 maggio 2010, con il quale è stata avviata un'istruttoria, ai sensi dell'articolo 14 della legge n. 287/90, per presunta violazione dell'articolo 81 del Trattato CE (ora articolo 101 del TFUE), nei confronti delle società Agenzia Marittima Le Navi S.p.A., APL Italia Agencies S.r.l., Banchemo Costa & C. Agenzia Marittima S.p.A., China Shipping Italy Agency Co. S.r.l., CMA CGM Italia S.r.l., Coscon Italy S.r.l., Gastaldi & C. S.p.A., Hapag Lloyd Italy S.r.l., K-Line Italia S.r.l., Maersk Italia S.p.A., Medov S.r.l., Safmarine Italia S.r.l., Paolo Scerni S.p.A., Yang Ming Italy S.p.A. e Zim Italia S.r.l., nonché dell'Associazione Agenti Raccomandatori Mediatori Marittimi Agenti Aerei di Genova e dell'Associazione Spedizionieri Corrieri e Trasportatori di Genova, al fine di accertare l'eventuale esistenza di un'intesa volta ad alterare le dinamiche competitive nel mercato dei servizi di agenzia marittima attraverso un coordinamento delle strategie commerciali e, in particolare, delle politiche di prezzo;

VISTO il proprio provvedimento del 13 ottobre 2010 con il quale l'istruttoria è stata estesa oggettivamente al fine di valutare le ulteriori presunte attività di coordinamento poste in essere dalle parti in relazione alle politiche commerciali relative al c.d. "sconto di fidelizzazione";

VISTO il proprio provvedimento del 16 marzo 2011, con il quale l'istruttoria è stata estesa alle società CSA S.p.A., Medmar S.p.A., Medmar Tramp S.r.l., Thos Carr & Son S.r.l. e Agenzia Marittima Prosper S.r.l.;

VISTO il proprio provvedimento del 17 maggio 2011, con il quale è stato prorogato all'11 gennaio 2012 il termine di conclusione del procedimento;

VISTE le istanze di proroga del termine di conclusione della fase istruttoria, presentate dalle società Agenzia Marittima Le Navi S.p.A., China Shipping Italy Agency Co. S.r.l., Coscon Italy S.r.l., Gastaldi & C. S.p.A., Medmar S.p.A., Paolo Scerni S.p.A., Yang Ming Italy S.p.A., Zim Italia S.r.l., nonché dall'Associazione Agenti Raccomandatori Mediatori Marittimi Agenti Aerei di Genova e dall'Associazione Spedizionieri Corrieri e Trasportatori di Genova, motivate dalla necessità di poter esercitare compiutamente il proprio diritto di difesa a seguito della intervenuta desecretazione di alcuni documenti e al conseguente accesso agli stessi;

CONSIDERATA la proroga del termine di conclusione della fase istruttoria di conseguenza concessa, per la quale le Parti del procedimento possono presentare memorie scritte e documenti

sino a cinque giorni lavorativi prima del termine di chiusura della fase istruttoria, fissato al 24 gennaio 2012;

CONSIDERATO che la proroga sopra indicata rende necessaria anche una proroga del termine di conclusione del procedimento, attualmente fissato all'11 gennaio 2012;

**DELIBERA**

di prorogare al 2 marzo 2012 il termine di conclusione del procedimento.

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

**IL SEGRETARIO GENERALE**  
*Luigi Fiorentino*

**IL PRESIDENTE**  
*Antonio Catricalà*

---

## OPERAZIONI DI CONCENTRAZIONE

### **C11163 - FINANZIARIA INTERNAZIONALE HOLDING/SAVE**

*Provvedimento n. 22997*

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 16 novembre 2011;

SENTITO il Relatore Dottor Antonio Pilati;

VISTA la legge 10 ottobre 1990, n. 287;

VISTA la comunicazione della società Finanziaria Internazionale Holding S.p.A., pervenuta in data 15 luglio 2011;

VISTA la propria richiesta di informazioni, trasmessa in data 11 agosto 2011, con conseguente interruzione dei termini ai sensi dell'articolo 5, comma 3, del D.P.R. n. 217/98;

VISTE le risposte alla richiesta di informazioni, pervenute in data 31 ottobre 2011;

CONSIDERATO quanto segue:

#### **I. LE PARTI**

Finanziaria Internazionale Holding S.p.A. (di seguito, FININT) è una *holding* che opera, anche attraverso le proprie controllate, nella Finanza Strutturata, nel *Corporate Finance*, nel *Business Process Outsourcing*, nella gestione e nella consulenza su patrimoni di terzi e negli investimenti di proprietà.

Nel 2010 FININT ha realizzato un fatturato consolidato a livello mondiale di circa [100-472]<sup>1</sup> milioni di euro, di cui [100-472] milioni di euro in Italia.

SAVE S.p.A. (di seguito, SAVE) è una società per azioni quotata alla Borsa italiana, che opera trasversalmente nel settore dei servizi ai viaggiatori articolando la sua attività nelle seguenti aree di *business*: gestione aeroportuale, gestione di infrastrutture di mobilità e servizi correlati, servizi di ristorazione al pubblico e gestione di negozi per i viaggiatori (*Food and Beverage & Retail*) presso le infrastrutture di mobilità. In particolare, nell'ambito aeroportuale, SAVE si occupa presso gli aeroporti di Venezia e Treviso della gestione, in senso stretto, delle infrastrutture aeroportuali. Si occupa anche delle prestazione di servizi di assistenza a terra principalmente nell'aeroporto di Treviso e, solo marginalmente, a Venezia. Inoltre, tramite la controllata Airst S.r.l., opera nei servizi commerciali negli scali aeroportuali.

Nel 2010, SAVE ha realizzato un fatturato consolidato a livello mondiale di circa 323 milioni di euro, di cui 288 milioni di euro in Italia.

---

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

## II. DESCRIZIONE DELL'OPERAZIONE

L'operazione in esame consiste nell'acquisizione da parte di FININT del controllo esclusivo di SAVE.

In particolare, la partecipazione di FININT, già presente in SAVE con una quota del 40% ottenuta tramite acquisizione di piccole partecipazioni, salirà al 42% circa. Nonostante l'incremento della partecipazione in SAVE non determini il raggiungimento della maggioranza del capitale sociale da parte di FININT, quest'ultima acquisisce il controllo esclusivo della società in ragione dell'elevata frammentazione della restante parte del capitale sociale, che renderà il voto di FININT determinante nell'assunzione delle delibere assembleari.

Il consolidamento dell'influenza determinate di FININT nell'Assemblea di SAVE emerge, infatti, dall'andamento delle operazioni di voto in ambito assembleare dell'ultimo anno. In particolare, l'analisi dei verbali evidenzia che il voto di FININT è stato determinante per l'adozione di tutte le delibere all'ordine del giorno delle diverse assemblee e che, a seguito dell'ultimo incremento di capitale, la società acquisisce il potere di controllare stabilmente SAVE. Ciò, in conformità con gli orientamenti espressi a livello comunitario dalla Commissione nella sua Comunicazione sui criteri di competenza giurisdizionale a norma del regolamento CE/139/2004 relativo al controllo delle concentrazioni tra imprese (cfr. para. 59).

## 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, dalla società di cui è prevista l'acquisizione è stato superiore a 47 milioni di euro.

## IV. VALUTAZIONE DELLA CONCENTRAZIONE

### *I mercati rilevanti*

L'operazione interessa il settore aeroportuale, quello delle infrastrutture di mobilità e della ristorazione commerciale.

#### **i) Settore aeroportuale**

##### *Mercati del prodotto*

Come più volte ribadito dall'Autorità e dalla Commissione Europea, nell'ambito della gestione aeroportuale sono individuabili tre ampie tipologie di servizi<sup>2</sup>:

---

<sup>2</sup> Cfr. provv. n. 17061 del 3 luglio 2007, C8616 - *Leonardo/Aeroporti di Roma*, in Boll. n. 27/07 e provv. n. 12047 del 29 maggio 2003, A303 - *Aviapartner/società Aeroporto Guglielmo Marconi di Bologna*, in Boll. n. 22/03. Per i casi comunitari cfr. decisioni della Commissione del 25 marzo 1997, caso n. IV/M.786 - *Birmingham International Airport* (GUCE del 03/05/1997, C 137, p. 3), del 22 dicembre 1997, caso n. IV/M.1035 - *Hochtief / Aer Rianta / Dusseldorf Airport* (GUCE del 26/02/1998, C 61, p. 5) e del 21 maggio 1999, caso n. IV/M.1255 - *Flughafen Berlin* (GUCE del 02/07/1999, C 186, p. 8). In tali decisioni la Commissione ha considerato le tre tipologie di servizi quali mercati distinti, lasciando aperta



(a) i servizi relativi alle infrastrutture centralizzate, definite dall'articolo 9 del Decreto Legislativo n. 18/99 e gestite in via esclusiva dall'ente gestore dell'aeroporto, in quanto la loro complessità, il loro costo o impatto ambientale non appaiono consentirne la suddivisione o duplicazione<sup>3</sup>. Tali servizi, che sono strettamente necessari per lo svolgimento delle attività di decollo, atterraggio e volo, costituiscono un unico "pacchetto" di servizi, richiesti nella loro globalità dagli *handler* per la fornitura ai vettori dei servizi di assistenza a passeggeri e aeromobili, o dagli stessi vettori che ricorrono all'autoproduzione;

(b) i servizi di assistenza a terra (*handling*), costituiti dal complesso di operazioni di assistenza necessarie e accessorie alla partenza, all'atterraggio e alla sosta dell'aeromobile e del suo carico. Ciascuno di essi richiede in genere un distinto *know how* e risponde a una specifica e distinta domanda da parte dei vettori aerei<sup>4</sup>;

(c) i servizi commerciali, che comprendono: la gestione di negozi di vendita di prodotti al pubblico, esercitata da soggetti terzi beneficiari di sub-concessione; la gestione di parcheggi, nonché la vendita di spazi pubblicitari.

Le tipologie di servizi sopra elencate potrebbero essere ulteriormente suddivise in più sottomercati. Ai fini della presente operazione non appare, tuttavia, necessario procedere ad una più puntuale delimitazione dei mercati, in quanto la valutazione degli effetti dell'operazione sotto il profilo concorrenziale non sarebbe diversa, posto che l'impresa acquirente non opera in alcuno dei mercati suddetti.

#### *Mercati geografici*

Per quanto riguarda i servizi relativi alle infrastrutture centralizzate ed i servizi di assistenza a terra (*handling*), la dimensione geografica dei mercati interessati coincide con quella dei singoli aeroporti su cui opera il gestore, ovvero, nel caso di specie, con gli aeroporti di Venezia e Treviso<sup>5</sup>. Infatti, i vettori che effettuano l'autoassistenza in un dato scalo necessitano nello scalo stesso, e non altrove, delle infrastrutture a supporto dell'attività di assistenza a terra. La medesima considerazione rileva anche per quanto riguarda gli *handler*, i quali inoltre sono vincolati dai contratti di assistenza stipulati con i vettori aerei, che individuano gli scali su cui i servizi di *handling* devono essere resi. In relazione a tali servizi, non si riscontra una sufficiente sostituibilità fra aeroporti, anche in considerazione del fatto che, in genere, il trasporto delle merci viene combinato al trasporto passeggeri, per il quale i diversi aeroporti di destinazione non sono sostituibili.

Con riferimento ai servizi commerciali forniti all'interno dell'aeroporto, sebbene essi o alcuni di essi, in linea di principio, potrebbero risultare sostituibili con servizi analoghi prestati in aree limitrofe allo scalo aeroportuale, nel caso di specie non appare necessaria una più esatta delimitazione geografica del mercato, in considerazione del fatto che l'acquirente opererà su tale mercato solo tramite la società acquisita. Anche con riferimento al mercato dei servizi commerciali si può quindi ritenere che l'estensione geografica coincida con gli aeroporti di Venezia e Treviso.

---

la questione della ulteriore suddivisibilità di ciascuno di essi in diversi mercati distinti in funzione della natura dei servizi forniti.

<sup>3</sup> In questo senso si è espressa anche la Commissione Europea. Cfr. Relazione della Commissione sull'applicazione della direttiva 96/67/CE del Consiglio del 15 ottobre 1996, COM(2006) 821 definitivo, Bruxelles 24.1.2007.

<sup>4</sup> Cfr. contenuti della Direttiva 96/67/CE, traspota in diritto interno dal Decreto Legislativo 13 gennaio 1999, n. 18.

<sup>5</sup> Cfr. C8616, cit..

## ii) Settore infrastrutture di mobilità

### *Mercati del prodotto*

Sulla base delle attività svolte da Centostazioni S.p.A., di cui SAVE detiene il controllo congiunto insieme a Ferrovie dello Stato, è possibile individuare tre ampie tipologie di attività:

- (a) attività riguardanti la riqualificazione del patrimonio immobiliare, che comprendono la progettazione e ristrutturazione di immobili finalizzata allo sviluppo immobiliare in particolare, nel caso in esame, delle stazioni<sup>6</sup>;
- (b) servizi di manutenzione e gestione in generale dei complessi di stazione (*building facility management*), ossia servizi specialistici di gestione e manutenzione di beni immobili, forniti sia singolarmente che in una logica integrata tramite contratti di *Global Service*<sup>7</sup>;
- (c) servizi commerciali svolti all'interno delle stazioni, che comprendono la gestione di negozi di vendita di prodotti al pubblico (tabacchi, liquori, profumi, cosmetici, abbigliamento, pelletteria, prodotti alimentari ed altri articoli), di parcheggi, nonché la vendita di spazi pubblicitari. Ai fini della presente operazione, non occorre tuttavia procedere ad una più puntuale delimitazione dei mercati rilevanti, sulla base della diversa natura dei servizi commerciali offerti nell'ambito delle stazioni, in quanto ciò non modificherebbe la valutazione dell'operazione, stante l'assenza della società acquirente dagli stessi.

### *Mercati geografici*

Con riguardo alla dimensione geografica dei mercati interessati, si ritiene che per quanto attiene alle attività di riqualificazione del patrimonio immobiliare e di *facility management* i mercati siano di dimensione nazionale.

Relativamente alla gestione degli esercizi commerciali situati all'interno delle stazioni ferroviarie, in alcune decisioni è stato ritenuto che tali esercizi siano in concorrenza solo con quelli situati nel centro urbano in cui si trova ogni singola stazione, e che pertanto il mercato abbia dimensione comunale. Tuttavia, alla luce di alcune più recenti decisioni dell'Autorità, il mercato geografico della commercializzazione al dettaglio di articoli di vario tipo nelle stazioni ferroviarie può invece essere considerata di dimensione nazionale.

Ai fini della valutazione dell'operazione in esame, l'esatta definizione dei mercati geografici rilevanti può essere lasciata aperta, dato che, comunque si definiscano tali mercati, non si determineranno restrizioni significative della concorrenza ma la mera sostituzione di un operatore con un altro.

<sup>6</sup> In relazione alle diverse attività è possibile, in linea di principio, identificare mercati distinti, tuttavia, nel caso in esame, non si ritiene necessario approfondire la definizione di ciascun mercato interessato, in quanto ciò non modificherebbe la valutazione dell'operazione.

<sup>7</sup> Nell'ambito dei servizi di *facility management* si possono distinguere i servizi tecnologici integrati per strutture edili che ricomprendono le prestazioni relative alla manutenzione ordinaria e straordinaria degli impianti installati negli immobili (impianti di riscaldamento e di raffreddamento, impianti elettrici, idraulici, antincendio, ascensori e simili) e delle strutture edili in generale e delle loro pertinenze. In tale categoria possono essere ricompresi anche i servizi di pulizia. Cfr. provv. n. 10635 dell'11 aprile 2002, C5167 – *Archimede 1/ Medie Stazioni*, in Boll. n. 15/02.

### iii) Settore della ristorazione commerciale

#### *Mercati del prodotto*

L'operazione in esame comporta l'acquisizione del controllo di un'impresa, SAVE, che, per il tramite della controllata Airst S.r.l., offre servizi nel campo della ristorazione autostradale, della ristorazione veloce - relativamente ai punti vendita situati all'interno delle stazioni ferroviarie e nei territori di alcuni Comuni - e della ristorazione aeroportuale.

Le predette attività costituiscono mercati rilevanti distinti sotto il profilo merceologico, ovvero:

(a) ristorazione autostradale, costituita dalla somministrazione di alimenti e bevande e dalla fornitura, in modo complementare, di un insieme di altri servizi, quali la vendita di generi alimentari e non alimentari e la vendita di giornali e di generi di monopolio agli utenti delle autostrade che sostano presso le aree di servizio<sup>8</sup>;

(b) ristorazione veloce, consistente nell'attività di somministrazione al pubblico di alimenti e bevande. In tale settore sono presenti diverse tipologie di esercizio commerciale, 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. 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<sup>9</sup>;

(c) ristorazione aeroportuale, fornita attraverso diverse tipologie di esercizi quali, ad esempio, i ristoranti, i *self-service* e i bar all'interno di aerostazioni.

