



AUTORITÀ GARANTE
DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

Bollettino

Settimanale

Anno XXII - n. 11

Pubblicato sul sito *www.agcm.it*
il 2 aprile 2012

SOMMARIO

INTESE E ABUSO DI POSIZIONE DOMINANTE	5
A438 – SELECTA/POSTE ITALIANE	
<i>Provvedimento n. 23397</i>	5
OPERAZIONI DI CONCENTRAZIONE	21
C11455 - OLYMPUS BIDCO/ORANGE COMMUNICATIONS	
<i>Provvedimento n. 23398</i>	21
C11514 - SERVIZI ITALIA/RAMO DI AZIENDA DI RA.SE.CO.	
<i>Provvedimento n. 23401</i>	25
C11515 - GF DISTRIBUZIONE/NUOVA SAFA	
<i>Provvedimento n. 23402</i>	28
C11517 - ROBERT BOSCH/EISAI MACHINERY CO.-EISAI MACHINERY U.S.A.-EISAI MACHINERY	
<i>Provvedimento n. 23403</i>	31
C11520 - VALSECCHI/RAMO DI AZIENDA DI ACTOM	
<i>Provvedimento n. 23406</i>	35
C11521 - BENCOM/VIA VITTORIO DI MUGNAI STEFANIA & C.	
<i>Provvedimento n. 23407</i>	38
C11522 - IMI FONDI CHIUSI SGR/SVAS BIOSANA	
<i>Provvedimento n. 23408</i>	42
C11525 - OVIESSE/RAMO DI AZIENDA DI ECF FIDENZA RETAIL	
<i>Provvedimento n. 23410</i>	45
C11530 – FINANZIARIA REGIONALE VALLE D'AOSTA/CHAMOIS IMPIANTI-FUNIVIE DI CHAMPORCHER-FUNIVIE GRAN PARADISO-SOCIETÀ IMPIANTI DI RISALITA TORGNON-GRAND SAINT-BERNARD-SOCIETÀ INCREMENTO TURISTICO INVERNALE BRUSSON-GRESSONEY	
<i>Provvedimento n. 23412</i>	48
SEPARAZIONI SOCIETARIE	52
SP130 - CONFINDUSTRIA PALERMO-PALERMO CITY SITGHTSEEING/AMAT PALERMO	
<i>Provvedimento n. 23368</i>	52
ATTIVITA' DI SEGNALEZIONE E CONSULTIVA	55
AS920 - REGIONE ABRUZZO - DISPOSIZIONI DI ATTUAZIONE PER LA CONCESSIONE DEI CONTRIBUTI IN CONTO INTERESSI PER INTEGRAZIONE DEI FONDI RISCHI	55

INTESE E ABUSO DI POSIZIONE DOMINANTE

A438 – SELECTA/POSTE ITALIANE

Provvedimento n. 23397

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 14 marzo 2012;

SENTITO il Relatore Professor Piero Barucci;

VISTA la legge 10 ottobre 1990, n. 287 e successive modifiche, e in particolare l'art. 14-ter, introdotto dalla legge 4 agosto 2006 n. 248, che ha convertito con modifiche il decreto legge 4 luglio 2006, n. 223;

VISTI gli artt. 4, comma 3, del Trattato sull'Unione Europea TUE (già art. 10 Trattato CE) e 102 Trattato sul Funzionamento dell'Unione Europea TFUE (già art. 82 del Trattato CE);

VISTO il Regolamento (CE) n. 1/2003 del Consiglio del 16 dicembre 2002 concernente l'applicazione delle regole di concorrenza di cui agli articoli 81 e 82 del Trattato CE (ora articoli 101 e 102 TFUE);

VISTA la "*Comunicazione sulle procedure di applicazione dell'art. 14-ter della legge n. 287/90*", adottata dall'Autorità con delibera del 12 ottobre 2006 e pubblicata sul bollettino n. 39 del 16 ottobre 2006 così come modificata con delibera n. 22089 del 9 febbraio 2011;

VISTE le segnalazioni pervenute da parte della società Selecta S.p.A. in data 2, 10, 22 e 24 febbraio 2011;

VISTA la propria delibera adottata in data 9 marzo 2011, con la quale è stata avviata, ai sensi dell'articolo 14 della legge n. 287/90, un'istruttoria nei confronti della società Poste Italiane S.p.A. volta ad accertare eventuali violazioni dell'articolo 102 del Trattato UE, in quanto la predetta società, operatore dominante nei mercati dei servizi postali, avrebbe posto in essere condotte escludenti nei confronti di operatori, quali Selecta S.p.A., attivi, come concorrenti, nei mercati dei servizi di intermediazione tra i clienti-mittenti e il fornitore del servizio postale di recapito anche a vantaggio della controllata Postel S.p.A..

VISTA la comunicazione del 15 giugno 2011, integrata in data 27 luglio 2011, con la quale Poste Italiane S.p.A. ha presentato impegni ai sensi dell'articolo 14-ter della legge n. 287/90;

VISTA la propria delibera adottata in data 9 novembre 2011, con la quale i) è stata disposta la pubblicazione sul sito internet dell'Autorità di detti impegni, al fine di consentire ai terzi interessati di esprimere le loro osservazioni e ii) è stato fissato al 1 marzo 2012 il termine entro il quale si deve concludere il procedimento di valutazione degli impegni, ai sensi dell'articolo 14-ter della legge n. 287/90;

VISTE le osservazioni pervenute dai terzi interessati;

VISTE le modifiche accessorie agli impegni, comunicate da Poste Italiane S.p.A. da ultimo, nella versione definitiva, in data 25 gennaio 2012;

VISTA la propria comunicazione alla Commissione europea, ai sensi dell'art. 11, paragrafo 4, del Regolamento (CE) n. 1/2003;

VISTA la propria delibera del giorno 8 febbraio 2012, con la quale è stato prorogato al 15 marzo 2012 il termine di conclusione del procedimento di valutazione degli impegni;

VISTI gli atti del procedimento;

CONSIDERATO quanto segue:

I. PREMESSA

1. Il 9 marzo 2011, in seguito a varie segnalazioni presentate dalla società Selecta S.p.A., l'Autorità ha avviato, ai sensi dell'art. 14 della legge n. 287/90, un'istruttoria nei confronti di Poste Italiane S.p.A. (di seguito, Poste Italiane o Poste) volta ad accertare eventuali violazioni dell'art. 102 TFUE nel mercato dei servizi di ricezione dati, stampa e imbustamento (di seguito anche definiti come mercato dell'intermediazione rispetto al servizio di posta massiva¹) dove operano sia Selecta sia Poste Italiane tramite Postel. Tale mercato si trova a monte della fase del recapito, la quale, a livello nazionale e con rete integrata, è invece svolta dai soli operatori postali dotati di rete di recapito (di fatto Poste Italiane, in monopolio legale sino a gennaio 2011). Il 14 marzo 2011, contestualmente alla notifica dell'avvio, sono stati eseguiti gli accertamenti ispettivi presso le sedi di Poste Italiane e Postel.

II. LE PARTI

2. Selecta S.p.A. (Selecta), già operatore di posta elettronica ibrida, è attiva dal settembre 2006 nel settore della posta massiva, oltre che nell'offerta di altri servizi quali il *direct marketing*, il *commercial printing*, servizi telematici, gestione di documenti aziendali, ecc..

Selecta, fino al 31 gennaio 2012, era soggetta al controllo di Gruppo Selecta S.p.A., a capo dell'omonimo gruppo operante nel *business* della c.d. "Comunicazione Obbligatoria" e del Direct Mailing.

A seguito della ristrutturazione societaria Selecta ha incorporato la sua controllante Gruppo Selecta S.r.l. dando vita a Nuova Selecta S.p.A. Quest'ultima è, a sua volta, controllata da una *newco*, Nuova GS S.p.A., il cui capitale sociale è interamente detenuto dal Fondo I2 Capital Partners SGR S.p.A.