#### *Mercati geografici*

Quanto alla delimitazione geografica, sulla base del consolidato orientamento dell'Autorità e con riferimento alla ristorazione autostradale, si evidenzia che costituiscono mercati geografici distinti i percorsi - lungo le tratte autostradali e nella stessa direzione di marcia - di raggio corrispondente a circa 150 chilometri dalle aree di servizio presso le quali è attiva l'impresa interessata<sup>10</sup>.

Con riguardo, invece, alla ristorazione presso stazioni e centri urbani, in considerazione dei comportamenti di acquisto dei consumatori e, in particolare, dell'importanza da questi attribuita alla prossimità dei punti di ristoro, i mercati geografici interessati hanno una dimensione locale, non superiore comunque ai confini dell'area urbana limitrofa alla stazione presso cui è sito l'esercizio commerciale acquisito.

Infine, con riferimento alla ristorazione aeroportuale, l'estensione geografica dei mercati rilevanti è circoscritta all'area degli stessi aeroporti, in quanto i consumatori che transitano in un aeroporto e che desiderano fruire dei servizi di ristorazione possono rivolgersi soltanto agli esercizi presenti all'interno dell'area aeroportuale<sup>11</sup>.

<sup>8</sup> Cfr. provv. n. 10982 del 24 luglio 2002, C5249 - *Autogrill/Ristop*, in Boll. n. 29/2002.

<sup>9</sup> Cfr. provv. n. 10982 del 22 novembre 2007, C8913 - *Cremonini/ Ramo d'azienda di società di persone*, in Boll. n. 29/02.

<sup>10</sup> Cfr. provv. n. 15868 del 24 agosto 2006, C7909 - *Airport Elite/Ristop*, Boll. n. 33-34/06.

<sup>11</sup> Cfr. provv. n. 20807 del 18 febbraio 2010, C10452 - *CHEF EXPRESS/SERVIZI DI RISTORAZIONE PRESSO L'AEROPORTO DI GENOVA*, in Boll. n. 7/10.

Ai fini della valutazione dell'operazione in esame, l'esatta definizione dei mercati geografici rilevanti può rimanere aperta, dato che, anche in questo caso, comunque si definiscano i mercati dal punto di vista della dimensione geografica, non si determinano restrizioni significative della concorrenza.

***Effetti dell'operazione***

L'operazione notificata non determina alcuna sovrapposizione tra le Parti in nessuno dei mercati considerati dal momento che - in ragione dell'assenza della società acquirente dai mercati rilevanti se non in quanto già detentrica di una quota del capitale della società acquisenda - essa darà luogo alla mera sostituzione di un operatore con un altro.

Per quanto precede, l'operazione non risulta, dunque, in grado di modificare in maniera sostanziale l'assetto concorrenziale dei singoli 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*

---

**C11250 - SDA EXPRESS COURIER/UNITED PARCEL SERVICE ITALIA***Provvedimento n. 22998*

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA 16 novembre del 2011;

SENTITO il Relatore Professore Carla Bedogni Rabitti;

VISTA la legge 10 ottobre 1990, n. 287;

VISTO l'atto della società SDA, pervenuto in data 6 settembre 2011;

VISTA la propria richiesta di informazioni, inviata in data 5 ottobre 2011, con conseguente interruzione dei termini ai sensi dell'articolo 5, comma 3, del D.P.R. 30 aprile 1998, n. 217;

VISTE le informazioni aggiuntive della società SDA pervenute in data 28 ottobre 2011;

CONSIDERATO quanto segue:

**I. LE PARTI**

SDA Express Courier S.p.A. (anche SDA) è una società operante nel settore dei trasporti e delle spedizioni aeree, marittime e terrestri per conto proprio e di terzi, nonché nelle operazioni doganali, valutarie ed altre attività accessorie alla spedizione di merci.

Il capitale della società è interamente detenuto da Poste Italiane S.p.A. (anche Poste), società interamente posseduta dal Ministero per l'Economia e delle Finanze e capogruppo dell'omonimo gruppo Poste Italiane, attivo nell'offerta di servizi postali, finanziari ed assicurativi.

Il fatturato realizzato nel 2010 da SDA in Italia è stato di [100-472]<sup>1</sup> milioni di euro, mentre il fatturato complessivo realizzato da Poste Italiane è stato pari a 19,639 miliardi di euro.

United Parcel Service Italia S.r.l. (anche UPS) è una società attiva nel settore dei servizi di corriere espresso nazionali e internazionali, nonché dei trasporti via aerea, terrestre e marittima e dell'autotrasporto di merci per conto terzi. Il capitale della società è detenuto al 100% da UPS International Inc., società di diritto statunitense, a sua volta interamente controllata da United Parcel Service, Inc. a capo dell'omonimo gruppo (anche gruppo UPS) attivo nel settore dei servizi di corriere espresso nazionali e internazionali e quotata presso il New York Stock Exchange.

Il fatturato mondiale del gruppo UPS è stato di circa 33 miliardi e mezzo di euro, mentre in Italia UPS ha prodotto un fatturato di circa [100-472] milioni di euro.

**II. DESCRIZIONE DELL'OPERAZIONE.**

L'operazione in esame consiste in un piano di riorganizzazione e razionalizzazione che si sostanzia in un complesso di accordi contrattuali tra UPS e SDA funzionalmente e inscindibilmente collegati. Si tratta di contratti finalizzati allo svolgimento di attività connesse ai servizi di corriere espresso che entrambe le parti svolgono e continueranno a svolgere sul mercato.

---

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

Il primo è un accordo di fornitura in base al quale SDA fornirà in *outsourcing* a UPS servizi di logistica, trasporto e distribuzione relativi agli invii di corriere espresso in Italia (*Operation Service Agreement*). Tale accordo ha una durata di cinque anni, con possibilità di rinnovo per un anno, decorrenti dalla data di perfezionamento dell'operazione.

In virtù di detto accordo, dunque, SDA fornirà ad UPS l'attività che si colloca a monte della successiva erogazione di servizi di corriere espresso ai clienti finali di UPS, clienti che rimarranno in capo a tale società.

Il secondo accordo ha per oggetto la fornitura da parte di UPS a SDA di un servizio di trasporto, *clearence* doganale e consegna per le spedizioni espresse internazionali originate in Italia e destinate all'estero (*Outbound service agreement*). In particolare, in forza di tale accordo, UPS riceverà presso i propri centri doganali i pacchi dei clienti di SDA destinati all'estero e procederà all'adempimento delle varie attività doganali in uscita, nonché al trasporto con propri vettori aerei e alle attività doganali in uscita sino alla consegna al destinatario finale.

I contratti sopra descritti si inscrivono nell'ambito di un *Framework Transfer Agreement*, il quale ha ad oggetto, oltre alla stipula dei predetti accordi, anche il trasferimento graduale da parte di UPS a SDA, di alcune unità lavorative destinate ad implementare l'accordo di fornitura nazionale sopra descritto (*Operation Service Agreement*). In particolare, si tratta di un trasferimento che avverrà in un arco approssimativo di due anni e che avrà ad oggetto 95 dipendenti (*75 full time equivalent*) e alcuni contratti di sub-fornitura per lo svolgimento di attività di logistica, trasporto e distribuzione, propedeutiche ai servizi di corriere espresso, attualmente localizzati nei centri di smistamento di UPS (Ravenna, Perugia, Trento, Ancona, Udine, Bari, Pescara, Genova, Novara, Reggio Emilia, Venezia). Con riguardo ai contratti di sub-fornitura, esplicitamente, UPS non assume alcun impegno in ordine alla continuità, frequenza e quantità dei servizi affidati.

Non viene trasferito, come da indicazione delle società interessate, alcun bene o *asset* aziendale, restando esplicitamente esclusi dal perimetro del trasferimento i contratti con i clienti UPS, i contratti di locazione degli immobili ove hanno sede attualmente i centri di smistamento di UPS, le relative utenze e forniture, nonché le posizioni di debito/credito nei confronti dei clienti finali. Ne risulta, come precisato dalla parte, che al trasferimento delle risorse sopra considerate non consegnerà alcuna modifica in termini di fatturato e di quote di mercato nell'ambito dei servizi di corriere espresso, dal momento che UPS continuerà a mantenere i propri clienti ed SDA le fornirà i servizi intermedi erogati dai centri di smistamento cui facevano capo le unità lavorative oggetto di trasferimento. Centri di smistamento che, a seguito dell'operazione, verranno dismessi da UPS.

### III. QUALIFICAZIONE DELLA CONCENTRAZIONE

L'operazione comunicata interessa i servizi di corriere espresso nei quali operano sia SDA che UPS e presenta caratteristiche tali da ritenere: (i) che l'oggetto del trasferimento non sia qualificabile come ramo d'azienda avente le caratteristiche di *full function* e (ii) che siano prevalenti gli aspetti cooperativi del rapporto tra le parti piuttosto che il trasferimento di elementi aziendali.

In tale contesto, si osserva che l'oggetto di cessione non è qualificabile come ramo d'azienda idoneo a generare fatturato, essendo rappresentato solo da una parte del personale di UPS destinato

all'erogazione di servizi per i quali SDA, attiva anche come gruppo Poste Italiane, dispone già di *know how* specifico.

A ciò si aggiunga, che la cessione dei rapporti con i sub-fornitori non assume caratteristiche di stabilità, dal momento che UPS, come espressamente indicato dalla parte notificante, non assume alcun impegno in ordine alla continuità, frequenza e quantità di servizi affidati. Nessun altro *asset* viene trasferito ed è espressamente previsto che i beni immobili e i rapporti con i clienti permarranno in capo a UPS.

L'operazione, quindi, non produrrà alcun mutamento nell'ambito dei servizi di corriere espresso, dal momento che UPS continuerà a gestire direttamente il rapporto con la propria clientela, limitandosi a servirsi di SDA quale sub-fornitore di attività intermedia.

Entrambe le società interessate, SDA (gruppo Poste Italiane) e UPS, operano e rimarranno attive nell'erogazione di servizi connessi allo svolgimento del corriere espresso ed è proprio nell'ambito dello svolgimento di tali attività che si inquadrano i due accordi di fornitura menzionati.

In particolare, sia SDA che UPS continueranno ad operare fornendo servizi di corriere ciascuno alla propria clientela finale (non oggetto di cessione) servendosi reciprocamente, grazie all'*Operation service agreement* e all'*Outbound service agreement*, di una parte di attività intermedia, svolta dall'altra società.

Attraverso il primo accordo, infatti, SDA erogherà in *outsourcing* a UPS servizi di logistica, trasporto e distribuzione relativi agli invii di corriere espresso in Italia per clienti che rimarranno di UPS stessa; viceversa, con il secondo accordo sarà UPS a fornire a SDA servizi di trasporto, attività doganali e di consegna per le spedizioni espresse internazionali originate in Italia e destinate all'estero dai clienti di SDA.

Viene così a crearsi un rapporto di cooperazione tra SDA e UPS che gravita intorno ai due contratti sopra illustrati, i quali hanno ad oggetto la fornitura reciproca di servizi afferenti il mercato del corriere espresso nazionale (*Operation Service Agreement*) e internazionale (*Outbound Service Agreement*).

Nell'ambito del contesto descritto, il trasferimento di personale e dei contratti con i sub-fornitori previsto dal *Framework Transfer Agreement* risulta del tutto strumentale al rapporto di collaborazione tra le due società sancito dai due accordi tra SDA e UPS. Tale circostanza rende prevalente il valore cooperativo dell'operazione rispetto al trasferimento di elementi aziendali cui, peraltro, non è possibile imputare alcuna modifica di fatturato nel mercato considerato.

RITENUTO, pertanto, sulla base delle considerazioni svolte, che l'operazione comunicata non costituisce un'operazione di concentrazione, ai sensi dell'art. 5, comma 3, della Legge n. 287/90;

#### DELIBERA

che non vi è luogo a provvedere.

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*

---



**C11311 - THE DISNEY STORE (ITALIA)/RAMO DI AZIENDA DI GRANDEMILIA***Provvedimento n. 22999*

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 16 novembre 2011;

SENTITO il Relatore Professor Piero Barucci;

VISTA la legge 10 ottobre 1990, n. 287;

VISTA la comunicazione della società The Disney Store (Italia) S.r.l., pervenuta in data 24 ottobre 2011;

CONSIDERATO quanto segue:

**I. LE PARTI**

The Disney Store (Italia) S.r.l. (di seguito, Disney Store Italia) è una società attiva in Italia nella distribuzione al dettaglio di un'ampia gamma di prodotti, prevalentemente giocattoli, capi di abbigliamento e accessori per neonati, bambini e ragazzi, basati sui personaggi e sui film del Gruppo Disney.

Disney Store è indirettamente controllata, tramite le società Disney Store Holdings (Netherlands) B.V., Wedco Two (Luxembourg) S a r.l. e Disney Enterprise Inc. (US), dalla società di diritto statunitense, a capo del gruppo Disney, The Walt Disney Company (US).

Il gruppo Disney opera nel settore dell'intrattenimento, attraverso quattro rami di attività: *i*) produzione e distribuzione di film di animazione e *live action* (*Media Networks*); *ii*) gestione di reti di trasmissione televisive e radiofoniche negli Stati Uniti e via *Internet* (*Studio Entertainment*); *iii*) progettazione e gestione di parchi di intrattenimento in diversi paesi (*Parks and Resorts*); *iv*) produzione e vendita di prodotti basati su personaggi Disney (*Consumer products*). Disney Store Italia è attiva nel ramo *Consumer Products*.

Nel 2010 il gruppo Disney ha realizzato un fatturato consolidato di circa 27,7 miliardi di euro a livello mondiale, di cui circa [3-4]<sup>1</sup> miliardi di euro in Europa e circa [472-700] milioni di euro in Italia.

Ramo d'Azienda di Grandemilia S.r.l. (di seguito, Ramo di Azienda) è attivo nel medesimo settore in cui opera Disney Store, essendo già gestito da quest'ultima in base ad un contratto di affitto di azienda, in scadenza al 24 novembre 2011.

Il Ramo di Azienda è collocato all'interno del Centro Commerciale Grandemilia, sito nel Comune di Modena, ed è di proprietà della società Grandemilia S.r.l. (di seguito, Grandemilia), che concede in affitto le singole unità commerciali facenti parte del Centro commerciale in oggetto.

Nel 2010, il fatturato realizzato, interamente in Italia, dal Ramo di Azienda è stato di circa [1-10] milioni di euro.

---

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

## **II. DESCRIZIONE DELL'OPERAZIONE**

L'operazione in esame consiste nella stipula di un nuovo contratto di affitto del Ramo di Azienda, della durata di nove anni, tra la società Grandemila e la Disney Store Italia, già titolare di un contratto di affitto del Ramo di Azienda, in scadenza al 24 novembre 2011.

## **III. QUALIFICAZIONE DELL'OPERAZIONE**

Dalle informazioni fornite emerge che l'operazione comunicata non costituisce una concentrazione ai sensi dell'articolo 5, della legge n. 287/90, in quanto il controllo del Ramo di Azienda in esame permane in capo alla stessa società Disney Store Italia, che già lo detiene attualmente in virtù di un contratto di affitto stipulato con la società Grandemila.

RITENUTO, pertanto, che l'operazione comunicata non costituisce una concentrazione ai sensi dell'articolo 5 della legge n. 287/90;

## **DELIBERA**

che non vi è luogo a provvedere.

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*

---

**C11312 - MIROGLIO FASHION/RAMO DI AZIENDA DI SHOPVILLE GRAN RENO***Provvedimento n. 23000*

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 16 novembre 2011;

SENTITO il Relatore Professor Piero Barucci;

VISTA la legge 10 ottobre 1990, n. 287;

VISTA la comunicazione della società Miroglio Fashion S.r.l., pervenuta in data 24 ottobre 2011;

CONSIDERATO quanto segue:

**I. LE PARTI**

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

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

Nel 2010 Miroglio ha realizzato a livello mondiale un fatturato consolidato di circa 827 milioni di euro, di cui circa [472-700]<sup>1</sup> milioni di euro per vendite in Italia.

Oggetto dell'operazione è il ramo d'azienda di proprietà della società Shopville Gran Reno S.r.l., costituito dall'esercizio commerciale per la vendita al dettaglio di abbigliamento, contraddistinto dal numero 119, sito all'interno del Centro Commerciale "Shopville Gran Reno", in via Marilyn Monroe n. 2, Casalecchio di Reno (BO), in precedenza gestito da un terzo.

La società Shopville Gran Reno S.r.l. ha per oggetto l'acquisto, la vendita, la permuta, la costruzione, la gestione e la locazione di beni immobili nonché l'esercizio di supermercati, di ipermercati e di tutte le altre forme di distribuzione organizzata all'ingrosso ed al dettaglio di generi alimentari e non alimentari.

Non sono disponibili i dati di fatturato del ramo d'azienda oggetto dell'operazione.

**II. DESCRIZIONE DELL'OPERAZIONE**

L'operazione in esame ha per oggetto l'affitto da parte di Miroglio, per una durata di otto anni, del ramo d'azienda di cui sopra, comprensivo del diritto all'intestazione *pro tempore* dell'autorizzazione amministrativa per la vendita al dettaglio di generi non alimentari, delle attrezzature, del diritto di godimento dei locali e del diritto di utilizzo delle parti comuni e delle infrastrutture del Centro Commerciale citato.

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

---

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

Inoltre, in forza di quanto pattuito dalle parti, Miroglio ha l'obbligo di non svolgere, per tutta la durata dell'affitto e per un anno successivo alla sua cessazione, attività oggettivamente in concorrenza con quelle svolte dal ramo d'azienda in esame entro una zona ricompresa in un raggio di 5 km in linea d'aria dal perimetro del Centro Commerciale citato.

### 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.

Il patto di non concorrenza, descritto in precedenza, non costituisce una restrizione accessoria all'operazione in quanto, come regola generale, si considera che le restrizioni poste a beneficio del venditore non siano direttamente connesse alla realizzazione della concentrazione e ad essa necessarie<sup>2</sup>.

### IV. VALUTAZIONE DELLA CONCENTRAZIONE

#### *Il mercato del prodotto*

Sotto il profilo merceologico, il settore interessato è quello della distribuzione al dettaglio di capi di abbigliamento femminile "pronto", formale ed informale, e dei relativi accessori; in particolare, la società Miroglio, attiva nella produzione di capi femminili di genere sia formale sia informale, attraverso l'operazione di cui si tratta, intende integrarsi a valle acquisendo nuovi punti vendita da gestire direttamente.

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

Deve, tuttavia, osservarsi che i punti vendita di abbigliamento sono, ormai in misura significativa, negozi specializzati nella vendita di un unico marchio, i cosiddetti negozi "monomarca" (ad esempio Max Mara, Stefanel, Replay, Mariella Burani e Max & Co.), dove prevale il libero servizio, che permette al consumatore di scegliere autonomamente, ma allo stesso tempo assicura, qualora venga richiesta, la vendita assistita tipica dei negozi tradizionali. E' necessario, inoltre,

---

<sup>2</sup> Cfr. Comunicazione della Commissione sulle restrizioni direttamente connesse e necessarie alle operazioni di concentrazione (2005/C 56/03) pubblicata in GUCE del 5 marzo 2005.

evidenziare come la disposizione in un unico punto vendita di tutte le tipologie di prodotto non rivesta un'importanza determinante, in quanto i capi di abbigliamento e gli accessori sono beni durevoli, di valore unitario elevato, che soddisfano vari bisogni: quello primario di vestirsi, ma anche un insieme complesso di altre necessità legate all'immagine individuale e sociale di una persona. Il consumatore è, dunque, disposto a visitare diversi negozi, comparandone le offerte in termini di qualità, prezzo e gusto, nonché a ripetere la ricerca per ogni articolo di cui ha bisogno. Sulla base delle considerazioni che precedono, può, dunque, affermarsi che la distribuzione moderna e i negozi tradizionali facciano parte del medesimo mercato.

### ***Il mercato geografico***

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

Pertanto, il mercato geografico rilevante ai fini della presente operazione può essere considerato di dimensioni provinciali, corrispondenti, nel caso di specie, alla provincia di Bologna.

### ***Effetti dell'operazione***

Nella provincia di Bologna, Miroglio è presente con una quota di mercato pari a circa il [1-5%]. Si osserva, inoltre, che nella provincia interessata sono presenti numerosi e qualificati concorrenti. Vista l'entità di tale quota e la trascurabile incidenza dell'acquisizione del controllo, da parte di Miroglio, di un ulteriore punto vendita, si ritiene che l'operazione di concentrazione oggetto della presente comunicazione non sia idonea a modificare le condizioni concorrenziali nel mercato della distribuzione di capi di abbigliamento e accessori nella provincia di Bologna.

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, infine, che il patto di non concorrenza sopra descritto, posto a carico dell'affittuario, non costituisce oggetto della presente delibera in quanto restrizione non accessoria all'operazione di concentrazione in esame;

## **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*

---

**C11313 - MIROGLIO FASHION/RAMO DI AZIENDA DI NOVA COOP***Provvedimento n. 23001*

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 16 novembre 2011;

SENTITO il Relatore Professor Piero Barucci;

VISTA la legge 10 ottobre 1990, n. 287;

VISTA la comunicazione della società Miroglio Fashion S.r.l., pervenuta in data 24 ottobre 2011;

CONSIDERATO quanto segue:

**I. LE PARTI**

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

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

Nel 2010 Miroglio ha realizzato a livello mondiale un fatturato consolidato di circa 827 milioni di euro, di cui circa [472-700]<sup>1</sup> milioni di euro per vendite in Italia.

Oggetto dell'operazione è il ramo d'azienda di proprietà della società Nova Coop, costituito dall'esercizio commerciale per la vendita al dettaglio di abbigliamento, contraddistinto dal numero 22, sito all'interno del Centro Commerciale di nuova costituzione "Il Gialdo", in via Montù, Chieri (TO).

Nova Coop è una società cooperativa aderente al consorzio COOP Italia, attiva nella distribuzione moderna al dettaglio di prodotti alimentari e non alimentari di largo consumo.

Non sono disponibili i dati di fatturato del ramo d'azienda oggetto dell'operazione in quanto lo stesso è ancora inattivo.

**II. DESCRIZIONE DELL'OPERAZIONE**

L'operazione in esame ha per oggetto l'affitto da parte di Miroglio, per una durata di sette anni, del ramo d'azienda di cui sopra, comprensivo del diritto all'intestazione *pro tempore* dell'autorizzazione amministrativa per la vendita al dettaglio di generi non alimentari, delle attrezzature, del diritto di godimento dei locali e del diritto di utilizzo delle parti comuni e delle infrastrutture del Centro Commerciale citato.

L'operazione è volta a far ottenere a Miroglio la disponibilità di un nuovo spazio commerciale per la vendita dei propri prodotti a marchio "*Oltre*".

---

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

### III. QUALIFICAZIONE DELL'OPERAZIONE

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

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

### IV. VALUTAZIONE DELLA CONCENTRAZIONE

#### *Il mercato del prodotto*

Sotto il profilo merceologico, il settore interessato è quello della distribuzione al dettaglio di capi di abbigliamento femminile "pronto", formale ed informale, e dei relativi accessori; in particolare, la società Miroglio, attiva nella produzione di capi femminili di genere sia formale sia informale, attraverso l'operazione di cui si tratta, intende integrarsi a valle acquisendo nuovi punti vendita da gestire direttamente.

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

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

#### *Il mercato geografico*

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



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

Pertanto, il mercato geografico rilevante ai fini della presente operazione può essere considerato di dimensioni provinciali, corrispondenti, nel caso di specie, alla provincia di Torino.

***Effetti dell'operazione***

Nella provincia di Torino, Miroglio è presente con una quota di mercato pari a circa il [5-10%].

Si osserva, inoltre, che nella provincia interessata sono presenti numerosi e qualificati concorrenti.

Vista l'entità di tale quota e la trascurabile incidenza dell'acquisizione del controllo, da parte di Miroglio, di un ulteriore punto vendita, si ritiene che l'operazione di concentrazione oggetto della presente comunicazione non sia idonea a modificare le condizioni concorrenziali nel mercato della distribuzione di capi di abbigliamento e accessori nella provincia di Torino.

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*

---

**C11314 - SERVIZI PORTUALI/RAMO DI AZIENDA DI BAGLIETTO DI CANTIERI NAVALI BAGLIETTO***Provvedimento n. 23002*

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 16 novembre 2011;

SENTITO il Relatore Professor Piero Barucci;

VISTA la legge 10 ottobre 1990, n. 287;

VISTA la comunicazione della società Aurelia S.r.l., pervenuta in data 25 ottobre 2011;

CONSIDERATO quanto segue:

**I. LE PARTI**

Aurelia S.r.l. (di seguito, Aurelia) è una società holding a capo di un gruppo operante nel settore delle concessioni autostradali, delle costruzioni, della vendita di energia elettrica e dell'autotrasporto per conto terzi.

Il capitale sociale di Aurelia è detenuto da diverse persone fisiche appartenenti alla famiglia Gavio. Nessuna di tali persone fisiche detiene il controllo di Aurelia.

Nel 2010, il fatturato consolidato realizzato a livello mondiale da Aurelia è stato di circa 2,065 miliardi di euro, di cui circa 2,06 miliardi di euro realizzati nell'Unione Europea e circa 2,056 miliardi di euro realizzati in Italia.

Oggetto di acquisizione è un ramo di azienda della società Baglietto S.n.c. di Cantieri Navali Baglietto S.r.l. con socio unico, attivo nella progettazione, fabbricazione e commercializzazione di imbarcazioni da diporto a motore di lunghezza superiore a 24 metri. Il ramo di azienda oggetto di acquisizione (di seguito, Ramo di azienda Baglietto) è costituito da (i) marchio "Baglietto" e (ii) attrezzature produttive e dipendenti del cantiere di La Spezia (n. 49 addetti).

Baglietto S.n.c. di Cantieri Navali Baglietto S.r.l. con socio unico (di seguito Baglietto) è stata costituita in data 7 giugno 2010 in funzione della proposta di concordato ex art. 160 Legge Fallimentare riguardante le società Cantieri Navali Baglietto S.r.l. in liquidazione, Gruppo Baglietto S.p.A. in liquidazione, Cantieri di Pisa S.r.l. in liquidazione e Speziayachting S.r.l. in liquidazione (di seguito complessivamente "Società Gruppo Baglietto"). Nell'ambito della suddetta procedura, omologata dal Tribunale di La Spezia in data 27 aprile 2011, le Società Gruppo Baglietto hanno conferito, in modo pressoché totalitario, i loro patrimoni in Baglietto divenendone soci illimitatamente responsabili (ciascuna delle quattro società possiede il 25% del capitale sociale della Baglietto).

Nel 2010, il fatturato realizzato a livello mondiale dal Ramo di azienda Baglietto è stato di circa 11,5 milioni di euro, di cui circa 4,5 milioni di euro realizzati nell'Unione Europea e circa 1,4 milioni di euro realizzati in Italia.

## II. DESCRIZIONE DELL'OPERAZIONE

L'operazione in esame ha ad oggetto l'acquisto, in proprietà esclusiva, da parte di Aurelia, attraverso la propria società controllata Servizi Portuali S.p.A., del Ramo di azienda Baglietto di cui sopra.

In base a quanto dichiarato dalle Parti, l'operazione non prevede restrizioni accessorie.

## 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

Da un punto vista merceologico, il settore interessato dall'operazione in esame è quello in cui opera il Ramo di azienda Baglietto, ossia la progettazione, costruzione e commercializzazione di yacht a motore di lusso (grandi imbarcazioni da diporto)<sup>1</sup>.

Tale mercato può essere segmentato a seconda della lunghezza dell'imbarcazione (tra i 7,5 e i 24 metri, oltre i 24 metri) in ragione di differenze tecniche e indicazioni normative. In particolare, i veicoli di maggiori dimensioni sono soggetti a regole internazionali di navigazione più rigide, con riferimento all'adozione di misure di sicurezza a bordo, e implicano l'ottenimento della patente nautica per navi da diporto (contrariamente alle imbarcazioni di lunghezza inferiore, dove è richiesta soltanto la patente nautica per unità da diporto e la navigazione può essere limitata ad una certa distanza dalla costa). Ciascuno dei suddetti segmenti, a sua volta, potrebbe essere eventualmente suddiviso a seconda del *design*, della tipologia di imbarcazione e della potenza del relativo motore (barche a vela motorizzate, motoscafi, *off-shore*, ecc).

Il Ramo di azienda Baglietto è attivo nel solo segmento della produzione e commercializzazione di imbarcazioni a motore di lusso di lunghezza superiore ai 24 metri, mentre Aurelia è attiva sia nel segmento della produzione e commercializzazione di imbarcazioni a motore di lusso di lunghezza superiore ai 24 metri, sia nel segmento della produzione e commercializzazione di imbarcazioni a motore di lusso di lunghezza compresa tra i 7,5 e i 24 metri.

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.

Dal punto di vista geografico, il mercato per la produzione e commercializzazione di imbarcazioni a motore di lusso può ritenersi di dimensione mondiale, come dimostrato dal fatto che i canali commerciali si sviluppano essenzialmente su base internazionale.

---

<sup>1</sup> Cfr. provv. n. 22799 del 14 settembre 2011, C11231 - *Fondo Italiano d'Investimento SGR/Sanlorenzo*, pubbl. in Boll. n. 37/11 e provv. n. 20176 del 29 luglio 2009, C10185 - *Yachts Participation - Mediobanca-Banca di Credito Finanziario/Ferretti*, pubbl. in Boll. n. 32/09.

Nel mercato mondiale della produzione e commercializzazione di imbarcazioni a motore di lusso di lunghezza superiore ai 24 metri, sia il Ramo di azienda Baglietto sia Aurelia detengono una quota inferiore all'1%. Si rileva inoltre che nel mercato mondiale della produzione e commercializzazione di imbarcazioni a motore di lusso di lunghezza compresa tra i 7,5 e i 24 metri, ove il Ramo di azienda Baglietto non è attivo, Aurelia detiene una quota inferiore all'1%.

In tali mercati sono presenti numerosi e qualificati concorrenti.

In virtù di quanto considerato, si ritiene che nei mercati di riferimento l'operazione non avrà effetti pregiudizievoli per la concorrenza, non determinando modifiche sostanziali nella struttura concorrenziale degli stessi.

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

#### DELIBERA

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

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*

---

**C11315 – CVA-COMPAGNIA VALDOSTANA DELLE ACQUE./DEVAL-VALLENERGIE***Provvedimento n. 23003*

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 16 novembre 2011;

SENTITO il Relatore Professor Piero Barucci;

VISTA la legge 10 ottobre 1990, n. 287;

VISTO il Regolamento del Consiglio (CE) n. 139/2004;

VISTA la comunicazione della società CVA-Compagnia Valdostana delle Acque S.p.A., pervenuta in data 25 ottobre 2011;

CONSIDERATO quanto segue:

**I. LE PARTI**

**1.** CVA-Compagnia Valdostana delle Acque S.p.A. (di seguito, CVA) è a capo di un gruppo attivo nella produzione e nella commercializzazione, all'ingrosso e al dettaglio, di energia elettrica, prevalentemente in Valle D'Aosta. Nella commercializzazione al dettaglio CVA opera tramite la società CVA Trading S.r.l. (di seguito, CVA Trading). L'intero capitale sociale di CVA è detenuto da FINAOSTA-Finanziaria Regionale Valle D'Aosta S.p.A. (di seguito, Finaosta), società finanziaria della Regione Valle d'Aosta, a sua volta controllata dalla medesima Regione. Il fatturato consolidato realizzato dal gruppo CVA nel 2010 è stato pari a circa 698,9 milioni di euro.

**2.** DEVAL S.p.A. (di seguito, Deval) è una società operante nella distribuzione dell'energia elettrica in 69 dei 74 comuni della Valle D'Aosta. Deval è controllata congiuntamente da Enel S.p.A. (di seguito, Enel) e CVA<sup>1</sup>, le quali detengono, rispettivamente, il 51% ed il 49% del suo capitale sociale. Il fatturato realizzato in Italia nel 2010 è stato pari a 49,6 milioni di euro.

**3.** VALLENERGIE S.p.A. (di seguito, Vallenergie) è una società costituita nel 2007 ed operante nella vendita al dettaglio di energia elettrica ai clienti del "servizio di maggior tutela"<sup>2</sup> situati nei comuni ove opera Deval. Vallenergie è controllata congiuntamente da Enel S.p.A. (di seguito, Enel) e CVA<sup>3</sup>, le quali detengono, rispettivamente, il 51% ed il 49% del suo capitale sociale. Il fatturato realizzato in Italia nel 2010 è stato pari a 46,8 milioni di euro.

<sup>1</sup> In data 9 agosto 2011 Finaosta ha trasferito a CVA il 49% di Deval e Vallenergie e conseguentemente il controllo congiunto, esercitato insieme ad ENEL, sulle due società. Finaosta, infatti, prima del 9 agosto esercitava un controllo congiunto su Deval e Vallenergie in forza di un accordo quadro che conferiva al socio di minoranza alcuni poteri di veto (cfr. C4005- Finanziaria Regionale Valle D'Aosta /Enel, del 14 giugno 2000, in Boll. 24/2000).

<sup>2</sup> A seguito della completa liberalizzazione del mercato della vendita di energia elettrica a partire dal 1° luglio 2007, il decreto legge 18 giugno 2007, n. 73, convertito con modifiche nella legge 3 agosto 2007, n. 125, ha istituito il "servizio di maggior tutela", destinato ai clienti domestici e alle imprese connesse in bassa tensione, aventi meno di 50 dipendenti e un fatturato annuo non superiore a 10 milioni di euro, che non abbiano scelto un fornitore sul mercato libero dell'energia elettrica. Tale servizio è fornito dal distributore, attraverso una apposita società separata se il distributore copre più di 100.000 clienti.