Nel 2010 Gruppo Selecta S.p.A. non ha realizzato fatturato mentre Selecta S.p.A. ha realizzato in Italia un fatturato complessivo pari a circa 37 milioni di euro.

3. Poste Italiane, società capogruppo dell'omonimo Gruppo Poste Italiane, è stata trasformata da Ente Pubblico Economico in società per azioni a partire dal 28 febbraio 1998. L'intero capitale sociale di Poste Italiane è attualmente posseduto dal Ministero dell'Economia e delle Finanze.

¹ Si noti che l'attività di intermediazione può avvenire anche nei confronti di altri servizi postali analoghi o simili al servizio di posta massiva. Nel presente provvedimento, tuttavia, ci si concentrerà su quest'ultima che rappresenta, allo

Il Gruppo Poste Italiane è attivo nella prestazione di una vasta gamma di servizi postali e Poste Italiane è il gestore incaricato del servizio postale universale in Italia. Inoltre, fino al 31 dicembre 2010, Poste Italiane godeva, all'interno del perimetro del servizio universale, di una riserva costituita, tra l'altro, dagli invii di peso inferiore ai 50g. Tale riserva è venuta meno grazie al Decreto Legislativo 31 marzo 2011, n. 58.

Poste Italiane è un gruppo verticalmente integrato e, tramite la sua controllata Postel, è attivo anche nella prestazione di tutti i servizi postali a monte rispetto al recapito quali, ad esempio, la stampa e imbustamento degli invii nonché i servizi di archiviazione e gestione documentale.

Il fatturato realizzato dal Gruppo Poste Italiane nel 2010 (dati bilancio consolidato 2010) è stato pari a circa 19,6 miliardi di euro, di cui oltre 5 miliardi di euro relativi al settore dei servizi postali.

III. L'AVVIO DEL PROCEDIMENTO ISTRUTTORIO: I COMPORTAMENTI OGGETTO DI CONTESTAZIONE

a) Il quadro normativo e i profili contrattuali

4. I comportamenti di Poste italiane oggetto dell'avvio del procedimento istruttorio si collocano nell'ambito dei rapporti contrattuali instaurati tra Poste stessa e gli intermediari consolidatori relativamente agli accordi che disciplinano la fornitura del servizio di posta massiva.

5. Il servizio di posta massiva è un servizio di recapito rientrante nel servizio universale, affidato a Poste Italiane², che ha ad oggetto la corrispondenza postalizzata in grande quantità³. La posta massiva è consegnata dai grandi clienti e/o consolidatori presso i punti di accettazione di Poste Italiane, nel rispetto di specifiche condizioni tecniche fissate da Poste stessa, denominate "Condizioni tecniche attuative del servizio di posta massiva" (di seguito Condizioni tecniche attuative)⁴. La spedizione in grande quantità di lettere pre-organizzate, implicando minori costi di gestione per Poste, è sottoposta ad un regime tariffario più vantaggioso rispetto alla posta prioritaria. Le tariffe massime di questo servizio, così come le sue caratteristiche principali, sono state stabilite dal Ministero dello Sviluppo Economico con il DM del 12 maggio 2006⁵.

6. Le condizioni tecniche attuative prevedono che «la Posta Massiva è accessibile a tutti i clienti che sono in grado di consegnare gli invii secondo determinati requisiti:

stato, l'unico servizio in grado di coprire tutto il territorio nazionale e, per questo motivo, di fondamentale importanza per l'intermediario stesso.

² Cfr. art. 23, comma 2, Decreto Legislativo. 22 luglio 1999 n. 261, così come modificato dal Decreto Legislativo 31 marzo 2011, n. 58.

³ Il decreto del Ministero delle Comunicazioni del 12 maggio 2006 dispone, all'art. 1, che «sono invii di corrispondenza massiva gli invii di corrispondenza non raccomandata ... consegnati in grande quantità al fornitore del servizio postale universale presso i punti di accesso individuati dallo stesso fornitore».

⁴ L'art. 2 del D.M 12 maggio 2006 prevede, infatti, che «il fornitore del servizio universale ... predispone condizioni tecnico attuative sulle modalità di fornitura del servizio in conformità alle disposizioni del presente provvedimento. Tali condizioni stabiliscono procedure e modalità operative quali omologazione degli invii, quantitativi annui e per singola spedizione nonché relativi punti di accettazione, modalità di consegna, modalità di prelaborazione e confezionamento, orari per la consegna degli invii, procedure di fatturazione, descrizione dettagliata delle specifiche tecniche, nonché misure adottate per garantire la qualità dei servizi forniti. Le condizioni tecniche e le successive modificazioni sono comunicate all'Autorità di regolamentazione del settore postale per l'approvazione ai sensi dell'art. 20 della legge 7 agosto 1990, n. 241, e rese pubbliche anche sul sito *web* del fornitore del servizio postale universale». In applicazione di tale norma sono state emanate le "Condizioni tecniche attuative del servizio di posta massiva", disponibili sul sito *internet* di Poste Italiane *www.poste.it*, la cui ultima versione è valida dal 1 maggio 2011.

⁵ L'art. 6 del D.M. 12 maggio 2006 prevede anche la possibilità di applicare tariffe speciali, ridotte rispetto alle tariffe e ai prezzi indicati nel decreto.

- *invii con caratteristiche di meccanizzabilità;*
- *quantitativi tali da consentire di formare almeno cinque scatole di peso minimo di 4 kg per il formato P e 6 kg per il formato M ...;*
- *modalità predefinite per l'impostazione, il confezionamento e la prelaborazione degli invii contenuti nelle scatole».*

7. Il mittente che intenda spedire un grande quantitativo di posta relativamente omogenea (l'esempio classico è quello della banca che spedisce gli estratti conto o della grande *utility* che invia le bollette), accedendo alle tariffe vantaggiose della posta massiva, può:

- i) decidere di eseguire tutte le attività di prelaborazione necessarie ad accedere al servizio, dettagliate nelle condizioni tecniche attuative, e rivolgersi direttamente a Poste⁶;
- ii) esternalizzarle rivolgendosi all'intermediario/consolidatore postale.

Quest'ultimo offre di regola un prezzo "a pacchetto" che comprende:

- le attività di prelaborazione (che rappresentano circa il 20% del prezzo);
- il costo della spedizione (che rappresenta circa il restante 80% ed è fissato da Poste Italiane).

8. Quando la spedizione avviene tramite l'intermediario, quest'ultimo si avvale, di regola, del sistema "Senza Materiale Affrancatura" (SMA)⁷ il quale prevede che gli invii non vengano materialmente affrancati, ma nell'apposito riquadro riservato all'affrancatura sia riportato il riferimento alla modalità di pagamento convenuta.

9. Le modalità di pagamento previste dalle Condizioni tecnico attuative, in questo caso, sono di tre tipi:

- anticipato: il cliente versa un anticipo su specifici conti correnti di Poste Italiane tale da garantire la copertura delle spedizioni previste nel corso del mese;
- contestuale: il cliente deve presentare, all'atto della spedizione, l'attestazione di avvenuto versamento pari al valore della spedizione presentata;
- differito: il cliente, in base a specifico accordo, effettua il versamento del corrispettivo dovuto successivamente alle spedizioni, entro 60 giorni⁸ dalla richiesta tramite bonifico bancario o addebito su conto corrente postale intestato al cliente con "incasso automatico"⁹.

10. La spedizione SMA con pagamento differito, a sua volta, può essere:

- in nome proprio: il rapporto contrattuale è diretto tra Poste Italiane e l'intermediario e le richieste di pagamento sono intestate direttamente a quest'ultimo;
- in nome e per conto dei propri clienti/mittenti quale mandatario con rappresentanza: l'intermediario assume l'obbligo di ricevere le fatture emesse da Poste Italiane per il servizio di recapito e le trasmette ai clienti/mittenti. L'intermediario, inoltre, paga a Poste i debiti di affrancatura. Alla luce di tali disposizioni, in ragione del fatto che gli obblighi di pagamento dei debiti di affrancatura prescindono dall'effettivo incasso delle corrispondenti somme da parte

⁶ Si noti che la spedizione in grandi quantità di lettere pre-organizzate, essendo ormai del tutto venuta meno la riserva a favore di Poste per le lettere di peso inferiore ai 50 g., può essere effettuata anche attraverso altri operatori postali che offrono servizi analoghi. Poste Italiane, tuttavia, riveste un ruolo, allo stato, predominante in quanto è l'unica in grado di coprire l'intero territorio nazionale.