<sup>3</sup> In data 9 agosto 2011 Finaosta ha trasferito a CVA il 49% di Deval e Vallenergie e conseguentemente il controllo congiunto, esercitato insieme ad ENEL, sulle due società. Finaosta, infatti, prima del 9 agosto esercitava un controllo congiunto su Deval e Vallenergie in forza di un accordo quadro che conferiva al socio di minoranza alcuni poteri di veto (cfr. provv. n. 8388 del 14 giugno 2000, C4005- Finanziaria Regionale Valle D'Aosta /Enel, , in Boll. 24/00).

## II. DESCRIZIONE DELL'OPERAZIONE

4. L'operazione in esame consiste nell'acquisizione da parte di CVA del restante 51% del capitale sociale di Deval e Vallenergie, attualmente detenuto da Enel.

5. Tali acquisizioni rientrano nell'ambito di un'unica operazione di concentrazione in virtù del fatto che, sulla base dei contratti di compravendita, dovranno essere perfezionate contestualmente. Inoltre, le partecipazioni di Deval e Vallenergie saranno acquisite dalla medesima società, CVA<sup>4</sup>.

6. Con specifico riferimento alle motivazioni sottostanti all'operazione in esame, l'acquisizione di Vallenergie è finalizzata al miglioramento della gestione del servizio di vendita dell'energia elettrica nel territorio della Valle d'Aosta". Ciò, in ragione del fatto che l'operatività di Vallenergie è stata caratterizzata in passato da *una serie di problematiche, prevalentemente di carattere tecnico-informatico, anche all'efficacia del proprio sistema di fatturazione, che hanno avuto ripercussioni sulla comunità locale* di utenti serviti in regime di maggior tutela. Pertanto, l'interesse della Regione di acquistare Vallenergie, per il tramite di CVA, è quello di garantire alle famiglie e alle piccole utenze imprenditoriali valdostane la fruibilità di un servizio essenziale.

7. In relazione all'acquisizione di Deval, CVA ha posto in evidenza che essa è specificatamente volta a garantire una continuità di presidio del territorio e una buona redditività. Nel contesto degli accordi di negoziazione tra CVA, impresa acquirente, e Enel, impresa cedente, è stato previsto che Enel si impegni a mettere a disposizione di Deval la propria piattaforma informatica (cd. piattaforma "Four") e, in ultima analisi, consentire a Deval una gestione autonoma della stessa. La nuova struttura operativa di Deval dovrebbe pertanto consentire una interfaccia efficiente e non discriminatoria tra il distributore valdostano e tutti i venditori che intendono operare nella Regione.

## III. QUALIFICAZIONE DELL'OPERAZIONE

8. 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.

9. Essa rientra quindi 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 a livello nazionale dall'insieme delle imprese interessate è stato superiore a 472 milioni di euro.

## IV. LA PRECEDENTE NOTIFICA

10. L'operazione in esame è stata notificata in precedenza, in data 27 maggio 2011. In considerazione di alcune criticità sul piano concorrenziale ravvisate con riferimento

---

<sup>4</sup> Cfr. 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, paragrafi 41 e 43.

all'operazione, l'Autorità, in data 22 giugno 2011, ha avviato un procedimento istruttorio<sup>5</sup> che si è chiuso il 5 agosto u.s. con un provvedimento di divieto dell'operazione<sup>6</sup>.

**11.** Gli elementi fattuali acquisiti nell'ambito del procedimento istruttorio, infatti, avevano messo in evidenza che l'operazione avrebbe dato luogo ad una posizione dominante tale da ridurre o eliminare in modo sostanziale e durevole la concorrenza nei mercati della vendita al dettaglio di elettricità ai clienti domestici e non domestici connessi in bassa tensione in Val d'Aosta. Ciò a causa principalmente del fatto che tali mercati risultavano caratterizzati dalla presenza di barriere di tipo localistico e normativo che tendevano a ridurre la contendibilità, in particolare per operatori attivi a livello nazionale. Tali barriere risultavano derivare soprattutto dalle modalità previste dalla normativa regionale per il rilascio di una agevolazione ai clienti domestici residenti in Valle d'Aosta.

**12.** In particolare, la normativa regionale riconosceva a tutte le società esercenti la vendita di energia elettrica che avessero stipulato con la Regione una specifica Convenzione, il rimborso di uno sconto, direttamente praticato in bolletta, alle famiglie residenti, pari al 30% del costo relativo alla componente di energia (componente PED), definita dall'AEEG per il servizio di maggior tutela. Per tali società, la concreta applicazione della Convenzione richiedeva l'implementazione di specifici sistemi di gestione dei clienti valdostani, che avrebbero comportato modifiche dei software di fatturazione nonché oneri burocratici connessi alla gestione dei rapporti con la Regione<sup>7</sup>, tali da costituire un costo di ingresso eccessivo rispetto al bacino di utenti valdostano<sup>8</sup>. In tale contesto, infatti, Soltanto CVA e Vallenergie avevano sottoscritto la Convenzione con la Regione in quanto operatori prevalentemente locali. Viceversa, i principali operatori nazionali nel mercato della vendita al dettaglio di energia elettrica (Edison Energia, Sorgenia, Enel Energia, E.On, Eni) non avevano sottoscritto la Convenzione con la Regione Val d'Aosta in ragione delle difficoltà di implementare concretamente le modalità di ottenimento dello sconto.

**13.** L'Autorità, pertanto, in data 5 agosto ha deliberato, contestualmente al provvedimento di divieto dell'operazione di concentrazione, anche una segnalazione destinata alla Regione Valle d'Aosta avente per oggetto le distorsioni della concorrenza derivanti dalle modalità di applicazione della agevolazione finanziaria concessa ai clienti domestici residenti per l'acquisto dell'energia elettrica<sup>9</sup>.

<sup>5</sup> Cfr. provv. n. 22508 del 22 giugno 2011, C11082 - *CVA-Compagnia Valdostana delle acque/Deval-Vallenergie*, in Boll. n. 23/11.

<sup>6</sup> Cfr. provv. n. 22683 del 4 agosto 2011, C11082 - *CVA-Compagnia Valdostana delle acque/Deval-Vallenergie*, in Boll. n. 31/11.

<sup>7</sup> Al riguardo, nel corso del procedimento istruttorio relativo alla menzionata concentrazione, era infatti emerso che gli operatori che intendevano sottoscrivere la Convenzione regionale avrebbero dovuto sostenere una serie di oneri derivanti in particolare: *ex-ante*, dalla modifica del sistema di fatturazione al fine di riportare in bolletta il totale dello sconto applicato a ciascun cliente; *ex-post*, dalla gestione di una fase post-vendita piuttosto complessa, consistente in una rendicontazione di dettaglio alla Regione sugli sconti praticati.

<sup>8</sup> L'esistenza di un'effettiva barriera all'accesso al mercato trovava conferma nella circostanza, emersa nel corso del relativo procedimento istruttorio, che unicamente operatori locali (CVA e Vallenergie) hanno concretamente sottoscritto la Convenzione regionale e, dunque, beneficiato dell'innegabile vantaggio competitivo derivante dall'applicazione dello sconto del 30% sulla tariffa.

<sup>9</sup> AS863 - *Interventi regionali a sostegno dei costi dell'energia elettrica per le utenze domestiche*, del 4 agosto 2011, pubblicata in Boll. n. 31/11.

## V. LA MODIFICA DELLA LEGGE REGIONALE

**14.** In data 19 ottobre 2011 è stata approvata dal Consiglio regionale la legge regionale 24 ottobre 2011 n. 24, recante modificazioni alla legge regionale 15 febbraio 2010, n. 4, contenente *“Interventi regionali a sostegno dei costi dell’energia elettrica per le utenze domestiche. Modificazione alla legge regionale 18 gennaio 2010, n. 2”*.

**15.** La nuova legge, entrata in vigore il 9 novembre 2011, recependo le indicazioni dell’Autorità nella summenzionata segnalazione del 5 agosto u.s., modifica la precedente modalità di corresponsione dello sconto per l’acquisto di energia elettrica a favore dei clienti domestici residenti.

**16.** In particolare, la legge entrata recentemente in vigore, stabilisce che i cittadini residenti possano beneficiare dello sconto senza intermediazioni procedurali da parte delle società venditrici. Infatti, da un lato, i residenti che attiveranno un nuovo contratto di fornitura, interessati all’applicazione dello sconto, dovranno inoltrare direttamente alla Regione la domanda di accesso al contributo. Dall’altro lato, la Regione provvederà a calcolare, sulla base dei dati di consumo mensile comunicati dalle società di distribuzione, lo sconto applicabile, provvedendo, per il tramite della società finanziaria regionale, Finaosta S.p.A. (di seguito, Finaosta), all’erogazione del contributo direttamente al richiedente. La legge stabilisce inoltre che gli oneri derivanti dalle attività di elaborazione e di trasmissione dei dati di consumo da parte delle società di distribuzione saranno interamente posti a carico del bilancio regionale.

## VI. VALUTAZIONE DELL’OPERAZIONE

### VI.1. I mercati rilevanti

**17.** I mercati interessati dall’operazione in esame sono quello *i)* della distribuzione di energia elettrica e *ii)* della vendita al dettaglio di energia elettrica.

#### **i) La distribuzione di energia elettrica**

**18.** L’attività di distribuzione è definita, ai sensi del Decreto Legislativo 16 marzo 1999, n. 79, come *“il trasporto e la trasformazione di energia elettrica su reti di distribuzione a media e bassa tensione per le consegne ai clienti finali”*. Tale servizio è svolto sulla base di concessioni esclusive aventi scadenza il 31 dicembre 2030. La legge 3 agosto 2007, n. 125, stabilisce che, a decorrere dal 1° luglio 2007, l’attività di distribuzione deve essere svolta in regime di separazione societaria rispetto all’attività di vendita nel caso in cui le reti alimentino almeno 100.000 clienti finali. In ragione del fatto che i distributori operano in regime di monopolio, la dimensione geografica del mercato si identifica con il territorio oggetto della concessione, che coincide con il comune.

**19.** Nel caso di specie, i mercati geografici coinvolti sono quelli in cui Deval detiene le concessioni di distribuzione relative a 69 comuni della provincia di Aosta.

#### **ii) La vendita al dettaglio di energia elettrica**

**20.** Secondo costante giurisprudenza comunitaria e nazionale, nella fase di vendita di energia elettrica al dettaglio occorre distinguere tra la vendita ai grandi clienti industriali e commerciali connessi alle reti in alta e media tensione e quella alle piccole imprese connesse alla rete in bassa



tensione<sup>10</sup>. A sua volta, la vendita alle piccole imprese in bassa tensione deve considerarsi distinta da quella rivolta agli utenti domestici<sup>11</sup>, in quanto le offerte destinate alle suddette tipologie di clienti finali non sono sostituibili. Infatti, l'utenza domestica si differenzia per profili di consumo particolari, per l'alto livello di standardizzazione dei contratti, per la presenza di alcuni obblighi di servizio universale imposti dalla regolamentazione e per un profilo di rischio di insolvenza più elevato rispetto alla clientela non domestica.

**21.** Nella definizione dell'ambito di tali mercati non è opportuno individuare mercati distinti sulla base del regime di maggior tutela e di salvaguardia<sup>12</sup> di cui gli utenti finali possono eventualmente godere, in quanto: i) non vi sono ostacoli di sorta al passaggio dal servizio di maggior tutela o di salvaguardia al mercato libero e viceversa; ii) la tariffa della maggior tutela e il prezzo di salvaguardia costituiscono un vincolo concorrenziale per gli operatori del mercato libero, in quanto nessun cliente avrebbe interesse a spostarsi su tale segmento accettando un'offerta che comporti una spesa stabilmente superiore alla tariffa<sup>13</sup>; iii) i prezzi delle offerte variabili generalmente applicati dagli operatori sul segmento del mercato libero non si discostano in misura significativa dalla tariffa del servizio di maggior tutela, in ragione della difficoltà, data la struttura tariffaria - ed in particolare dati i costi di commercializzazione riconosciuti in tariffa - di praticare sconti maggiori.

**22.** Nel settore della vendita al dettaglio di energia la concentrazione in esame riguarda l'acquisizione da parte di CVA dei clienti serviti in maggior tutela da Vallenergie. I mercati del prodotto interessati dall'operazione sono dunque: i) il mercato della vendita al dettaglio di energia elettrica ai clienti non residenziali (imprese commerciali e industriali, studi professionali ecc.) allacciati in bassa tensione e ii) il mercato della vendita di energia elettrica ai clienti domestici.

**23.** Per quanto riguarda la dimensione geografica, il mercato della vendita ai clienti finali domestici può essere ritenuta locale e coincidente con l'estensione della concessione del distributore collegato, in quanto, dal lato della domanda i costi di ricerca e di cambiamento dei fornitori risultano particolarmente elevati, e, dal lato dell'offerta, i costi di penetrazione degli operatori sono significativi, al punto che solo pochi operatori coprono con le loro proposte commerciali porzioni rilevanti del territorio nazionale. Ciò ha comportato, soprattutto per i clienti domestici, la tendenza al mantenimento della fornitura con gli esercenti la maggior tutela collegati al distributore locale<sup>14</sup>, oppure il passaggio al segmento libero con un venditore appartenente allo stesso gruppo dell'esercente la maggior tutela<sup>15</sup>.

**24.** Per quanto riguarda il mercato della vendita al dettaglio ai clienti non domestici connessi in bassa tensione, nei precedenti dell'Autorità è stata identificata una dimensione geografica di

<sup>10</sup> Cfr. M3440- *Eni/GDP/EDP*, del 9 dicembre 2004, §64.

<sup>11</sup> Cfr. M1480 - *GdF/Suez*, del 14 novembre 2006, §§688-692.

<sup>12</sup> Per il servizio di maggior tutela, cfr. nota 2. Il servizio di salvaguardia è destinato ai clienti finali non domestici, che non hanno i requisiti per usufruire del servizio di maggior tutela, che sono senza fornitore o che non hanno ancora esercitato la scelta del proprio fornitore.

<sup>13</sup> Le offerte fisse possono essere temporaneamente superiori alla tariffa (a causa di particolari quotazioni dei combustibili) ma se tale andamento dovesse continuare nel tempo, è legittimo attendersi l'abbandono dell'offerta da parte dei consumatori.

<sup>14</sup> Secondo i dati pubblicati dall'Autorità per l'Energia Elettrica ed il Gas sul proprio sito, a marzo 2011, a livello nazionale l'84,7% dei clienti domestici era servito in maggior tutela, mentre il rimanente 15,3% era sul "mercato libero". Nel 2010, il 6,2% dei clienti domestici in maggior tutela è passato al mercato libero.

carattere locale<sup>16</sup> in ragione del fatto che, anche in questo caso, i costi di ricerca e di cambiamento dei fornitori per i clienti e i costi di accesso per gli operatori appaiono comunque significativi<sup>17</sup>.

**25.** Nel caso di specie, pertanto, la dimensione geografica del mercato della vendita di energia elettrica al dettaglio ai clienti domestici e non domestici connessi in bassa tensione è limitata alla rete di distribuzione di Deval, che serve i 69 menzionati comuni valdostani. Tale estensione geografica corrisponde alla quasi totalità del territorio della Valle d'Aosta, costituito nel complesso da 74 comuni.

#### ***VI.2. La posizione delle parti nei mercati rilevanti***

##### **i) La distribuzione di energia elettrica**

**26.** Nel mercato della distribuzione di energia elettrica, l'operazione determina la sostituzione di un operatore (CVA) ad un altro (Deval) nella gestione di una attività sottoposta a monopolio legale sino al 2030, ai sensi del Decreto Legislativo n. 79/99, e soggetta a regolazione<sup>18</sup>.

##### **ii) La vendita al dettaglio di energia elettrica**

###### ***1. La posizione delle Parti nel mercato della vendita ai clienti domestici***

**27.** Per quanto riguarda il mercato della vendita al dettaglio di energia elettrica ai clienti domestici, Vallenergie nel 2010 riforniva esclusivamente nell'ambito del servizio di maggior tutela il [85-90%]<sup>19</sup> circa dei punti di prelievo relativi ai clienti domestici allacciati alla rete di Deval, che rappresentavano il [85-90%] dei consumi domestici (cfr. tabella 1).

**28.** Il gruppo CVA riforniva invece – esclusivamente sul segmento libero – il [10-15%] dei punti di prelievo dei clienti domestici, che rappresentavano il [15-20%] dei consumi domestici. Altri operatori (Enel Energia, E.ON Energia, Edison Energia, Eni, Sorgenia) detenevano quote inferiori all'1%.

---

<sup>15</sup> Dai dati dell'Autorità per l'Energia Elettrica ed il Gas, infatti, oltre 2/3 degli utenti domestici che hanno esercitato il diritto di scelta del proprio fornitore di energia elettrica sono passati al mercato libero con un venditore appartenente allo stesso gruppo dell'esercente la maggior tutela.

<sup>16</sup> Cfr. provv. n. 22041 del 19 gennaio 2011, C10892 - *Acea/Aceaelectrabel-Ramo di azienda di Aceaelectrabel Produzione*, in Boll. n. 3/11; provv. n. 21528 dell'8 settembre 2010, A411 - *Sorgenia/A2A*; provv. n. 21529 dell'8 settembre 2010, A411a - *Sorgenia/Acea*; provv. n. 21530 dell'8 settembre 2010, A411b- *Sorgenia/Italgas*; provv. n. 21531 dell'8 settembre 2010, A411d- *Sorgenia/Iride*, tutti in Boll. n. 35/2010; provv. n. 21919 del 21 ottobre 2010, A411c - *Sorgenia/HERA*, in Boll. n. 41/10.

<sup>17</sup> Nel 2010, il 4,9% delle imprese in maggior tutela è passato al segmento libero, portando al 25% circa la percentuale complessiva di imprese che hanno scelto il proprio fornitore sul tale segmento di mercato. Tuttavia, la metà circa dei passaggi dalla maggior tutela al segmento libero è avvenuta con un venditore appartenente allo stesso gruppo dell'esercente la maggior tutela.

<sup>18</sup> L'AEEG fissa i corrispettivi dovuti per le prestazioni del distributore, con alcune eccezioni riguardanti i lavori di importo non predeterminabile relativi ad allacciamenti e variazioni di potenza.

<sup>19</sup> Nella presente versione alcuni dati sono omessi, in quanto si sono ritenuti sussistenti elementi di riservatezza o di segretezza delle informazioni.

**Tabella 1. Quote di mercato nel mercato della vendita al dettaglio di energia elettrica ai clienti domestici allacciati alla rete Deval - 2010**

		GWh	N. di punti di prelievo serviti
Maggior tutela	Vallenergie	[80-85%]	[85-90%]
Mercato libero	Gruppo CVA (*)	[15-20%]	[10-15%]
	E.ON Energia	[inferiore all'1%]	[inferiore all'1%]
	ENEL Energia	[inferiore all'1%]	[inferiore all'1%]
	Sorgenia	[inferiore all'1%]	[inferiore all'1%]
	Edison Energia	[inferiore all'1%]	[inferiore all'1%]
	Eni	[inferiore all'1%]	[inferiore all'1%]
	Altri	[inferiore all'1%]	[inferiore all'1%]

(\*) CVA Trading S.r.l. + Idroelettrica S.c.r.l. La rete Deval copre quasi interamente la Regione Valle D'Aosta  
 Fonte: elaborazioni su dati forniti da Deval

**29.** La quota di mercato di Vallenergie è diminuita tra il 2009 e il 2010 di 4 punti percentuali in termini di punti di prelievo e 8 punti percentuali in termini di energia venduta. La diminuzione di tale quota è andata quasi completamente a beneficio del gruppo CVA.

**30.** A seguito dell'operazione, pertanto, CVA verrà a detenere una quota di [95-100%] dei consumi ([95-100%] dei punti di prelievo) nel mercato della vendita al dettaglio di energia elettrica ai clienti domestici.

*2. La posizione delle Parti nel mercato della vendita ai clienti non domestici connessi in bassa tensione*

**31.** Per quanto riguarda il mercato della vendita al dettaglio di energia elettrica ai clienti non residenziali allacciati in bassa tensione, Vallenergie nel 2010 riforniva attraverso il servizio di maggior tutela il [65-70%] dei punti di prelievo relativi ai clienti non residenziali, equivalenti a circa il [30-35%] dei consumi.

**32.** Il gruppo CVA riforniva invece – esclusivamente sul segmento libero – oltre il [20-25%] dei punti di prelievo relativi ai clienti non residenziali della Valle D'Aosta, che rappresentavano il [45-50%] circa dei consumi dei clienti non residenziali connessi in bassa tensione nella Valle D'Aosta.

**33.** Tra gli altri operatori, Enel Energia deteneva nel 2010 una quota di [5-10%] dei prelievi ([1-5%] dei punti di prelievo), mentre Sorgenia deteneva una quota di [1-5%] ([1-5%] dei punti di prelievo).

**Tabella 2. Quote di mercato nel mercato della vendita al dettaglio di energia elettrica ai clienti non domestici connessi in bassa tensione alla rete Deval - 2010**

		GWh	N. di punti di prelievo serviti
Maggior tutela	Vallenergie	[30-35%]	[65-70%]
Mercato libero	Gruppo CVA (*)	[45-50%]	[20-25%]
	Enel Energia	[5-10%]	[1-5%]
	Sorgenia	[1-5%]	[1-5%]
	Edison Energia	[inferiore all'1%]	[inferiore all'1%]
	Energrid	[inferiore all'1%]	[inferiore all'1%]
	Telenergia	[inferiore all'1%]	[inferiore all'1%]
	E.ON Energia	[inferiore all'1%]	[inferiore all'1%]
	Altri	[inferiore all'1%]	[inferiore all'1%]

(\*) CVA Trading S.r.l. + Idroelettrica S.c.r.l. + Idroenergia S.c.r.l. La rete Deval copre quasi interamente la Regione Valle D'Aosta

Fonte: elaborazioni su dati forniti da Deval

**34.** A seguito dell'operazione, pertanto, CVA acquisirà una quota di [80-85%] dei prelievi ([90-95%] dei punti di prelievo) nel mercato della vendita ai clienti non residenziali.

### **VI.3. Effetti dell'operazione**

#### **i) La distribuzione di energia elettrica**

**35.** Nel mercato della distribuzione di energia elettrica dei circa settanta comuni valdostani, l'operazione in esame determinerà la mera sostituzione del monopolista locale che previamente svolgeva tale attività nei diversi ambiti territoriali interessati (Deval) con l'impresa acquirente (CVA).

#### **ii) Effetti nei mercati della vendita al dettaglio di energia elettrica**

**36.** Nei mercati della vendita al dettaglio di energia ai clienti domestici e non domestici allacciati in bassa tensione nella Regione Valle d'Aosta, la concentrazione notificata determina, attraverso l'acquisizione di Vallenergie, la creazione di una situazione di quasi monopolio in capo a CVA. In particolare, l'entità *post-merger* deterrà una quota di mercato, in termini di numero di punti di prelievo serviti, di poco inferiore a [95-100%] sul mercato domestico (quasi il [95-100%] in termini di energia erogata nel 2010) e di oltre il [90-95%] sul mercato non domestico connesso in bassa tensione (poco meno di [80-85%] in termini di GWh venduti nel 2010).

**37.** I mercati della vendita di energia elettrica sono tuttavia caratterizzati, in genere, da un elevato grado di contendibilità, data la presenza sul territorio nazionale di operatori che possono effettuare la loro offerta in una pluralità di contesti locali. Nel caso della Valle d'Aosta, tale contendibilità risultava limitata dalla sopra descritta legge regionale che ostacolava l'ingresso di operatori non locali. Per questo motivo, in vigenza della legge, l'operazione nella sua precedente comunicazione non era stata autorizzata dall'Autorità.

**38.** La modifica della legge regionale, intervenuta tra la notifica dell'operazione dello scorso maggio e la presente, ha però fatto venire meno tale significativo vincolo all'accesso al mercato

domestico della vendita di energia elettrica in Valle d'Aosta per le società venditrici concorrenti di CVA. Infatti, in precedenza soltanto CVA e Vallenergie consentivano ai propri clienti l'applicazione dello sconto regionale. Viceversa, con le modalità di corresponsione dello sconto previste dalla legge regionale recentemente entrata in vigore, anche gli altri operatori attivi a livello nazionale, concorrenti di CVA sul segmento del libero in Valle d'Aosta, potranno beneficiare di tale vantaggio competitivo consentendo ai propri clienti di accedere allo sconto sull'acquisto di energia. La modifica della legge regionale ha, in altri termini, aumentato il grado di contendibilità del mercato domestico.

**39.** In tale nuovo contesto, l'operazione non appare più idonea a mutare gli incentivi a competere di CVA, che attualmente adotta politiche di prezzo particolarmente aggressive, in quanto anche per il mercato valdostano si apre la possibilità di ingresso di operatori attivi a livello nazionale. In quest'ottica, dunque, le mutate condizioni normative di riferimento riducono l'indipendenza di comportamento di CVA, derivante dal suo radicamento territoriale a fronte di una connotazione localistica della domanda, e dunque la sua capacità di esercitare il proprio potere di mercato.

**40.** Per quanto riguarda gli effetti di natura verticale dell'operazione, connessi all'acquisto da parte di CVA del distributore Deval, le possibili criticità relative all'inefficienza e opacità nell'attuale operatività di Deval dovrebbero trovare idonea soluzione nel trasferimento della piattaforma informatica di Enel Distribuzione a Deval (cd. piattaforma "*Four*"), che è unanimemente riconosciuta dagli operatori come la *best practice* nei rapporti tra distributori e venditori.

**41.** Ciò dovrebbe garantire che l'acquisizione di Deval non determini alcun vantaggio concorrenziale per CVA sui mercati a valle della vendita dal momento che un distributore valdostano efficiente sarebbe un "*asset*" per tutti i venditori che intendono operare su tali mercati.

RITENUTO, pertanto, che l'operazione in esame non determina, nel mutato quadro normativo relativo al sostegno dei consumi domestici di energia elettrica concesso dalla Regione Valle d'Aosta, 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*

p. IL PRESIDENTE

*Antonio Pilati*

---

**C11318 - CERVED GROUP/MF HONYVEM***Provvedimento n. 23004*

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 16 novembre 2011;

SENTITO il Relatore Professore Carla Bedogni Rabitti;

VISTA la legge 10 ottobre 1990, n. 287;

VISTA la comunicazione della società Cerved Group S.p.A., pervenuta in data 27 ottobre 2011;

CONSIDERATO quanto segue:

**I. LE PARTI**

Cerved Group S.p.A. (di seguito, Crvd), di diritto italiano, è la società posta al vertice dell'omonimo gruppo operante principalmente nell'ambito della fornitura di servizi di informazione commerciale.

Il controllo di Crvd risulta indirettamente riconducibile al fondo di investimento Bain Capital Europe Fund III Lp, che fa capo alla società di gestione Bain Capital Partners Llc; a sua volta, il capitale sociale di quest'ultima risulta detenuto da investitori istituzionali nessuno dei quali in grado, singolarmente o congiuntamente, di esercitarne il controllo.

Il fatturato conseguito dal gruppo Bain Capital nell'esercizio 2010 è stato complessivamente pari a 52,9 miliardi di euro, di cui [7-8]<sup>1</sup> miliardi di euro e [700-1.000] milioni di euro per vendite realizzate rispettivamente nell'Unione europea e in Italia.

Mf Honyvem S.p.A. (di seguito, Mfh) è una società italiana attiva nell'offerta di servizi di informazione commerciale per la valutazione - dal punto di vista economico, finanziario, commerciale, patrimoniale - di attività, solidità, capacità, stabilità ed affidabilità di aziende, rispondendo così alle esigenze della clientela di effettuare verifiche utili ad intraprendere o finalizzare relazioni commerciali con i soggetti analizzati.

Il capitale di Mfh, che da parte sua non controlla alcuna altra società, è suddiviso tra la società Class Editori S.p.A., che ne esercita il controllo in virtù di una partecipazione pari al 70%, e la società Intesa SanPaolo S.p.A., detentrica del rimanente 30%.

Il fatturato conseguito nel corso del 2010 da Mfh è stato complessivamente pari a 15,6 milioni di euro, di cui [10-47] milioni di euro e [inferiore a 1 milione] milioni di euro per vendite realizzate rispettivamente in Italia e nel resto dell'Unione europea.

**II. DESCRIZIONE DELL'OPERAZIONE**

L'operazione in esame riguarda l'acquisizione, da parte di Crvd e quindi del gruppo Bain Capital, del controllo di Mfh mediante l'acquisto dell'intero capitale sociale (gli accordi prevedono infatti la cessione delle rispettive quote azionarie da parte di entrambi gli attuali soci di Mfh).

---

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

L'operazione prevede alcune clausole di non concorrenza e di non sollecitazione. In particolare, il venditore attuale azionista di controllo si impegna, per un periodo di due anni e con riferimento al territorio nazionale, a non svolgere direttamente o indirettamente attività nei mercati in cui attualmente opera Mfh (al riguardo, vi è anche l'impegno a non collaborare con imprese e soggetti che svolgano, in qualunque forma, attività in concorrenza con Mfh in Italia e nell'Unione europea), senza inoltre detenere partecipazioni in soggetti che svolgono attività concorrenti, nonché si impegna a non sollecitare il personale di Mfh.

### 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.

I patti di non concorrenza e di 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 necessarie<sup>2</sup>. In particolare, nel caso di specie gli impegni assunti dal venditore 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 portata geografica non ecceda l'attuale ambito di operatività territoriale della società oggetto di acquisizione, e che non venga comunque preclusa al venditore la possibilità di effettuare investimenti di natura finanziaria.

### IV. VALUTAZIONE DELLA CONCENTRAZIONE

#### *Il mercato del prodotto*

Da un punto vista merceologico, il settore interessato dall'operazione in esame è quello dei servizi di fornitura di informazioni commerciali (cosiddetta *business information*)<sup>3</sup> in cui opera la società oggetto di acquisizione.

L'attività in questione, svolta da un insieme molto differenziato di operatori<sup>4</sup>, consiste sostanzialmente nella raccolta ed (eventuale) elaborazione, con successiva distribuzione e commercializzazione, di dati e informazioni di natura economico-finanziaria, commerciale, patrimoniale e legale funzionali alle esigenze di imprese, professionisti e Pubblica amministrazione (Pa). Rimane dunque esclusa dall'ambito di attività in esame la fase più a monte

<sup>2</sup> 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).

<sup>3</sup> Cfr. provv. n. 19376 del 27 dicembre 2008, C9863 - *BAIN CAPITAL INVESTORS/CENTRALE DEI BILANCI* in Boll. 49/08.

<sup>4</sup> Nello specifico, si tratta principalmente di: operatori di informazioni commerciali; operatori che offrono servizi di accesso a banche dati economico-finanziarie, servizi di monitoraggio sull'affidabilità delle imprese e analisi dei bilanci; operatori che forniscono visure ipocatastali e protesti.



della produzione di dati, che è invece appannaggio di altri operatori i quali, nello specifico, agiscono in qualità di fornitori di un *input* essenziale.

I servizi di informazione commerciale si basano quindi sulla raccolta, in misura più o meno articolata, di informazioni e dati reperiti da fonti ufficiali e non. Per quanto riguarda le prime, si tratta essenzialmente di Tribunali, Agenzie del territorio e del sistema delle Camere di commercio e degli archivi informatici di Infocamere, nonché di Uffici di pubblicità immobiliare e di Uffici del catasto; le fonti non ufficiali fanno invece riferimento *inter alia* a banche dati private, studi e ricerche settoriali, rassegne stampa.

Le informazioni così raccolte possono essere fornite ai clienti in forma grezza, ossia direttamente come sono state acquisite, ovvero in forma elaborata, qualora siano sottoposte ad un processo di rielaborazione volto ad estrapolare le specifiche informazioni di interesse del cliente. A sua volta, l'elaborazione può essere semplice (ad esempio mediante indici sintetici di dati grezzi aggregati) o più complessa (ad esempio mediante applicazione di appositi algoritmi di calcolo).

Quanto alla fase di distribuzione e commercializzazione, gli operatori del settore utilizzano prevalentemente reti distributive costituite da agenzie monoprodotto; tuttavia, in maniera del tutto analoga, i servizi informativi possono anche essere acquistati direttamente via rete *internet*, prescindendo quindi dall'attività degli agenti, tipicamente attraverso l'accesso e il *download* dell'informazione dal sito *web* della società fornitrice.

Per quel che concerne la domanda, la clientela che si avvale di tali servizi è costituita principalmente da imprese, banche ed istituti finanziari, fondi di investimento, società di *leasing* e di *factoring*, Pa, operatori del settore immobiliare, professionisti legali e notarili. Si tratta cioè di tutti quei soggetti che necessitano, per l'esercizio della loro attività, di reperire e disporre di informazioni sia in merito alla consistenza, alla capacità e all'affidabilità economico-finanziaria/patrimoniale/commerciale di persone fisiche e giuridiche (nella loro veste di fornitori, clienti, concorrenti, *partner*, ecc), onde poterne -per quanto possibile- prevedere il comportamento, sia in merito all'assetto, alla solidità, alla stabilità e all'andamento di varie società, onde poter effettuare al meglio le proprie scelte di investimento.

Il mercato della fornitura di servizi informativi di natura commerciale può essere segmentato in funzione della tipologia di clientela, e quindi dell'utilizzo dei dati fatto dalla stessa, e della tipologia di prodotto fornito. In questo senso, è possibile considerare le informazioni per il comparto del credito, le informazioni per il comparto immobiliare, le informazioni per le imprese ovvero informazioni di tipo legale, fiscale, *business news* o per le attività di *marketing*<sup>5</sup>.

Al riguardo, per quanto possano osservarsi casi di imprese specializzate nella fornitura di dati a particolari categorie di soggetti (essenzialmente banche o imprese, professionisti e Pa), secondo quanto rappresentato dalle parti il mercato si caratterizza per un grado di sostituibilità dal lato dell'offerta tale da consentirne una definizione unitaria.