⁷ Cfr. art. 4.3 Condizioni tecniche attuative, cit., p. 15.

⁸ Questo termine, in base all'impegno n. 1, verrà allungato di 30 giorni

⁹ Cfr. condizioni tecniche attuative, p. 15 e ss.

dell'intermediario, potrebbe accadere che quest'ultimo si trovi ad anticipare gli oneri dovuti dal mittente per il recapito¹⁰.

11. L'art. 4.3 delle Condizioni tecniche attuative prevede che «*Le modalità di pagamento differito, effettuato dall'intermediario in nome e per conto dei propri clienti, sono disciplinate da appositi accordi tra Poste Italiane e l'intermediario stesso ed ammesse solo per volumi annui superiori a 2.000.000 di pezzi*».

12. Le regole che governano la spedizione SMA con pagamento differito sono ulteriormente precisate nei contratti che gli intermediari stipulano con Poste e nei quali assumono una serie di obblighi nei confronti di Poste stessa, distinguibili in:

- obblighi di rendicontazione: in particolare l'intermediario è obbligato ad inviare a Poste, entro il quinto giorno lavorativo del mese successivo al mese di riferimento, ai fini dell'emissione delle fatture ai clienti mandanti, i dati analitici relativi alle spedizioni presentate in accettazione nel mese precedente suddivisi per i Clienti Mandanti ed i dati identificativi di questi ultimi¹¹;

- obblighi di pagamento: il contratto prevede che l'intermediario assuma una serie di obblighi inerenti il pagamento dei debiti di affrancatura da parte dei clienti, sotto meglio sintetizzati.

13. In primo luogo l'intermediario si obbliga a ricevere e trasmettere ai Clienti Mandanti le fatture emesse da Poste e ad effettuare il pagamento a Poste delle stesse nei termini e con le modalità previste; l'intermediario si obbliga inoltre a richiedere ai clienti una garanzia bancaria o assicurativa a prima richiesta a proprio favore (garanzia intermediario-cliente/mittente).

A garanzia del puntuale pagamento delle obbligazioni assunte l'intermediario consegna a Poste garanzia bancaria o assicurativa a prima richiesta a favore di Poste stessa commisurata ai termini di pagamento e al valore delle spedizioni annue previste (garanzia intermediario-Poste);

14. In caso di inadempimento degli obblighi di pagamento delle spedizioni, è previsto, sempre nelle condizioni tecniche attuative che regolano il contratto tra Poste Italiane e gli intermediari, che Poste potrà escutere la garanzia Intermediario-Poste. L'intermediario potrà, in caso di insolvenza del cliente/mittente, richiedere a Poste, nei limiti di quanto non recuperato dal cliente/mittente stesso, la restituzione delle somme versate dall'intermediario a Poste in nome e per conto del cliente/mittente divenuto insolvente o da Poste incassate mediante escussione della garanzia, previa dimostrazione dell'escussione della garanzia prestata al cliente mandante in favore dell'Intermediario e dell'esperimento infruttuoso da parte dell'intermediario di un'attività di recupero giudiziale per le suddette somme, fermo restando il diritto di Poste di agire nei confronti del cliente mandante nei limiti delle somme dalla stessa restituite all'intermediario.

¹⁰ Le condizioni tecniche attuative prevedono, all'art. 4.3 che «Con cadenza mensile, ed entro 15 giorni dal periodo di riferimento, Poste provvede ad inviare all'intermediario le fatture, intestate ai singoli clienti, relative agli invii di corrispondenza oggetto del recapito, in base alle risultanze delle distinte e del riepilogo mensile delle spedizioni. L'intermediario a tal fine deve inviare a Poste Italiane entro il quinto giorno lavorativo del mese successivo al mese di riferimento, assumendosi la responsabilità della completezza e correttezza dei dati trasmessi, le informazioni necessarie per l'emissione delle fatture ai clienti mandanti, relativamente alle spedizioni presentate in accettazione nel mese precedente, oggetto di fatturazione. Poste Italiane provvede alla fatturazione sulla base dei dati analitici per cliente forniti dall'intermediario. [...]L'intermediario deve procedere al pagamento delle fatture emesse da Poste Italiane, sia nei confronti dei clienti mandanti, che dell'intermediario stesso, entro 60 (sessanta) giorni dalla data di emissione: a tal fine i clienti provvedono ad effettuare direttamente, ovvero a far effettuare da parte dell'intermediario, il versamento delle somme necessarie sul conto di deposito in tempo utile affinché le stesse siano rese disponibili a Poste Italiane entro il termine stabilito per il pagamento delle fatture. [...]»

¹¹ Questi obblighi ricalcano quelli contenuti nelle Condizioni tecniche attuative, art. 4.3.

b) i mercati rilevanti individuati in avvio

15. In sede di avvio sono stati individuati due diversi mercati rilevanti tra loro contigui e strettamente connessi:

1. il mercato dell'intermediazione rispetto ai servizi di posta massiva;
2. il mercato del recapito della posta massiva.

1. Il mercato dell'intermediazione dei servizi postali

16. Il servizio di intermediazione per la posta massiva è rivolto a clienti generatori di grandi quantitativi di corrispondenza postale (*Business Communication*) e si sostanzia nelle attività di ricezione dati, stampa, imbustamento e successiva consegna della corrispondenza all'operatore postale, il quale provvede a recapitare la comunicazione al destinatario. L'insieme di tali servizi sembra individuare un mercato rilevante in considerazione del fatto che, dal lato della domanda, si tratta di un complesso di servizi espressamente richiesti dai clienti che intendono fare ricorso alla c.d. "posta massiva" e che, dal lato dell'offerta, vengono erogati da coloro che, dotati delle strutture previste dalla regolamentazione vigente, sono in grado di fornire l'attività di ricezione dati/stampa/imbustamento ma non l'attività di recapito. Pertanto, la concorrenza si esplica in tale mercato che, dagli documenti ispettivi, è definito dagli stessi operatori come "*Mass Printing*", separato da quello del recapito a valle.

17. Su questo mercato Poste Italiane è attiva con la società controllata Postel.

2. Il mercato del recapito della posta massiva

18. Il mercato del recapito della posta massiva si situa a valle rispetto al mercato dell'intermediazione della posta massiva, del quale rappresenta il naturale sbocco. Come si è detto, infatti, i soggetti attivi sul mercato dell'intermediazione di servizi di posta massiva non effettuano il recapito della stessa e sono perciò obbligati a rivolgersi a Poste Italiane (o, come si vedrà, entro certi limiti, ad operatori alternativi)¹². Si è già ricordato¹³, infatti, che fino al 31 dicembre 2010 l'Ordinamento italiano prevedeva una riserva a favore di Poste per gli invii di corrispondenza sotto i 50 g. di peso.

19. Su questo mercato Poste Italiane detiene, allo stato, una quota superiore al 90% e risulta pertanto il principale fornitore di Selecta e degli intermediari, in quanto unica società in grado di garantire l'offerta dei servizi di recapito su tutto il territorio nazionale¹⁴.

20. I due mercati sono strettamente contigui perché gran parte della domanda di posta massiva è veicolata dagli intermediari.

c) I comportamenti contestati in avvio

21. L'abuso di posizione dominante ipotizzato in avvio nei confronti di Poste Italiane consisteva in condotte di ostacolo all'operatività di Selecta con finalità escludenti dal mercato dell'intermediazione di posta massiva. Le condotte abusive riguardavano, in primo luogo le modalità con le quali Poste Italiane, a partire dal mese di settembre 2010, ossia in un arco

¹² Merita precisare che gli operatori alternativi offrivano, fino ad ora, servizi a valore aggiunto che, in quanto esterni al servizio universale, non rientravano nella riserva postale (es. TNT Formula Certa). Allo stato, in seguito alla liberalizzazione, si assisterà probabilmente allo sviluppo di ulteriori servizi direttamente in concorrenza con la posta massiva. Rimane, peraltro, il problema della copertura territoriale degli operatori alternativi.