---

<sup>5</sup> Ad esempio, le informazioni commerciali per il comparto immobiliare (cfr. provv. n. 9536 del 17 maggio 2001, C4598 - SEAT PAGINE GIALLE/ITALSERVICE in Boll. n. 20/01) riguardano visure, rapporti informativi utilizzabili in procedimenti legali, certificazioni ipotecarie e catastali, eventuale pendenza di procedure concorsuali, e quant'altro; le informazioni commerciali per il comparto del credito (cfr. provv. n. 13732 del 4 novembre 2004, C6730 - CRIBIS-CRIF BUSINESS INFORMATION SERVICES/CRIF-CENTRALE RISCHI FINANZIARIA in Boll. n. 45/04) riguardano rapporti di referenza e di merito di credito, ad esempio attraverso la costituzione e la gestione di centrali di rischi, ovvero, in generale, documenti e informazioni su persone fisiche e giuridiche che consentano di valutarne l'affidabilità, utilizzabili sia dal sistema finanziario (per la verifica del rischio dei propri impieghi) sia dalle imprese (per la verifica del rischio commerciale).

Tutti gli operatori del settore sono difatti in grado, almeno potenzialmente, di soddisfare le esigenze informative di un'ampia varietà di clienti, dalle banche alla Pa, potendo passare piuttosto agevolmente dalla fornitura di un prodotto a quella di un altro. Ciò sia perché le fonti di approvvigionamento dei dati sono sostanzialmente le stesse e comunque ampiamente accessibili (si veda *infra*), sia perché il prodotto informativo complessivo è unico, variando semplicemente -in funzione delle richieste della clientela- per la sua presentazione (formati più sintetici o più approfonditi) e per il *mix* di informazioni fornite. Parimenti, le modalità di offerta e di commercializzazione sono le medesime.

Anche dal lato della domanda, sebbene i servizi richiesti siano diversi e non pienamente sostituibili (visure, bilanci, protesti, ecc), essi possono essere percepiti in maniera unitaria nella misura in cui vengono acquistati in combinazione tra loro.

### ***Il mercato geografico***

Per quanto riguarda la rilevanza geografica, il mercato della fornitura di servizi informativi può ritenersi di dimensione nazionale.

Tale ipotesi trae origine dalle omogenee condizioni concorrenziali, dalla specificità della domanda, relativa alla situazione economico-patrimoniale di soggetti localizzati in territorio nazionale, nonché dalla connessa necessità, per gli operatori del settore, di disporre di un'ampia rete di collaboratori in grado di garantire una capillare copertura territoriale, onde poter raccogliere e veicolare il maggior numero possibile di informazioni.

A riprova di ciò, peraltro, le informazioni relative a soggetti operanti al di fuori dell'ambito nazionale, eventualmente richieste dai clienti (tendenzialmente anch'essi esteri), vengono fornite dagli operatori non direttamente (a meno che non si disponga di un'analoga rete all'estero) bensì mediante accordi di *partnership* con soggetti esteri o adesione a consorzi internazionali.

In coerenza con quanto sopra, inoltre, vale osservare come il fatturato ad esempio di Mfh venga realizzato, per la larga parte, in ambito nazionale.

### ***Effetti dell'operazione***

Nel mercato nazionale della fornitura di prodotti di *business information*, Crvd, pur essendo il principale operatore, ad esito dell'operazione incrementerà la propria quota (stimata pari a [30-35%]) in misura soltanto marginale (stimata pari a [1-5%]); ciò, peraltro, in un contesto di mercato caratterizzato dalla presenza di diversi qualificati concorrenti quali in particolare Crif/Cribis (con il 25% circa), Infocamere (con l'11% circa), Experian ed Heuler Hermes Siac (entrambi con il 5% circa).

In proposito, vale sottolineare in particolare la posizione di Infocamere, operatore verticalmente integrato in quanto non solo presente nel mercato a valle della raccolta, elaborazione e distribuzione, ma al contempo anche produttore di un'ampia categoria di dati, quelli afferenti al sistema camerale. Alla banca dati Infocamere accedono, previa sottoscrizione di un contratto comune aperto a qualunque soggetto interessato, tutte le imprese del settore in qualità di distributori autorizzati; in questa veste, Infocamere rappresenta peraltro, generalmente, il principale fornitore degli operatori (concorrenti) del settore. Nel mercato a valle, inoltre, un'importante fonte di domanda quale la Pa viene servita prevalentemente da Infocamere, che ha peraltro sperimentato una rilevante crescita negli ultimi anni.

Il mercato in esame si caratterizza infine per l'assenza di particolari barriere all'entrata, anche di tipo normativo: l'accesso alle informazioni e ai dati necessari per la prestazione del servizio è infatti per legge libero, in quanto consentito a chiunque ne faccia richiesta senza essere subordinato al consenso del soggetto (persona fisica o giuridica) cui tali informazioni e dati si riferiscono. Prima di poter iniziare ad operare, è tuttavia necessario presentare alla competente Prefettura un'istanza per l'esercizio dell'attività di agenzie di affari; ad esempio, Infocamere riconosce l'accesso alla propria banca dati soltanto ai soggetti così autorizzati.

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;

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 portata geografica e gli altri 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*

p. IL PRESIDENTE  
*Antonio Pilati*

---

**C11319 - IMI FONDI CHIUSI SGR/SPINVECTOR**

*Provvedimento n. 23005*

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 16 novembre 2011;

SENTITO il relatore Professore Carla Bedogni Rabitti;

VISTA la legge 10 ottobre 1990, n. 287;

VISTA la comunicazione di IMI Fondi Chiusi SGR S.p.A., pervenuta in data 27 ottobre 2011;

CONSIDERATO quanto segue:

**I. LE PARTI**

IMI Fondi Chiusi SGR S.p.A. (di seguito anche IMI Fondi Chiusi), è una società attiva nella gestione collettiva del risparmio attraverso l'istituzione e l'organizzazione di fondi comuni di investimento mobiliari chiusi specializzati nell'attività di *private equity* e *venture capital*. IMI Fondi Chiusi appartiene al gruppo Intesa Sanpaolo S.p.A. (di seguito anche ISP), nato dall'integrazione di Banca Intesa S.p.A. e Sanpaolo IMI S.p.A.. Il fatturato mondiale realizzato nel 2010 dal Gruppo ISP, calcolato ai sensi dell'art. 16, comma 2, della legge n. 287/90, è pari a circa 66,3 miliardi di euro, di cui circa [50-60]<sup>1</sup> miliardi di euro realizzati in Italia.

Spinvector S.r.l. (di seguito, Spinvector) è attiva nella produzione e sviluppo di videogiochi basati su tecnologie per il *rendering*, in tempo reale o differito, di immagini e filmati in 3D, interfacce naturali e realtà aumentata.

Nello svolgere la propria attività, Spinvector collabora con società attive nel settore informatico per lo sviluppo e la creazione di videogiochi in grado di funzionare su vari dispositivi, come le piattaforme iPhone, iPod, iPad di Apple, Xbox 360 di Microsoft e Playstation 3 di Sony. La vendita agli utilizzatori finali di tali videogiochi non è realizzata direttamente da Spinvector bensì dai sopra citati soggetti committenti dello sviluppo/creazione del videogioco stesso.

Il capitale sociale di Spinvector è attualmente detenuto da tre persone fisiche.

Il fatturato riconducibile a Spinvector nel 2010, interamente in Italia, è [inferiore a 1 milione di] euro.

**II. DESCRIZIONE DELL'OPERAZIONE**

L'operazione in esame consiste nell'acquisizione da parte di ISP, tramite la sua controllata IMI Fondi Chiusi, del controllo congiunto su Spinvector, attraverso l'acquisizione di una partecipazione pari al 48,51% del capitale sociale della stessa Spinvector.

In particolare, in base al patto parasociale stipulato tra le parti, è previsto che il consiglio di amministrazione di Spinvector sia composto da 5 membri, di cui 3 designati congiuntamente dai tre soci persone fisiche e 2 da Imi Fondi Chiusi; inoltre, è previsto che il consiglio di amministrazione di Spinvector deliberi con il voto favorevole di 4 consiglieri sulle delibere

---

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

relative a materie quali, tra le altre: approvazione e modifica del Business plan, del Budget o di qualsiasi piano industriale della società.

Pertanto, ad esito dell'operazione IMI Fondi Chiusi acquisirà il controllo di Spinvector congiuntamente agli attuali soci persone fisiche.

### III. QUALIFICAZIONE DELL'OPERAZIONE

L'operazione comunicata, in quanto integra gli estremi di un'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 CEE n. 139/2004, ed è soggetta all'obbligo di comunicazione preventiva disposto dall'articolo 16 della medesima legge, in quanto il fatturato realizzato nell'ultimo esercizio a livello nazionale dall'insieme delle imprese interessate è stato superiore a 472 milioni di euro.

### IV. VALUTAZIONE DELLA CONCENTRAZIONE

Da un punto vista merceologico, il settore interessato dall'operazione in esame è quello dei videogiochi in cui è attiva la società Spinvector oggetto di acquisizione<sup>2</sup>.

I videogiochi, nei vari loro generi (d'azione, sportivi, di ruolo, di strategia, educativi, simulazioni, ecc), possono distinguersi in off line e on line. Nel primo caso, i giochi sono installati su supporti fisici (quali cartucce e CdRom) che vengono letti da piattaforme hardware (quali personal computer e console, fisse o portatili). Nel secondo caso, è possibile interagire con una community di gioco, ossia con numerosi giocatori collegati in modalità remota attraverso una connessione internet. Una particolare categoria di videogiochi on line è rappresentata dai cosiddetti *social games*, che presuppongono l'utilizzo di piattaforme di *social network* (quali Facebook, MySpace, ecc).

Se da un lato le due tipologie possono differenziarsi anche in relazione alle modalità di acquisto (quelli on line essendo spesso basati su pagamenti ripetuti e periodici, a fronte dei quali si acquista un tempo di gioco piuttosto che l'intero gioco come nel caso off line), dall'altro lato si osserva come anche i videogiochi off line possano offrire alcune applicazioni di tipo on line, quali ad esempio la possibilità di interagire con più giocatori in modalità remota (in particolare nel caso delle console).

Ad ogni modo, nel caso di specie la questione dell'esatta delimitazione merceologica del mercato può essere lasciata aperta.

Dal punto di vista della rilevanza geografica, secondo le parti il mercato rilevante può essere definito su scala mondiale, in ragione del ruolo che la diffusione globale di internet e delle piattaforme di social network gioca in particolare per il caso delle applicazioni on line. Anche i giochi tradizionali off line più diffusi vengono peraltro sviluppati in versione multilingua ed utilizzano lo stesso strumento di gioco nei vari Paesi.

Di converso, tuttavia, i videogiochi (in particolare quelli tradizionali *off line*) vengono generalmente distribuiti all'ingrosso su base nazionale<sup>3</sup>, così come avviene per la prestazione dei

<sup>2</sup> Cfr. provv. n. 21585 del 15 settembre 2010, C10736 - *THE WALT DISNEY COMPANY/PLAYDOM*, in Boll. n. 36/10.

relativi servizi di assistenza nella lingua del singolo Paese, ed esistono inoltre differenti versioni dei videogiochi e dei relativi manuali a seconda dei casi.

Ad ogni modo, nel caso di specie anche la questione dell'esatta delimitazione geografica del mercato può essere lasciata aperta, in quanto anche nell'ipotesi più restrittiva la valutazione non muterebbe.

Infatti, né Imi fondi Chiusi né il gruppo Intesa Sanpaolo, cui Imi fondi Chiusi appartiene, operano direttamente o indirettamente (attraverso società controllate in via esclusiva o congiunta) nella produzione e sviluppo di videogiochi. Inoltre, qualunque sia la definizione di mercato rilevante, anche la più restrittiva (sotto il profilo merceologico e geografico) si voglia adottare, la quota di mercato riconducibile a Spinvector è del tutto trascurabile, essendo ampiamente inferiore all'1%. Peraltro, Spinvector opera su un mercato caratterizzato da operatori attivi a livello mondiale, tra i quali Activision, Electronic Arts, Microsoft, Nintendo e Sony.

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 Ministero dello Sviluppo Economico.

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

IL SEGRETARIO GENERALE

*Luigi Fiorentino*

p. IL PRESIDENTE

*Antonio Pilati*

---

<sup>3</sup> Cfr. provv. cit.

**C11321 - UNICOMM/RAMO DI AZIENDA DI GECON***Provvedimento n. 23006*

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 16 novembre 2011;

SENTITO il Relatore Piero Barucci;

VISTA la legge 10 ottobre 1990, n. 287;

VISTA la comunicazione della società UNICOMM S.r.l., pervenuta in data 28 ottobre 2011;

CONSIDERATO quanto segue:

**I. LE PARTI**

UNICOMM S.r.l. (di seguito, UNICOMM), con sede legale a Dueville (VI), è una società operante, direttamente e tramite una rete di esercizi commerciali affiliati, nei settori della distribuzione moderna all'ingrosso e al dettaglio di prodotti alimentari ed altri prodotti di largo e generale consumo.

UNICOMM è controllata da GRUPPO UNICOMM S.p.A., che nel 2010 ha realizzato a livello nazionale un fatturato di circa 1,7 miliardi di euro. UNICOMM aderisce al gruppo di acquisto SELEX GRUPPO COMMERCIALE S.r.l. (di seguito, SELEX), di cui utilizza le insegne commerciali A&O (supermercati sino a 1.500 m<sup>2</sup>), Famila (esercizi con superficie compresa tra 1.500 m<sup>2</sup> e 4.000 m<sup>2</sup>), Emisfero (ipermercati con superficie superiore a 4.000 m<sup>2</sup>) e Hurra (discount). UNICOMM è altresì socia, attraverso SELEX, della supercentrale di acquisto ESD, insieme alla società Acqua e Sapone.

Oggetto di acquisizione è un ramo d'azienda, di proprietà di GECON S.r.l., relativo ad un punto vendita al dettaglio attualmente inattivo, ubicato in Vicenza, utilizzato nella distribuzione commerciale di prodotti di *bricolage*.

Tale ramo d'azienda è costituito, in particolare, da:

- beni mobili, in particolare attrezzature, arredi, macchinari;
- avviamento commerciale;
- autorizzazione commerciale, per una superficie di vendita di 2.490 m<sup>2</sup>.

**II. DESCRIZIONE DELL'OPERAZIONE**

L'operazione in esame consiste nell'acquisizione, da parte di UNICOMM, del ramo d'azienda sopra descritto.

La società acquirente ha dichiarato che utilizzerà l'autorizzazione amministrativa relativa al ramo d'azienda ai fini dell'accorpamento, per successiva rimodulazione, alla galleria commerciale esistente presso il proprio punto vendita in Vicenza attivo con insegna "Emisfero".

### III. QUALIFICAZIONE DELL'OPERAZIONE

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

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

### IV. VALUTAZIONE DELLA CONCENTRAZIONE

#### *Il mercato del prodotto*

Il ramo d'azienda oggetto di acquisizione operava nella distribuzione al dettaglio di prodotti di *bricolage*, c.d. DIY.

Il DIY comprende diverse categorie merceologiche (hobbistica, ferramenta, illuminotecnica, giardinaggio ecc.) e diverse tipologie di punto vendita. In particolare, comprende sia esercizi commerciali di piccole dimensioni, generalmente specializzati per categoria (ferramenta, negozi di elettricità e simili), che grandi superfici di vendita; queste ultime, a loro volta, possono essere specializzate nella vendita di una sola categoria merceologica, ovvero essere dedicate alla vendita dell'intera gamma di prodotti di *bricolage* (il c.d. segmento del GSB); infine, vanno incluse anche le superfici di vendita rappresentate dai reparti specializzati collocati all'interno dei punti vendita della Grande Distribuzione Alimentare (il c.d. segmento GSA), sia di piccole che di grandi dimensioni.

Secondo quanto stabilito dall'Autorità,<sup>1</sup> il mercato rilevante nel caso di specie comprende quanto meno l'insieme dei canali distributivi caratterizzati da superficie superiore ai 400 mq (GSB + GSA + specializzati, comprensivi di mercatoni ed Ikea), non essendo necessario addivenire ad una conclusione definitiva circa la possibilità di includere o meno nel mercato il canale tradizionale (che pure costituisce un riferimento significativo per le politiche di prezzo degli altri segmenti).

Secondo quanto dichiarato dalla società acquirente, il punto vendita sarà frazionato in unità di vendita attive nel settore non alimentare, ma non necessariamente nel *bricolage*.

#### *Il mercato geografico*

Da un punto di vista geografico, il mercato considerato sia che si consideri la distribuzione di prodotti di *bricolage* che, più in generale, la distribuzione di prodotti non alimentari, ha dimensione locale, in considerazione dei comportamenti di acquisto dei consumatori e dell'importanza da questi attribuita alla prossimità dei punti vendita. In analogia con i mercati della distribuzione moderna di prodotti alimentari, 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

---

<sup>1</sup> Cfr. provv. n. 19481 del 29 gennaio 2009, C9738 - GROUPE ADEO/CASTORAMA ITALIA, in Boll. n. 6/09.



prima approssimazione essa può essere circoscritta ai confini amministrativi provinciali. Pertanto, ai fini della presente valutazione, il mercato interessato è quello della provincia di Vicenza.

### ***Effetti dell'operazione***

I soggetti aderenti a SELEX hanno una marginale presenza nella distribuzione al dettaglio di prodotti di *bricolage* nella provincia di Vicenza, rappresentata dalla collocazione all'interno dei propri punti vendita di reparti specializzati per il *bricolage*, stimabile in circa il 2%. Al ramo d'azienda oggetto di acquisizione è imputabile una quota di mercato stimabile in circa il 3%.

I principali concorrenti attivi in tale mercato sono EUROBRICO e BRICOCENTER, con quote di mercato stimabili in circa il 13% e il 10%; operatori minori risultano BRIKO OK, CARREFOUR e AUCHAN, titolari di quote inferiori al 3%.

Ove si consideri l'impatto dell'operazione nella distribuzione al dettaglio di prodotti rientranti nella più ampia categoria "non alimentare", esso risulta ancora più modesto.

Per quanto precede, l'operazione comunicata non altera significativamente le condizioni 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;

### **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*

---

**C11322 - LOTTOMATICA GROUP-REPLY/RINGMASTER**

*Provvedimento n. 23007*

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 16 novembre 2011;

SENTITO il Relatore Piero Barucci;

VISTA la legge 10 ottobre 1990, n. 287;

VISTA la comunicazione effettuata dalla società Lottomatica Group S.p.A., pervenuta in data 28 ottobre 2011;

CONSIDERATO quanto segue:

**I. LE PARTI**

Lottomatica Group S.p.A. (di seguito, Lottomatica), soggetta al controllo della società De Agostini S.p.A., è a capo del gruppo Lottomatica, attivo in Italia e all'estero nel mercato dei giochi e delle scommesse (oltre che nel campo dei servizi automatizzati rivolti a persone fisiche e giuridiche); in particolare, in Italia organizza e gestisce, sulla base di titoli autorizzatori pubblici, diversi giochi, su base esclusiva (lotto e lotterie sia istantanee che tradizionali) e non (concorsi pronostici, scommesse a totalizzatore e a quota fissa, apparecchi *new slot machines* con vincita in denaro).

Il fatturato complessivamente conseguito dal gruppo De Agostini nell'esercizio 2010 è stato pari a 4,3 miliardi di euro, di cui [1-2]<sup>1</sup> miliardi di euro per vendite realizzate in Italia.

Reply S.p.A. (di seguito, Reply), società *holding* del Gruppo Reply, svolge attività di consulenza anche strategica alle imprese offrendo, nello specifico, servizi di *system integration* e *application management* e *business process outsourcing*, ivi inclusa la produzione di *software* applicativo e tecnico, l'integrazione di sistemi informatici sia *hardware* che *software*, la progettazione, l'acquisto, la vendita, l'importazione, l'esportazione, la rappresentanza di apparecchiature elettriche, elettromeccaniche, elettroniche e componenti, di pacchetti di *software* di base e applicativo, la fornitura di prestazioni di consulenza informatica e organizzativa, l'erogazione di servizi di *outsourcing*, con esclusione delle attività riservate agli iscritti in albi professionali.

Il fatturato complessivamente conseguito dal gruppo Reply nell'esercizio 2010 è stato pari a 330 milioni di euro, di cui circa [100-472] milioni di euro per vendite realizzate in Italia.

**II. DESCRIZIONE DELL'OPERAZIONE**

L'operazione in esame consiste nella costituzione da parte di Lottomatica e Reply di una impresa comune, denominata Ringmaster S.r.l. (di seguito, Ringmaster e/o la Società). Il capitale sociale della Società sarà detenuto pariteticamente da Lottomatica e da Reply, con consolidamento integrale in capo a Reply, agli effetti contabili.

Il consiglio di amministrazione della Società sarà composto da quattro componenti, designati due per parte. Le deliberazioni consiliari richiederanno il voto della maggioranza assoluta degli

---

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

amministratori in carica per le decisioni di rilevante valore strategico quali, ad esempio, quelle concernenti i *budget* annuali e il *business plan*, nonché investimenti significativi e operazioni straordinarie. Pertanto, ad esito dell'operazione, la Società sarà soggetta al controllo congiunto di Lottomatica e Reply.

Già da alcuni anni Reply fornisce servizi di consulenza informatica a Lottomatica ed alle sue controllate, per lo sviluppo di apparati *software* necessari al *business* del Gruppo Lottomatica. In tale contesto, Lottomatica e Reply intendono consolidare tale rapporto mediante l'operazione in esame.

La Società sarà focalizzata sull'offerta di *system integration services* mediante la progettazione, la produzione, lo sviluppo e la manutenzione di (i) piattaforme transazionali multicanale basate su architetture SOA e infrastrutture distribuite *Cloud Oriented*, nonché (ii) *software* applicativo e tecnico; si accompagneranno a tali attività principali una serie di prestazioni di consulenza informatica.

L'attività della Società sarà inizialmente svolta esclusivamente a favore del Gruppo Lottomatica, e poi progressivamente ed auspicabilmente estesa a terzi.

### III. QUALIFICAZIONE DELLA CONCENTRAZIONE

L'operazione comunicata consiste nella costituzione di un'impresa comune – Ringmaster – controllata congiuntamente da Lottomatica e Reply in virtù degli accordi sopra descritti.

Sulla base delle informazioni agli atti, ed in particolare in ragione del fatto che l'ipotesi che Ringmaster operi sul mercato (e non solo esclusivamente per il Gruppo Lottomatica) si presenta al momento come del tutto potenziale e astrattamente realizzabile in futuro, non sembra al momento potersi dedurre che Ringmaster rappresenti un soggetto autonomo sul mercato.

Pertanto, si ritiene che l'operazione oggetto di valutazione porti alla costituzione di un'impresa comune che non presenta tutte le caratteristiche di un'entità economica autonoma.

RITENUTO, pertanto, sulla base delle considerazioni svolte, che la costituzione dell'impresa comune non costituisce un'operazione di concentrazione, ai sensi dell'articolo 5, comma 3, della Legge n. 287/90;

### DELIBERA

che non vi è luogo a provvedere.

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*

---

**C9812B - MONITORAGGIO POST-CONCENTRAZIONE - COMPAGNIA AEREA ITALIANA/ALITALIA LINEE AEREE ITALIANE -AIRONE**  
*Provvedimento n. 23008*

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 30 novembre 2011;

SENTITO il Relatore Professore Carla Bedogni Rabitti;

VISTO il decreto-legge 28 agosto 2008, n. 134, recante *“Disposizioni urgenti in materia di ristrutturazione di grandi imprese in crisi”*, come convertito con modificazioni in legge dall'art. 1, comma 1, della legge 27 ottobre 2008, n. 166;

VISTO in particolare l'art. 1, comma 10, del decreto-legge 28 agosto 2008, n. 134;

CONSIDERATO che, ai sensi della summenzionata normativa, *“le operazioni di concentrazione [che] [...] rispondono a preminenti interessi generali [...] sono escluse dalla necessità dell'autorizzazione di cui alla legge 10 ottobre 1990, n. 287 [...]. Le parti sono, comunque, tenute a notificare preventivamente le suddette operazioni all'Autorità garante della concorrenza e del mercato unitamente alla proposta di misure comportamentali idonee a prevenire il rischio di imposizione di prezzi o altre condizioni contrattuali ingiustificatamente gravose per i consumatori in conseguenza dell'operazione. L'Autorità, con propria deliberazione adottata entro trenta giorni dalla comunicazione dell'operazione, prescrive le suddette misure con le modificazioni e integrazioni ritenute necessarie; definisce altresì il termine, comunque non inferiore a tre anni, entro il quale le posizioni di monopolio eventualmente determinatesi devono cessare. In caso di inottemperanza si applicano le sanzioni di cui all'articolo 19 della citata legge n. 287 del 1990”*;

VISTA la legge 10 ottobre 1990, n. 287;

VISTO il provvedimento dell'Autorità del 3 dicembre 2008 n. 19248, pubblicato in Bollettino n. 46/2008, con il quale l'Autorità - conformemente ai poteri conferiteli dalla norma di legge sopra richiamata - prendeva atto dell'avvenuta operazione di concentrazione e rendeva obbligatorie alcune misure comportamentali idonee a prevenire il rischio di imposizione di prezzi o altre condizioni contrattuali ingiustificatamente gravose per i consumatori;

VISTO, in particolare, il dispositivo del provvedimento sopra menzionato nella parte in cui dispone: *“[l'Autorità delibera] di fissare al 3 dicembre 2011 la data prima della quale sarà stabilito il successivo termine, di cui all'articolo 1, comma 10, del decreto-legge 28 agosto 2008, n. 134, come modificato dalla citata legge di conversione, entro il quale le posizioni di monopolio eventualmente determinatesi a seguito dell'operazione devono cessare, previo avvio di idoneo procedimento istruttorio”*;

CONSIDERATO quanto segue:

## **I. LE PARTI**

1. Alitalia - Compagnia Aerea Italiana S.p.A. (in appresso, Alitalia-CAI) è la società capogruppo dell'omonimo gruppo - nata nel 2008 a seguito dell'operazione di acquisizione di parte delle società del Gruppo Alitalia e dell'intero Gruppo Air One - che svolge attività di trasporto aereo di

persone e merci, nazionale e internazionale. Essa è il principale vettore aereo nazionale e detiene partecipazioni in altre società esercenti attività di trasporto aereo nonché in società operanti in settori collegati al trasporto aereo.

2. Alitalia-CAI aderisce all'alleanza *SkyTeam*, creata nel 2000, insieme ai vettori Aeroflot, Aeromexico, Air Europa, Air France, China Airlines, China Eastern, China Southern, Czech Airlines, Delta Air Lines, Kenya Airways, KLM, Korean Air, TAROM e Vietnam Airlines, con alcuni dei quali sono stati stipulati accordi di *code sharing*.

Alitalia-CAI collega 79 destinazioni tra Italia e resto del mondo, con 2272 frequenze settimanali su 143 rotte. Nello specifico, Alitalia-CAI assicura una capillare copertura del territorio nazionale con 25 destinazioni servite e 1465 frequenze settimanali, nonché un'importante copertura dei paesi esteri con 54 destinazioni internazionali e intercontinentali e 807 frequenze settimanali.

Alitalia-CAI si avvale, principalmente, di 7 basi operative: Roma, Milano Linate, Milano Malpensa, Torino, Venezia, Napoli e Catania.

3. Il capitale azionario di Alitalia-CAI è frazionato tra oltre 20 società; il socio che detiene la quota più rilevante è Air France con il 25%, seguito dalla società FIRE S.p.A. con il 10% e da Intesa San Paolo S.p.A. e Atlantia S.p.A. entrambe con quote pari a circa il 9%, IMMSI S.p.A. con circa il 7% ed, infine, Toto S.p.A. con circa il 5%. Il resto dei soci detiene quote inferiori, anche largamente, al 5% del capitale sociale.

Alitalia-CAI non è controllata stabilmente da alcuno dei predetti soggetti, in quanto, in ragione delle disposizioni statutarie, nessun azionista esercita, singolarmente o congiuntamente, una influenza determinante sull'azienda.

4. Nell'esercizio 2010, Alitalia-CAI ha conseguito una perdita di circa 73 milioni di euro.

## **II. DESCRIZIONE DELL'OPERAZIONE DI CONCENTRAZIONE DEL 2008**

5. Come noto, l'operazione avvenuta nel dicembre 2008 è consistita nell'acquisizione da parte della società CAI, all'uopo costituita, di taluni beni e rapporti giuridici del Gruppo Alitalia, allora in amministrazione straordinaria, e del controllo esclusivo delle società del Gruppo Air One.

6. In particolare, le parti di impresa del Gruppo Alitalia oggetto di acquisizione si componevano essenzialmente di *i)* aeromobili ed altri beni materiali quali, ad esempio, impianti, arredi, attrezzature, macchinari; *ii)* beni immateriali quali, ad esempio, *know how*, marchi, licenze di *software*; *iii)* bande orarie ("*slot*") e diritti di traffico; *iv)* rapporti contrattuali fra cui contratti inerenti agli aeromobili e ad altri beni immateriali; *v)* crediti e debiti.

## **III. QUALIFICAZIONE DELL'OPERAZIONE**

7. L'operazione in oggetto, in quanto ha comportato l'acquisizione del controllo esclusivo di imprese e parti d'impresa, ha costituito una concentrazione ai sensi dell'articolo 5, comma 1, lettera *b)*, della legge n. 287/90, rientrando nell'ambito di applicazione della legge n. 287/90, non ricorrendo le condizioni di cui all'articolo 1 del Regolamento (CE) n. 139/04.

#### IV. VALUTAZIONI

##### *a) Premessa*

8. In considerazione della peculiarità dell'operazione in oggetto - notificata nel novembre 2008 ai sensi dell'art. 1, comma 10, decreto-legge 28 agosto 2008, n. 134, come convertito in legge 27 ottobre 2008, n. 166 - il presente procedimento, previo accertamento della posizione dominante acquisita da Alitalia-CAI su alcuni mercati rilevanti a seguito dell'operazione di concentrazione del 2008, è volto a valutare l'eventuale persistenza, alla data attuale, di tali posizioni dominanti.

##### *b) I mercati rilevanti*

###### *1) Il mercato del trasporto aereo passeggeri di linea*

9. L'operazione in esame ha interessato il settore del trasporto aereo passeggeri effettuato su voli di linea, in ambito nazionale ed internazionale.

Sulla base di consolidati precedenti nazionali e comunitari, in applicazione del cosiddetto *city-pair method* (o metodo 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 in quanto rappresentano l'origine e la destinazione dello spostamento, e, in quanto tali, non sono sostituibili da un punto di vista della domanda.

Ognuno di tali mercati non coincide necessariamente con i soli collegamenti tra i due aeroporti agli estremi della rotta, ma può comprendere anche i voli tra aeroporti i cui rispettivi bacini di utenza si sovrappongono in misura significativa con i bacini di utenza di aeroporti limitrofi.

10. Questo 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.

11. Con riguardo alla sostituibilità tra voli diretti e voli 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.

12. Analogamente viene normalmente considerata per ciascuno dei mercati individuati la sostituibilità del trasporto aereo con altri mezzi di trasporto (ad es. trasporto ferroviario), in considerazione della distanza che separa i punti di origine e destinazione di ciascun collegamento interessato, dei tempi di percorrenza, delle frequenze e delle caratteristiche delle modalità di trasporto disponibili per i collegamenti (costi, comfort ecc).

###### *2) Le barriere all'ingresso sulle rotte da e per l'aeroporto di Linate*

13. In ragione della circostanza per cui molte delle rotte su cui si verificava una sovrapposizione tra le quote dei vettori Alitalia ed Air One interessavano lo scalo di Milano Linate, si evidenzia che tale aeroporto era caratterizzato da una situazione di congestione a causa dell'eccesso di domanda in diverse fasce orarie giornaliere. Ciò ha comportato il conseguente contingentamento degli *slot*, assegnati ai vettori da Assoclearance, ente a ciò preposto, sulla base delle richieste degli operatori,

nonché dei vincoli imposti dal Regolamento (CE) n. 793/2004, tenendo conto in ogni caso dei diritti di *grandfather* esistenti.

14. Oltre alla necessità di un coordinamento di *clearance* aeroportuale a motivo della congestione del traffico, situazione che accomuna, sebbene in misura minore, diversi aeroporti italiani, Linate si contraddistingue per essere oggetto di una specifica normativa nazionale - il D.M. 5 gennaio 2001<sup>1</sup> - che regola il numero massimo di frequenze che un vettore è abilitato a servire su specifiche rotte operabili dallo scalo. Tale regolamentazione, volta all'organizzazione dei voli da e per Linate, era funzionale alla ripartizione del traffico tra gli scali milanesi di Linate e Malpensa e teneva conto dei vincoli di capacità di Linate in ragione del suddetto livello di saturazione.

15. In particolare, ai sensi di quanto stabilito dall'articolo 1 del citato decreto ministeriale, il limite di frequenze viene identificato nell'uso di *i*) due bande orarie (una di andata e una di ritorno) per vettore, per scali con traffico compreso tra 350.000 unità e 700.000 unità; *ii*) di quattro bande orarie per vettore, per scali con traffico compreso tra 700.000 unità e 1.400.000 unità; *iii*) di sei bande orarie per vettore, per scali con traffico compreso tra 1.400.000 unità e 2.800.000 unità. Non è invece previsto alcun limite per i collegamenti con sistemi aeroportuali o singoli scali con traffico superiore a 2.800.000 unità<sup>2</sup>.

16. Tale normativa mirava a contemperare l'esigenza di gestire razionalmente la scarsità di bande orarie disponibili con quella di garantire - stabilendo la massima frequenza per vettore per rotta - l'opportunità di volare da un *city-airport* così importante come quello di Linate al maggior numero possibile di operatori.