¹³ Per un'analisi puntuale di questo mercato si rimanda al provv. n. 20376, del 15 ottobre 2009 A 413 - *TNT Post Italia/Poste Italiane*, in Boll. n. 41/09.

temporale a ridosso del processo di apertura dei mercati (a seguito del recepimento in Italia della direttiva comunitaria 2008/6/CE) aveva imposto repentinamente la restituzione delle somme dovute per gli oneri di postalizzazione a Selecta rifiutando di accettare i piani di rientro prospettati da quest'ultima.

22. Come si è visto, infatti, nell'ambito dell'accordo di posta massiva, è previsto che l'intermediario provveda al pagamento dei debiti di affrancatura a Poste a prescindere dal fatto che il proprio cliente per i servizi di intermediazione (e cliente di Poste per il recapito) abbia o meno provveduto a versare quanto dovuto per l'affrancatura.

23. L'ipotesi di abuso consisteva in strategie escludenti poste in essere da Poste Italiane grazie alla posizione dominante nel mercato dei servizi di recapito di posta massiva. Tale condotta abusiva di tipo escludente era ravvisabile nel repentino cambiamento di strategia da parte di Poste Italiane che, mentre avrebbe consentito nel tempo la creazione di una esposizione debitoria di Selecta aveva richiesto, a partire da settembre 2010, un piano di rientro, pena la mancata erogazione del servizio e/o dietro pagamento contestuale. Ciò, secondo Selecta, a fronte di una politica di riduzione del debito.

24. La mancata accettazione di piani di rientro poteva assumere la natura di condotta abusiva posta in essere da un operatore dominante che, proprio in una fase di liberalizzazione dei mercati, utilizza la leva della esposizione debitoria dei clienti nel mercato a valle del recapito per escludere, ostacolandone l'operatività, il concorrente Selecta nel mercato a monte della intermediazione dei servizi di posta massiva.

25. Inoltre, Poste Italiane aveva richiesto il pagamento contestuale dei servizi di recapito, evento questo che, analogamente al rientro dal debito, costituiva un mutamento repentino rispetto alla situazione pregressa.

26. Una simile condotta, avrebbe potuto comportare un vantaggio per la stessa Poste Italiane che avrebbe potuto acquisire, tramite Postel, la quota di mercato detenuta da Selecta, con possibili riflessi sulle condizioni dell'offerta. Rileva, in tal senso, la natura di operatore verticalmente integrato del gruppo Poste Italiane, con Postel soggetto concorrente di Selecta e con Poste Italiane fornitore di entrambe per i servizi di recapito di posta massiva. In tale contesto emerge la circostanza che Postel, primo operatore nel mercato dei servizi di intermediazione ove opera Selecta, non avrebbe subito i cambiamenti nelle modalità di pagamento e di rientro dai debiti rispetto a Poste Italiane.

27. Il segnalante aveva, infatti, denunciato che, nelle more della valutazione dei piani di rientro proposti, Poste imponeva la modalità di pagamento contestuale dei servizi di postalizzazione, rifiutando di consentire a Selecta il pagamento differito e ponendo, pertanto, in grave difficoltà operativa Selecta stessa.

28. Nell'ambito dell'avvio, inoltre, sono emerse preoccupazioni concorrenziali relative ai rapporti tra Poste e la controllata Postel.

In particolare si è ipotizzato che il comportamento escludente posto in essere da Poste Italiane possa essere accentuato anche attraverso la società controllata Postel a danno dei concorrenti nell'ambito: i) del trattamento dei crediti di affrancatura e ii) delle modalità di finanziamento intragruppo.

¹⁴ Cfr. caso A 413 - *TNT Post Italia/Poste Italiane* cit.

d) Evoluzione dei rapporti tra Poste Italiane e Selecta

29. Il 17 ottobre 2011 Selecta ha comunicato la firma di un accordo di rimodulazione del debito con Poste Italiane e di aver concluso, con le banche creditrici della capogruppo, un accordo di ripatrimonializzazione che dovrebbe pertanto assicurare la futura capacità e lo sviluppo dell'attività di Selecta, così ripristinando le condizioni competitive della società.

30. A far data dal 24 gennaio 2012, inoltre, Selecta è stata nuovamente ammessa alla modalità di pagamento differita.

IV. GLI IMPEGNI PRESENTATI DA POSTE ITALIANE

31. In risposta alle criticità di natura concorrenziale rilevate dall'Autorità, Poste Italiane ha presentato, in data 27 luglio 2011, impegni ai sensi dell'articolo 14-ter della legge n. 287/90.

32. Gli impegni proposti, pubblicati sul sito internet dell'Autorità in data 15 novembre 2011, consistevano essenzialmente nel:

- impegno n. 1: portare il termine per il pagamento dei corrispettivi dovuti per affrancature, di cui all'art. 4.3 delle Condizioni tecniche attuative del servizio di posta massiva «dagli attuali 60 a 90 giorni dalla data di emissione delle fatture»;

- impegno n. 2: «applicare, nei rapporti con Postel, le condizioni previste dall' "accordo all'intermediazione del servizio di Posta Massiva [...] concernenti i meccanismi di tutela contrattuale attivabili in caso di ritardo nei pagamenti, secondo le modalità precisate [...]". PI si impegna a non applicare, nei rapporti con gli intermediari diversi da Postel, le condizioni previste dai contratti stipulati con questi ultimi, concernenti i meccanismi di tutela contrattuale attivabili in caso di ritardo nei pagamenti, secondo modalità meno favorevoli di quelle specificate dal presente impegno in relazione ai rapporti con Postel»;

- impegno n. 3: «seguire la procedura specificata di seguito per la determinazione delle condizioni applicate all'affidamento su conto corrente intersocietario concesso a Postel. Al fine di determinare il tasso da applicare all'affidamento al conto corrente intersocietario concesso a Postel, tenuto anche conto dell'ammontare dell'affidamento stesso, PI invierà una richiesta formale di quotazione indicativa a due primari istituti bancari. Le condizioni rilevate tramite la sopra descritta procedura saranno aggiornate con periodicità semestrale. Le modalità di acquisizione e aggiornamento delle condizioni applicate all'affidamento saranno inserite nel contratto di conto corrente intersocietario concluso da PI e Postel. PI terrà a disposizione dell'Autorità e, su sua richiesta, le comunicherà le quotazioni ricevute dagli istituti bancari contattati e la documentazione attestante i tassi applicati all'affidamento su conto corrente intersocietario concesso a Postel».

33. In merito al periodo di validità, Poste ha dichiarato che «gli Impegni saranno efficaci dalla data di adozione da parte di codesta Autorità di un provvedimento che chiuda il presente procedimento rendendo vincolanti gli Impegni, senza accertare alcuna infrazione ("Data di efficacia"). [...] Le prime richieste formali di quotazione indicativa, di cui all'Impegno n. 3, saranno inviate a due primari istituti bancari entro 30 giorni dalla Data di efficacia. Le nuove condizioni applicate all'affidamento sul conto corrente intersocietario concesso a Postel saranno comunicate a quest'ultima entro 15 giorni dal ricevimento delle quotazioni dei due istituti di

credito e saranno efficaci a partire dal primo giorno del mese successivo a quello della comunicazione a Postel.

Gli Impegni non saranno soggetti a termine finale di efficacia».

V. IL MARKET TEST

34. Con comunicazioni pervenute il 15 dicembre 2011, diversi soggetti¹⁵ hanno presentato le loro osservazioni in ordine al contenuto degli impegni di Poste Italiane.

35. Con riguardo, in particolare, al denunciante Selecta la stessa ha presentato osservazioni positive al *market test* affermando che gli impegni *«possono rappresentare utili strumenti per fornire un assetto concorrenziale del mercato»*¹⁶.