17. In base alla regolamentazione vigente già precedentemente al 2008, la capacità massima di Linate è limitata a 18 movimenti all'ora per i voli di linea. Tale disposizione risulta tuttora in vigore, nonostante l'Autorità ne abbia più volte in passato evidenziato la portata restrittiva a fronte di una capacità tecnica dello scalo stimata dalla Commissione europea in 32 movimenti orari<sup>3</sup>.

### 3) La sostituibilità fra gli scali aeroportuali milanesi

18. I tre aeroporti localizzati intorno alla città di Milano - segnatamente Linate, Malpensa e Orio al Serio - presentano specifiche caratteristiche distintive che li differenziano sostanzialmente sia per quanto riguarda le condizioni di offerta che la fruibilità dal punto di vista della domanda.

19. In particolare, Milano Linate è un *city-airport* situato a circa 7 chilometri dalla città, dedicato esclusivamente al traffico terminale (*point-to-point*), ovvero che ha in Milano l'origine e la destinazione dello spostamento, in ottemperanza a una specifica regolazione (i già richiamati Decreti Bersani). Le condizioni di accessibilità rispetto agli altri aeroporti (identificabili essenzialmente nel minor tempo e nei minori costi di percorrenza) in relazione al tipo di traffico sviluppato dall'aeroporto costituiscono un fattore determinante nelle preferenze dei consumatori per l'aeroporto di Linate, qualora la città di Milano e il suo immediato *hinterland* rappresentino la destinazione finale del viaggio, a maggior ragione per la clientela *business*.

<sup>1</sup> Il Decreto Ministeriale 5 gennaio 2001 ha modificato il precedente Decreto Ministeriale 3 marzo 2000, concernente la "ripartizione del traffico aereo sul sistema aeroportuale di Milano"; i due decreti sono comunemente identificati come "Decreti Bersani".

<sup>2</sup> In Italia l'unica rotta che tradizionalmente raggiunge questo numero di passeggeri è la Linate-Fiumicino.

<sup>3</sup> Cfr., da ultimo, AS522 - DETERMINAZIONE DELLA CAPACITÀ OPERATIVA MASSIMA DELL'AEROPORTO DI MILANO LINATE, in Boll. n. 18/09.



20. Milano Malpensa, situato a circa 50 chilometri dalla città di Milano, è un aeroporto *hub* espressamente dedicato al *federaggio* del traffico in prosecuzione da/per voli internazionali. Da un punto di vista regolamentare, Malpensa è interessato infatti dai citati decreti sulla ripartizione del traffico aereo sul sistema aeroportuale di Milano che identificano l'aeroporto di Linate quale infrastruttura per collegamenti *point-to-point* proprio ai fini di assicurare il pieno dispiegamento delle potenzialità di sviluppo dell'hub di Milano Malpensa. All'influenza della regolazione si aggiungono la notevole distanza rispetto alla città di Milano e i conseguenti elevati tempi e costi connessi al raggiungimento dello scalo.

Tutti questi elementi rendono l'offerta dei collegamenti da Malpensa non sostituibile con quella dei voli da Linate, soprattutto per i passeggeri *time sensitive* sulle rotte nazionali e comunitarie.

21. A conferma della limitata sostituibilità tra gli scali di Milano Linate e Milano Malpensa sta, da ultimo, la stessa normativa di cui ai sopra richiamati Decreti Bersani, con cui sono stati dirottati *ex lege* alcuni collegamenti nazionali ed internazionali sullo scalo di Milano Malpensa, vista la resistenza dei vettori ad "abbandonare" il più centrale aeroporto di Linate.

22. Con riferimento all'aeroporto di Orio al Serio si osserva che esso è situato a circa 45 km dalla città di Milano e a 5 km da Bergamo e non è collegato con il capoluogo milanese con un servizio di trasporto terrestre rapido, risultando per tali ragioni assolutamente non adatto alle esigenze di una clientela *business*, eventualmente meno sensibile al prezzo. Rileva notare, al riguardo, che i collegamenti sulle rotte nazionali da/per lo scalo di Orio al Serio sono effettuati esclusivamente da vettori *low cost*.

23. Alla luce delle considerazioni testé svolte, si afferma che, con riferimento alle rotte oggetto di analisi nella presente operazione, gli aeroporti di Milano Linate, Milano Malpensa e Orio al Serio, sia dal punto di vista della domanda che dell'offerta, nel 2008 non potevano, e tuttora non possono, essere considerati sostituibili; essi identificano, pertanto, distinti mercati rilevanti<sup>4</sup>.

**c) Le rotte interessate dall'operazione di concentrazione del 2008**

24. Sulla base delle informazioni fornite dalla parte notificante nel 2008, a seguito dell'operazione di concentrazione in oggetto, si registrava una sovrapposizione fra le attività delle imprese del Gruppo Alitalia e quelle del Gruppo Air One su una serie di rotte nazionali e internazionali.

25. In particolare, le rotte nazionali interessate dalla sovrapposizione erano le seguenti: Fiumicino-Lamezia Terme; Fiumicino-Brindisi; Fiumicino-Venezia; Fiumicino-Genova; Fiumicino-Pisa; Fiumicino-Trieste; Fiumicino-Bari; Fiumicino-Linate; Fiumicino-Torino; Fiumicino-Palermo; Fiumicino-Catania; Fiumicino-Malpensa; Linate-Bari; Linate-Lamezia Terme; Linate-Brindisi; Linate-Palermo; Linate-Napoli; Linate-Catania; Napoli-Torino; Napoli-Venezia; Malpensa-Palermo; Malpensa-Napoli.

---

<sup>4</sup> Secondo il consolidato orientamento dell'Autorità e della Commissione, per quanto concerne le rotte comunitarie, a differenza delle rotte domestiche, deve riconoscersi l'esistenza di una sostituibilità tra gli aeroporti di Linate e Malpensa tale da condurre all'individuazione di un unico mercato rilevante che tiene conto delle *catchment area* dei due scali. Al riguardo, rilevano, in particolare, le diverse caratteristiche degli spostamenti internazionali, che raramente si esauriscono nell'arco della giornata, rendendo meno influenti le peggiori condizioni di accessibilità allo scalo di Malpensa. In questo contesto, inoltre, appare importante sottolineare come, a differenza di quanto accade sulle rotte nazionali, l'offerta di voli da Malpensa su destinazioni comunitarie appaia, nel complesso, più ampia, in termini di numero di destinazioni e di frequenze, rispetto a quella di Linate (cfr., per tutti, provvedimento n. 15666 relativo al caso C7667 - ALITALIA/VOLARE, in Boll. n. 26/06).

26. Le rotte internazionali su cui si registrava una sovrapposizione erano le seguenti: Fiumicino-Berlino; Fiumicino-Bruxelles; Fiumicino-Vienna; Malpensa-Atene; Malpensa-Berlino; Malpensa-Bruxelles; Malpensa-Salonicco.

27. Sulle rotte menzionate, le frequenze cumulativamente detenute dal Gruppo Alitalia e dal Gruppo Air One, nella stagione IATA precedente all'operazione di concentrazione, variavano, con poche eccezioni, tra il 60% e il 100%.

28. Pertanto Alitalia-CAI era divenuto, come di seguito dettagliatamente illustrato, l'unico vettore ad offrire servizi di trasporto aereo passeggeri di linea su numerose rotte, tra cui alcune fra le più importanti in termini di trasportato, mentre su altre rotte era risultata fortemente ridotta la presenza di operatori concorrenti, con poche eccezioni.

***d) La posizione di dominanza di Alitalia-CAI sulle rotte interessate dall'operazione di concentrazione del 2008***

***1) Le rotte internazionali***

29. Sulle rotte internazionali interessate dall'operazione, in partenza da Milano Malpensa e da Roma Fiumicino, con destinazioni Berlino, Bruxelles, Vienna, Atene e Salonicco, in considerazione della concorrenza esercitata da altri vettori che raggiungono le stesse destinazioni effettuando il "feederaggio" fra l'Italia e il rispettivo aeroporto *hub*, della quota sostanzialmente limitata detenuta dalle parti a seguito dell'operazione, nonché dell'assenza di barriere amministrative all'accesso sugli scali di partenza o destinazione delle rotte, l'operazione in oggetto non appare idonea ad aver alterato, alla data di perfezionamento, gli assetti concorrenziali preesistenti.

***2) Le rotte nazionali***

30. Conformemente all'orientamento della Commissione europea e dell'Autorità in materia di trasporto aereo che individua - come soglia di attenzione per l'applicazione di rimedi strutturali volti alla rimozione di eventuali posizioni dominanti determinatesi a seguito di una operazione di concentrazione - il controllo di almeno il 60% delle frequenze volate su una data rotta<sup>5</sup>, di seguito l'analisi verrà focalizzata sulle rotte sui cui il vettore Alitalia-CAI, a seguito dell'operazione di concentrazione, erano venute a detenere nel 2008 una quota congiunta, in termini di frequenze giornaliere operate, almeno pari a tale soglia.

31. Sulla base di tale premessa, si deve ritenere che sulle rotte Milano Linate - Catania, Roma Fiumicino - Milano Malpensa, Milano Malpensa - Palermo e Milano Malpensa - Napoli, sulle quali nel 2008 non veniva raggiunta la soglia del 60% di *slot* detenuti sul totale di quelli operati (cfr. Tabella 1), la concentrazione tra Alitalia e Air One non appariva tale da costituire o rafforzare una posizione dominante.

32. Al contrario, l'operazione sembra suscettibile di aver determinato la costituzione o il rafforzamento di una posizione dominante in capo ad Alitalia-CAI con riferimento alla quasi

---

<sup>5</sup> Una simile analisi valorizza l'elemento delle frequenze come il vero indicatore del potere di mercato delle parti e il terreno su cui si esplicita il reale confronto concorrenziale. Ciò a maggior ragione nel caso in cui i collegamenti interessati riguardano un aeroporto congestionato e regolamentato, come Milano Linate. Cfr., per tutti, decisione della Commissione EU del 2004 relativa al caso n. COMP/38.284/D2 - *Air France/Alitalia*, in particolare §165 della decisione e §17 dell'allegato.

totalità delle rotte da/per Milano Linate e da/per Roma Fiumicino, nonché sui due collegamenti da Napoli per Torino e Venezia (cfr. Tabella 1).

**TABELLA 1 - Quote di mercato sulle rotte da/per Linate interessate da sovrapposizioni, in termini di frequenze operate e di passeggeri trasportati. Valori in percentuale**

ROTTA	FREQUENZE*		PASSEGGERI**	
	CAI	ALTRI VETTORI	CAI	ALTRI VETTORI
<i>sopra il 60% (frequenze)</i>				
Roma Fiumicino - Brindisi	100	0	100	0
Roma Fiumicino - Genova	100	0	100	0
Roma Fiumicino - Lamezia T.	100	0	100	0
Roma Fiumicino - Pisa	100	0	100	0
Roma Fiumicino - Trieste	100	0	100	0
Roma Fiumicino - Venezia	100	0	100	0
Milano Linate - Bari	100	0	100	0
Milano Linate - Brindisi	100	0	100	0
Milano Linate - Lamezia T.	100	0	100	0
Napoli - Torino	100	0	100	0
Roma Fiumicino - Bari	93	7	98	2
Milano Linate - Roma Fiumicino	91	9	98	2
Milano Linate - Napoli	85	15	73	27
Roma Fiumicino - Torino	83	17	81	19
Roma Fiumicino - Palermo	83	17	71	29
Napoli - Venezia	75	25	100	0
Milano Linate - Palermo	72	28	61	39
Roma Fiumicino - Catania	65	35	48	52
<i>sotto il 60% (frequenze)</i>				
Milano Linate - Catania	56	44	41	59
Roma Fiumicino - Mil. Malpensa	48	52	79	21
Milano Malpensa - Palermo	42	58	32	68
Milano Malpensa - Napoli	33	67	32	68

\* calcolo effettuato con riferimento alla stagione IATA "Winter 2008/2009"

\*\* calcolo effettuato con riferimento alla stagione IATA "Summer 2008"

Fonte: elaborazioni degli Uffici su dati agli atti del fascicolo C9812.

33. Come evidenziato dalla Tabella 1, sui collegamenti da Roma Fiumicino per Bari, Brindisi, Catania, Genova, Lamezia Terme, Palermo, Pisa, Torino, Trieste, Venezia e Milano Linate, nonché da quest'ultimo aeroporto per Bari, Brindisi, Lamezia Terme, Napoli e Palermo e, da ultimo, sulle

rotte Napoli - Torino e Napoli - Venezia, non risultava, nel 2008, essere presente alcun operatore terzo ovvero risultava operare un unico vettore con una quota di mercato, in termini di frequenze, inferiore al 40%.

34. Particolare criticità presentano le rotte da/per Milano Linate in ragione del quadro regolamentare sopra descritto che costituisce una rilevante barriera amministrativa non solo all'entrata su tale scalo per eventuali nuovi vettori, ma anche alla possibilità di rafforzamento per i vettori già presenti, a meno di crescita esterna.

35. Pertanto, la disciplina concorrenziale su Alitalia-CAI sulle rotte nazionali in partenza dall'aeroporto di Linate risultava esclusivamente esercitabile dagli operatori già presenti su tali tratte, ovvero da quelli titolari di *slot* da/per Linate al momento della concentrazione e disponibili a mutarne la destinazione per competere con Alitalia-CAI sulle tratte in parola.

In questo contesto, si evidenzia, che, a seguito dell'operazione in oggetto, il nuovo soggetto Alitalia-CAI è venuto a detenere la maggior parte degli *slot* disponibili sullo scalo di Milano Linate, con una quota di oltre il 70%.

36. Si sottolinea, in questa sede, la necessità di valutare l'esistenza o l'eventuale sopravvenienza di vincoli concorrenziali costituiti da altri operatori del trasporto aereo passeggeri ovvero da forme di concorrenza intermodale sulle rotte in cui il vettore Alitalia-CAI aveva acquisito o rafforzato, a seguito dell'operazione di concentrazione del 2008, una posizione dominante.

RITENUTO che, ai fini di adempiere al disposto normativo, si rende necessario verificare se a seguito dell'operazione in esame si sono venute a costituire o rafforzare posizioni dominanti in capo al vettore Alitalia-CAI su alcuni mercati del trasporto aereo di linea di passeggeri, segnatamente rappresentati dai collegamenti Roma Fiumicino - Bari, Roma Fiumicino - Brindisi, Roma Fiumicino - Catania, Roma Fiumicino - Genova, Roma Fiumicino - Lamezia Terme, Roma Fiumicino - Palermo, Roma Fiumicino - Pisa, Roma Fiumicino - Torino, Roma Fiumicino - Trieste, Roma Fiumicino - Venezia, Milano Linate - Bari, Milano Linate - Brindisi, Milano Linate - Lamezia Terme, Milano Linate - Napoli, Milano Linate - Palermo, Milano Linate - Roma Fiumicino, Napoli - Torino e Napoli - Venezia;

RITENUTO, pertanto, alla luce del citato disposto normativo, di dover accertare la persistenza, alla data attuale, della posizione dominante di Alitalia-CAI sulle rotte sopra elencate;

#### DELIBERA

a) l'avvio dell'istruttoria nei confronti della società Alitalia - Compagnia Aerea Italiana S.p.A. - ai sensi dell'art. 14 della legge n. 287/90, per le finalità di cui all'art. 1, comma 10, decreto-legge n. 134/2008, come modificato dalla legge di conversione n. 166/2008 - onde accertare la costituzione o il rafforzamento di posizioni dominanti, a seguito dell'operazione di concentrazione del 2008, nei mercati sopra citati, nonché la persistenza alla data attuale di tali eventuali posizioni;

b) la fissazione del termine di giorni dieci, decorrente dalla data di notificazione del presente provvedimento, per l'esercizio da parte dei legali rappresentanti delle parti, ovvero da persone da esse delegate, del diritto di essere sentiti, ai sensi dell'articolo 14, comma 1, della legge n. 287/90, precisando che la richiesta di audizione dovrà pervenire alla Direzione Agroalimentare e Trasporti

della Direzione Generale per la Concorrenza di questa Autorità almeno tre giorni prima della scadenza del termine sopra indicato;

c) che il responsabile del procedimento è del Dott. Mario Denni;

d) che gli atti del procedimento possono essere presi in visione presso la Direzione Agroalimentare e Trasporti della Direzione Generale per la Concorrenza di questa Autorità dai rappresentanti legali delle parti, nonché dai soggetti aventi un interesse giuridicamente rilevante o da persona da essi delegata;

e) che il procedimento deve concludersi entro il 29 febbraio 2012;

f) che il termine entro il quale devono essere rimosse le situazioni di monopolio o di dominanza eventualmente accertate ad esito della presente istruttoria è fissato al 28 ottobre 2012, data di inizio della stagione IATA “Winter 2012/2013”.

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

IL SEGRETARIO GENERALE

*Luigi Fiorentino*

IL PRESIDENTE

*Giovanni Pitruzzella*

---

---

*Autorità garante  
della concorrenza e del mercato*

Bollettino Settimanale  
Anno XXI- N. 46 - 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

---