Impegno 1: aumento dei termini di pagamento

36. Con riferimento all'impegno numero 1, le osservazioni pervenute con il *market test* sono, in linea di massima, positive¹⁷, anche se alcuni operatori hanno rappresentato l'opportunità, per garantire l'efficacia dell'impegno, di integrarlo. In particolare TNT Post ha osservato che *«l'impegno è [...] apprezzabile, in quanto consente agli intermediari una maggiore flessibilità finanziaria, attraverso una modifica delle condizioni tecniche, ciò che renderà verosimilmente applicabile questa modifica alla generalità degli intermediari»*¹⁸. TNT ha precisato però, che *«proprio per garantire un'applicazione immediata ed effettiva di questo impegno, a beneficio di tutti gli intermediari, è necessario che il nuovo termine di 90 giorni sia applicato non solo agli accordi stipulati successivamente alla modifica delle condizioni tecniche attuative Ma anche agli accordi già in vigore a quella data, ad esempio tramite una modifica ad hoc di questi ultimi»*¹⁹.

37. Compunet e Rotomail, invece, ritengono che l'impegno dovrebbe chiarire se e in che misura l'allungamento dei termini necessiti di una conseguente integrazione della fideiussione intermediario-Poste. Rotomail, ad esempio, afferma che *«la modifica alle CTA (condizioni tecnico attuative n.d.r.) suggerita da Poste, pur nella dichiarata ottica di venire incontro ai c.d. intermediari date le notevoli difficoltà dai medesimi riscontrate nel rispettare i termini di pagamento loro imposti, presenta una formulazione che non consente di evincere se lo spostamento del termine per il saldo delle fatture comporti o meno un onere finanziario aggiuntivo per l'intermediario. In altre parole, l'Impegno suggerito appare alquanto ambiguo in ordine all'obbligo in capo al c.d. intermediario di prestare fideiussione a prima richiesta di ammontare più alto ove opti per termini di pagamento più lunghi»*²⁰.

Impegno 2: contratto Posta Massiva

38. In merito all'impegno n. 2, ad eccezione di Selecta e Postel²¹, gli altri partecipanti al *market test* hanno proposto delle modifiche al fine di garantirne l'efficacia.

¹⁵ Si tratta, in particolare, di Compunet e Postel (intervenant al procedimento), Selecta (denunciante) Rotomail e TNT post (operatori nel mercato dell'intermediazione della posta massiva).

¹⁶ Cfr. risposta di Selecta, doc. 208, p. 1.

¹⁷ Si vedano le osservazioni di Selecta, Postel e TNT.

¹⁸ Cfr. risposta di TNT Post, doc. 209, p. 3.

¹⁹ Cfr. risposta di TNT Post, doc. 209, p. 3.

²⁰ Cfr. risposta di Rotomail, doc. 201, p. 5.

²¹ Per queste società gli impegni proposti rappresentano utili strumenti per fornire un assetto concorrenziale del mercato.

39. Sia Rotomail che Compunet ritengono, invece, che le distorsioni sul mercato dell'intermediazione della posta massiva possano essere efficacemente ridotte solo garantendo la possibilità, per l'intermediario, di modificare il rapporto contrattuale tra Poste Italiane e gli intermediari intervenendo, quindi, sul contratto di posta massiva che costituisce parte integrante dell'impegno n. 2.

40. In particolare, entrambe le società ritengono necessario alleggerire, nel caso di pagamento differito in conto terzi col sistema SMA, il rischio che grava sugli intermediari in merito al pagamento dei crediti per affrancature a favore di Poste Italiane. Si ricorda, infatti, che, come si è visto, sugli intermediari gravano una serie di oneri che impegnano questi ultimi anche rispetto al pagamento dei crediti di affrancatura dei mittenti a favore di Poste Italiane (cfr. artt. 2, 4, 6, 7 dell'Accordo per l'intermediario di posta massiva, allegato agli impegni e descritto *supra*).

41. Nello specifico, Compunet ha osservato che *«poiché il cumularsi di ritardi nei pagamenti dei corrispettivi dovuti dagli utenti finali del servizio di posta massiva costituisce, nell'attuale contesto storico e di mercato, un dato fisiologico ed ineliminabile, rimedio appropriato ai fini del ripristino di un accettabile equilibrio concorrenziale sarebbe costituito dal riconoscimento della possibilità, per gli operatori di posta massiva, di sospendere il pagamento dei bolli sino all'effettivo incasso dei corrispettivi dovuti»*²².

42. Rotomail, sia in audizione sia in sede di *market test*, ha affermato che *«al fine di consentire il pieno sviluppo del mercato dell'intermediazione della posta massiva, occorra sganciare i servizi a monte propri degli intermediari (stampa, imbustamento etc.) con quelli di postalizzazione (spedizione) propri degli operatori postali.*

*In quest'ottica sarebbe necessario, secondo Rotomail, prevedere che l'intermediario possa scegliere se assumere in proprio gli obblighi derivanti dalla postalizzazione degli invii fermo che, in caso contrario, il rapporto contrattuale e i rischi relativi ai pagamenti del servizio di recapito dovranno rimanere confinati esclusivamente tra Poste Italiane e il cliente mittente (cliente del consolidatore per gli altri servizi di stampa e imbustamento) senza coinvolgimento del c.d. intermediario»*²³.

43. Rotomail propone, quindi, di espungere dal contratto di Posta Massiva le parti che prevedono obblighi di garanzia sui crediti di affrancatura mentre *«potrebbe restare fermo l'impegno dei cd intermediari di posta massiva di continuare a svolgere le attività amministrative e contabili proprie dell'intermediazione, in conformità con quanto ad oggi stabilito nelle C.T.A. e nell'accordo»*²⁴.

²² Cfr. risposta Compunet, doc. 207, p. 9.

²³ Cfr. verbale dell'audizione di Rotomail del 7 dicembre 2011, doc. 205, pp. 1 e 2. Più precisamente, Rotomail ha osservato che «non è corretto, né coerente con le norme sulla concorrenza, imporre una garanzia in capo ai c.d. intermediari sul pagamento di prestazioni da parte dei terzi che, pur essendo clienti degli intermediari (per altri servizi), per quel che riguarda il recapito sono e restano esclusivamente clienti di Poste, peraltro tenuta all'erogazione del servizio di recapito [...]». In conclusione Rotomail suggerisce che sia previsto «che... ai sensi dell'art. 4.3 del CTA, il cd intermediario possa di volta in volta, sulla base di una valutazione di opportunità commerciale, scegliere se avvalersi della propria autorizzazione a postalizzare gli invii in nome proprio ovvero in nome e per conto dei propri clienti quale mandatario con rappresentanza. Conseguentemente, qualora il cd intermediario opti per la prima soluzione (ad esempio per un piccolo cliente), egli dovrebbe pagare a Poste le somme dovute a titolo di corrispettivo per il servizio di recapito, salvo il rimborso da parte del proprio cliente. Per contro, quando il cd intermediario operi quale mandatario del cliente mittente, non dovrebbe più essere tenuto a garantire a Poste l'adempimento dei clienti mittenti per quanto riguarda il pagamento dei corrispettivi del recapito». Cfr. risposta Rotomail, doc. 210, p. 10.

²⁴ Si tratta, in particolare degli obblighi di:

a) trasmettere idonea dichiarazione relativa ai volumi complessivi annui di posta massiva previsti;

Impegno 3: condizioni di finanziamento di Postel

44. Con riferimento all'impegno 3, concernente la consultazione di due primari istituti di credito al fine di determinare le condizioni del conto corrente intersocietario, Selecta, Postel e TNT hanno espresso un parere favorevole. TNT, in un'ottica di miglioramento dell'impegno, ha precisato che *«dalla descrizione dell'impegno, che pure è necessario per garantire che le principali condizioni di finanziamento applicate a Postel corrispondano a quelle ottenibili sul mercato, non emerge con chiarezza se – come sarebbe invece auspicabile – le quotazioni fornite dai due istituti bancari siano vincolanti, né emerge quali siano le modalità di scelta tra le quotazioni in caso di difformità tra le condizioni praticate dai due istituti»*²⁵.

45. Rotomail e Compunet, invece, hanno formulato osservazioni puntuali, in particolare, secondo Compunet, l'impegno dovrebbe essere accompagnato da specifici obblighi di *non facere* a carico di Poste volti a impedire forme di finanziamento della controllata Postel²⁶.

Analogamente Rotomail ritiene che *«l'unico modo plausibile per garantire che Postel non si avvantaggi indebitamente sul piano finanziario dal suo essere soggetto controllato da Poste è quello di imporre a Postel di finanziarsi sul mercato, e non attraverso Poste»*²⁷.

IV. LE MODIFICHE ACCESSORIE AGLI IMPEGNI

46. Successivamente alla pubblicazione degli impegni presentati da Poste Italiane nel corso dell'istruttoria avviata dall'Autorità e alla formulazione delle osservazioni sul contenuto degli stessi, sopra sinteticamente riportate, Poste Italiane, in data 25 gennaio 2012 ha presentato modifiche accessorie agli impegni, di seguito descritte.

b) postalizzare gli invii, nel rispetto delle procedure concordate con Poste e sulla base di adeguato mandato con rappresentanza ricevuto dai mandanti.

c) inviare a Poste, entro il 5 del mese successivo il mese di riferimento, assumendosi la responsabilità della completezza e correttezza dei dati trasmessi, le informazioni necessarie per l'emissione delle fatture relativamente alle spedizioni presentate in accettazione nel mese precedente. Oggetto di fatturazione, nonché;

d) ricevere e trasmettere ai clienti le fatture emesse da Poste, impegnandosi altresì a farsi carico di eventuali differenze economiche tra i dati analitici concernenti i volumi postalizzati ed il numero di spedizioni presentate in accettazione». Cfr. risposta Rotomail, doc. 210, p. 13.

²⁵ Cfr. risposta TNT, doc. 209, p. 5.

²⁶ In particolare, secondo Compunet, «l'impegno in questione risulta sostanzialmente vuoto di significato se non accompagnato, quanto meno, dall'impegno di:

a) non dare accesso alla controllata Postel, per il tramite del conto corrente intersocietario o sotto qualsiasi altra forma, a quote di liquidità generate all'interno del gruppo ed ulteriori rispetto a quelle autonomamente generate dalla stessa Postel, se non, eventualmente, a condizioni di mercato e previa valutazione del merito creditizio da parte di un organismo indipendente a ciò abilitato;

b) non garantire o a qualunque titolo agevolare l'accesso di Postel a canali di finanziamento bancario in misura superiore (o a costi inferiori) rispetto al suo individuale merito creditizio;

c) non prestare, in proprio o attraverso altre società del gruppo, alcuna forma di garanzia o assistenza finanziaria nei confronti di Postel, neppure sotto forma di ripiano perdite, partecipazione ad aumenti di capitale, prestito soci ed altre equivalenti;

d) non concludere contratti, assumere obbligazioni o realizzare comunque, in proprio o attraverso altre società del gruppo, operazioni economiche che vedano come controparte o soggetto comunque interessato Postel, e da cui la medesima tragga o possa trarre un vantaggio superiore a quello che avrebbe potuto trarre ove la medesima operazione fosse stata realizzata a condizioni di mercato».

²⁷ Cfr. risposta di Rotomail, p. 8.

Impegno 1: Modifica del termine per il pagamento dei corrispettivi dovuti per affrancature e delle modalità di determinazione dell'importo della relativa garanzia, di cui all'art. 4.3 delle Condizioni tecniche attuative del servizio di posta massiva

47. Con riferimento all'impegno 1, che prevedeva l'allungamento del «termine di pagamento, portandolo, ove richiesto dall'intermediario, dagli attuali 60 a 90 giorni dalla data di emissione delle fatture», Poste ha chiarito che «gli intermediari potranno beneficiare del nuovo termine di pagamento anche per i contratti in essere».

48. In merito al costo, per gli intermediari, di detto allungamento del termine, è stato precisato che «l'eventuale allungamento del termine di pagamento comporterà l'esigenza di adeguare l'importo della garanzia dovuta dagli intermediari ai sensi dell'art. 4.3 delle Condizioni tecniche, in relazione all'aumento del rischio gravante su PI. Tuttavia, PI riconoscerà agli intermediari la possibilità di chiedere una riduzione dell'incremento dell'importo della garanzia connesso all'allungamento del termine di pagamento da 60 a 90 giorni dalla data di emissione delle fatture (la "Garanzia incrementale") in relazione all'affidabilità creditizia dei clienti mittenti che accettino di pagare sul conto corrente vincolato intestato all'intermediario, di cui all'art. 4.3 delle Condizioni tecniche (il "Conto vincolato").

In tal caso, ai fini della quantificazione dell'importo della Garanzia incrementale si terrà conto, nei termini di seguito specificati, del fatturato generato dai clienti mittenti che soddisfino tutte le condizioni seguenti (i "Clienti certificati"):

- (i) posseggano requisiti di affidabilità creditizia comprovati dall'intermediario mediante attestazione rilasciata da un soggetto terzo indipendente, in possesso di adeguati requisiti di competenza e professionalità e standing internazionale – che s'individua sin d'ora nella società Dun & Bradstreet ("D&B") – sulla base di parametri oggettivi;
- (ii) spediscono più di 1,5 milioni di invii annui, considerati i volumi realizzati da tutte le società rientranti nell'area di consolidamento del medesimo gruppo; e
- (iii) s'impegnino a versare direttamente sul Conto vincolato le somme destinate al pagamento delle fatture emesse da PI.

L'importo della Garanzia incrementale riferibile al fatturato generato dai Clienti certificati sarà:

- nullo senza limiti di fido per i Clienti certificati che presentino un indicatore di rischio pari a 1 sulla base di quanto certificato da D&B; e
- nullo nei limiti dell'ammontare del fido commerciale assegnato da D&B per i Clienti certificati che presentino un indicatore di rischio pari a 2, sulla base di quanto certificato da D&B, fermo restando che, per la quota parte del fatturato del Cliente certificato eventualmente eccedente il fido commerciale assegnato da D&B, la Garanzia incrementale sarà quantificata secondo i criteri ordinari.

L'applicazione dei criteri suesposti non potrà in alcun caso comportare una riduzione della Garanzia incrementale superiore al 50%.

Al fine di accedere alla modalità di quantificazione della Garanzia incrementale di cui supra, l'intermediario dovrà: (i) fornire l'attestazione dell'affidabilità creditizia del Cliente certificato rilasciata da D&B, menzionata supra; (ii) dichiarare che il Cliente certificato realizza volumi annui superiori a 1,5 milioni di pezzi; e (iii) fornire evidenza documentale del fatto che il Cliente certificato ha accettato di effettuare il pagamento delle fatture emesse da PI entro il termine previsto, tramite versamento sul Conto vincolato».

Impegno n. 2: (A) Modalità di gestione dei rapporti con Postel e gli altri intermediari in caso di ritardi nei pagamenti. (B) Possibilità di optare per un regime di pagamento diretto per i clienti intermediati

49. Nel presente impegno Poste si obbliga a «applicare, nei rapporti con Postel, le condizioni previste dall'«Accordo all'intermediario del servizio di Posta Massiva» (il «Contratto»; la proposta di accordo inviata da PI a Postel è allegata alla presente proposta di Impegni sub All. I), per il dettaglio delle quali si rimanda al contratto allegato agli impegni.

50. Ad integrazione della prima versione degli impegni, all'esito quindi delle osservazioni emerse in sede di *market test*, e in particolare rispondendo alle perplessità manifestate da Rotomail e Compunet, Poste ha, inoltre, inserito il seguente impegno: «(B) limitatamente ai clienti mittenti che spediscono più di 1,5 milioni di invii annui, considerati i volumi realizzati da tutte le società rientranti nell'area di consolidamento del medesimo gruppo, l'intermediario potrà chiedere che l'obbligo di pagamento dei corrispettivi dovuti per affrancature sia assunto esclusivamente dal cliente interessato. Il cliente mittente dovrà provvedere direttamente al versamento delle somme relative alle affrancature su un conto corrente intestato a PI, previo rilascio della garanzia richiesta da PI. Al fine di accedere al regime di pagamento diretto da parte del cliente intermediato, l'intermediario dovrà: (i) fornire apposita dichiarazione del fatto che il cliente intermediato realizza volumi annui superiori a 1,5 milioni di pezzi; e (ii) fornire evidenza documentale del fatto che il detto cliente ha accettato di effettuare il pagamento delle fatture emesse da PI entro il termine previsto, tramite versamento sul conto corrente intestato a PI.

In caso di ritardo o altro inadempimento di un cliente mittente al quale si applichi il regime di pagamento diretto, PI azionerà direttamente nei suoi confronti gli strumenti di tutela contrattuale disponibili. Gli intermediari non saranno tenuti a pagare i corrispettivi dovuti per affrancature per conto dei clienti mittenti cui si applicherà il regime di pagamento diretto, né a rilasciare garanzia in relazione a tali pagamenti, fermi restando, in ogni caso, gli ulteriori obblighi contrattuali a carico degli intermediari stessi.

Tuttavia, a garanzia degli obblighi di pagamento di quanto dovuto in caso di mancato, inesatto o tardivo adempimento dei loro obblighi di rendicontazione ex art. 4.3 delle Condizioni tecniche, gli intermediari saranno tenuti a fornire a PI adeguata fideiussione, da determinarsi in funzione del fatturato che si prevede sarà generato dai clienti in regime di pagamento diretto nel periodo intercorrente tra: (i) l'inizio di ciascun mese di calendario nel corso del quale siano postalizzati invii di tali clienti e (ii) la comunicazione a PI da parte dell'intermediario dei dati utili alla fatturazione di tali invii, entro il quinto giorno lavorativo del mese successivo».

Impegno n. 3: Rapporti di finanziamento con Postel

51. In merito al presente impegno, che obbliga Poste «a seguire la procedura specificata di seguito per la determinazione delle condizioni applicate all'affidamento su conto corrente intersocietario concesso a Postel, Poste ha precisato che «nel caso in cui le quotazioni dei due istituti bancari interpellati non coincidano, PI applicherà un tasso pari alla media dei tassi comunicati dai detti istituti».

52. In merito al periodo di validità, inoltre, Poste ha precisato che «Gli Impegni nn. 1 e 2(B) richiederanno certe modifiche dell'art. 4.3 delle Condizioni tecniche, che saranno comunicate al più tardi il 30 gennaio 2012 all'Autorità di regolamentazione del settore postale ai fini della loro

approvazione, ai sensi e per gli effetti dell'art. 2(1)(c) del d.m. 12 maggio 2006 (procedura di silenzio-assenso)».

V. LA VALUTAZIONE DEGLI IMPEGNI

53. Gli impegni presentati da Poste Italiane, precedentemente descritti, appaiono idonei a rimuovere i profili anticoncorrenziali oggetto del procedimento istruttorio, relativo ai comportamenti posti in essere da Poste Italiane.

54. Il presente procedimento ha avuto avvio, come si è detto, da una denuncia di Selecta che ha posto in evidenza comportamenti potenzialmente abusivi di Poste Italiane riguardanti il fatto che la stessa abbia modificato le modalità di pagamento repentinamente e con modalità escludenti, richiedendo pagamenti contestuali e ritardando la conclusione di un accordo di rimodulazione del debito di Selecta, ciò con impatti negativi sul mercato.

55. In relazione al primo profilo, deve sottolinearsi che, alla luce della conclusione del piano di rientro tra Poste Italiane e Selecta, l'attuale assetto di mercato e l'impegno n. 1 risultano idonei a rimuovere le condotte escludenti di Poste Italiane contestate in avvio.

56. Si rileva, infatti, che Selecta e Poste hanno concluso l'accordo di rimodulazione del debito e che Selecta stessa ha dichiarato che *«lo stesso ha avuto piena efficacia in data 18 gennaio 2012 e, da tale data, sono cessati i pagamenti contestuali a favore di Poste Italiane per le affrancature giornaliere»*²⁸.

57. Con riguardo, invece, agli aspetti relativi al più generale assetto di mercato, l'istruttoria svolta e gli elementi emersi nell'ambito del *market test* hanno evidenziato:

- a) una generale difficoltà, per gli intermediari, di effettuare i pagamenti per i debiti di affrancatura dei propri clienti/mittenti nei confronti di Poste Italiane;
- b) la necessità di evitare che Postel, società controllata da Poste Italiane, riceva da quest'ultima un trattamento di favore in relazione alle modalità di finanziamento.

58. L'impegno n. 1, che allunga i termini di pagamento portandoli da 60 a 90 gg., mira a superare la prima criticità. In quest'ottica l'impegno, rispetto alla prima formulazione sottoposta al mercato, è stato integrato tenendo conto degli esiti del *market test*, prevedendo:

- la sua applicabilità anche ai contratti in corso;
- la possibilità di ridurre il costo della fideiussione.

59. In particolare, con riferimento a quest'ultimo aspetto, rispondendo alle preoccupazioni emerse nel *market test*, Poste ha reso maggiormente efficace l'impegno consentendo, su richiesta e a determinate condizioni legate al *rating* del cliente/mittente, una riduzione della garanzia integrativa.

60. Tale riduzione è legata ad elementi oggettivi e non è quindi lasciata nella disponibilità di Poste.

61. Deve sottolinearsi, inoltre, che la possibilità di allungare i termini di pagamento è facoltativa, così come la possibilità di ottenere una riduzione dell'importo della fideiussione integrativa in relazione al *rating* del cliente mittente. Ciò sembra consentire una piena tutela degli intermediari che volessero effettuare i pagamenti dei debiti di affrancatura in minor tempo e/o non volessero beneficiare della possibilità di riduzione della fideiussione.

²⁸ Cfr. doc. 227, p. 1.

62. L'impegno n. 2, invece, affronta entrambi i profili relativi ai possibili vantaggi di Postel e alle difficoltà di pagamento dei debiti di affrancatura riscontrate dall'intermediario.

È previsto, infatti, in primo luogo, un contratto tipo e un impegno di Poste a non applicare agli intermediari diversi da Postel condizioni meno favorevoli.

63. In secondo luogo, Poste, alla luce delle osservazioni emerse durante il *market test*, ha integrato l'impegno rendendo più flessibili, per gli intermediari, le possibilità di accesso alla posta massiva e prevedendo una tipologia contrattuale che, affiancandosi a quella standard, dovrebbe consentire che l'obbligo di pagamento dei debiti di affrancatura si incardini direttamente in capo ai clienti mittenti senza gravare sugli intermediari.

64. Ciò consentirà una maggiore libertà per quegli intermediari che, avendo clienti in grado di inviare almeno 1.500.000 lettere all'anno, non dovranno più far fronte all'anticipazione degli importi per i debiti di affrancatura né saranno costretti a chiedere ai propri clienti la garanzia intermediario-cliente che, come si è visto, copre il rischio di mancato pagamento dei debiti di affrancatura del cliente nei confronti di Poste.

65. Permane esclusivamente una garanzia intermediario-Poste che è volta a coprire esclusivamente i rischi di inadempimento degli obblighi di rendicontazione dell'intermediario. Come tale, la garanzia sarà di importo sensibilmente inferiore e sarà commisurata al valore mensile del fatturato generato dal cliente mittente. La stessa, inoltre, potrà essere escussa da Poste solo per inadempimento degli obblighi di rendicontazione e non più per inadempimento degli obblighi di pagamento delle affrancature.

La facoltatività, per l'intermediario, di aderire a questa tipologia contrattuale o a quella standard consente una maggior flessibilità nei rapporti contrattuali.

66. L'impegno n. 3 affronta i rischi di effetti escludenti derivanti dai rapporti finanziari tra Poste e Postel, società appartenenti al medesimo gruppo Poste Italiane.

In particolare, si è previsto che Poste determini il tasso da applicare all'affidamento su conto corrente intersocietario concesso a Postel, sulla base di condizioni di mercato.

67. La misura è idonea a ridurre i rischi di condotte escludenti di Poste Italiane in quanto lega i criteri di finanziamento a parametri verificabili. Tale impegno appare proporzionato e strettamente connesso agli impegni n. 1 e 2 in quanto, qualora non fossero garantite modalità di finanziamento trasparenti da parte di Poste Italiane, quest'ultima potrebbe utilizzare le proprie risorse finanziarie per agevolare comportamenti anticompetitivi di Postel al fine di escludere gli altri operatori, rendendo pertanto inefficaci le misure proposte negli impegni n. 1 e 2.

68. In conclusione, l'Autorità ritiene che gli impegni presentati da Poste siano idonei a rimuovere i profili anticoncorrenziali evidenziati in avvio. Gli stessi, infatti, da un lato, riducono il rischio di discriminazione tra Postel e gli altri intermediari, dall'altro, rendono più efficienti ed elastici i rapporti tra Poste e gli intermediari stessi nell'ambito della fornitura del servizio di posta massiva.

69. L'Autorità vigilerà sull'esecuzione degli impegni ai fini e per gli effetti di quanto previsto dall'art. 14-ter, comma 1, della legge n. 287/90. A tal fine, la società Poste Italiane S.p.A. dovrà presentare all'Autorità una relazione nella quale illustrerà le modalità di attuazione degli impegni assunti e resi obbligatori con il presente provvedimento.

RITENUTO che gli impegni presentati da Poste Italiane, da ultimo in data 25 gennaio 2012, sono tali da far venire meno i profili anticoncorrenziali oggetto dell'istruttoria;

RITENUTO di disporre l'obbligatorietà dei suddetti impegni nei confronti di Poste Italiane, ai sensi dell'art. 14-ter, comma 1, della legge n. 287/90;

RITENUTO, pertanto, di poter chiudere il procedimento nei confronti di Poste Italiane, senza accertare l'infrazione ai sensi dell'art. 14-ter della legge citata;

DELIBERA

a) di rendere obbligatori gli impegni ai sensi dell'art. 14-ter, comma 1, della legge n. 287/90 nei confronti di Poste Italiane S.p.A. nei termini sopra descritti e allegati al presente provvedimento di cui fanno parte integrante;

b) di chiudere il procedimento nei confronti di Poste Italiane S.p.A. senza accertare l'infrazione ai sensi dell'art. 14-ter, comma 1, della legge n. 287/90;

c) che Poste Italiane S.p.A., entro sessanta giorni decorrenti dalla notifica del presente procedimento, informi l'Autorità sulle modalità di attuazione degli impegni. Successivamente, Poste Italiane S.p.A. dovrà inviare tempestivamente e progressivamente una dettagliata informativa sulle modalità con le quali sarà adottato, nel rispetto della tempistica prevista nel presente provvedimento, ciascun impegno sopra indicato.

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

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

IL SEGRETARIO GENERALE

Roberto Chieppa

IL PRESIDENTE

Giovanni Pitruzzella

OPERAZIONI DI CONCENTRAZIONE

C11455 - OLYMPUS BIDCO/ORANGE COMMUNICATIONS

Provvedimento n. 23398

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 14 marzo 2012;

SENTITO il Relatore Professore Carla Bedogni Rabitti;

VISTA la legge 10 ottobre 1990, n. 287;

VISTO l'atto della società Apax Partners LLP pervenuto in data 18 gennaio 2012;

VISTA la richiesta di parere all'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, inviata in data 7 febbraio 2012 ai sensi dell'articolo 1, comma 6, lettera c), n. 11, della legge 31 luglio 1997, n. 249;

VISTO il parere dell'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, pervenuto in data 9 marzo 2012 ai sensi dell'articolo 1, comma 6, lettera c), n. 11, della legge 31 luglio 1997, n. 249;

CONSIDERATO quanto segue:

I. LE PARTI

Apax Partners LLP (di seguito, AP) è una società di diritto inglese posta al vertice di un gruppo attivo nella gestione di investimenti e nella consulenza all'investimento a favore di fondi di *private equity*. Il gruppo concentra la sua attività principalmente in Europa.

Nella presente operazione AP opera per il tramite del fondo Apax Europe VII. AP non è controllata da alcuna società o ente né persona fisica.

Nel 2010 il gruppo AP ha realizzato un fatturato di [10-20]¹ miliardi di euro a livello mondiale, di cui [5-6] miliardi di euro per vendite nell'Unione Europea, e circa [700-1.000] milioni di euro per vendite in Italia.

Orange Communications S.A. (di seguito, Orange) è una società per azioni di diritto svizzero che fornisce servizi di telecomunicazioni, indirettamente controllata da Atlas Services Belgium S.A., a sua volta interamente controllata da France Telecom S.A. (di seguito, France Telecom). Orange opera prevalentemente in Svizzera e in Liechtenstein nell'area della telefonia mobile a clientela residenziale e c.d. *business*. La società è altresì attiva in Svizzera nella fornitura di servizi di telefonia fissa, internet e TV.

Nel 2010 Orange ha realizzato un fatturato di circa 938 milioni di euro a livello mondiale, di cui circa [inferiore a 47] milioni di euro per vendite nell'Unione Europea, e circa [1-10] milioni di euro per vendite in Italia.

¹ 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 ha per oggetto l'acquisizione da parte di AP, attraverso la società veicolo Olympus Bidco S.A., del controllo esclusivo di Orange e, indirettamente, delle due società da quest'ultima controllate, Orange Network S.A., con sede in Svizzera e Orange (Liechtenstein) AG con sede in Liechtenstein.

Le parti hanno sottoscritto un contratto di compravendita azionaria che prevede la cessione di tutte le azioni di Orange da Atlas Services Belgium a Olympus Bidco S.A. a fronte di un corrispettivo da determinarsi. Alla realizzazione dell'operazione, Olympus Bidco S.A. acquisirà tutte le azioni di Orange che pertanto diventerà una società controllata interamente da Olympus Bidco S.A. e, indirettamente, da AP.

Nell'ambito dell'operazione è previsto un patto di non concorrenza e non sollecitazione in base al quale France Telecom si impegna a:

- non intraprendere, senza il preventivo consenso dell'acquirente, per un periodo di due anni dalla data del *closing*, attività di offerta diretta di servizi di comunicazione mobile o a banda larga ai clienti finali o alle piccole-medie imprese in Svizzera o in Liechtenstein;
- non persuadere qualsiasi impiegato di una società del gruppo France Telecom a risolvere il proprio rapporto di lavoro con Orange, Orange Network S.A. e Orange (Liechtenstein) AG, o assumere o coinvolgere detti impiegati entro sei mesi dalla effettiva risoluzione del loro rapporto con Orange, Orange Network S.A. e Orange (Liechtenstein) AG, fatto salvo quanto previsto con l'acquirente, per un periodo di un anno dalla data del *closing*;
- senza pregiudizio di quanto indicato al primo punto, per un periodo di due anni dalla data del *closing*, a non avere a che fare con clientela in Svizzera o in Liechtenstein, né con qualsiasi persona che è cliente di Orange, Orange Network S.A. o Orange (Liechtenstein) AG alla data del *closing*, se il tipo di beni o servizi con riferimento ai quali il cliente è sollecitato è stato fornito a detto cliente da una tra Orange, Orange Network S.A. o Orange (Liechtenstein) AG.

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 stessa legge, in quanto il fatturato totale realizzato nell'ultimo esercizio a livello nazionale dall'insieme delle imprese interessate è stato superiore a 468 milioni di euro.

Il patto di non concorrenza e di non sollecitazione sottoscritto dalle parti può essere ritenuto direttamente connesso e necessario alla realizzazione dell'operazione di concentrazione in esame, in quanto funzionale alla salvaguardia del valore dell'impresa acquisita².

² Cfr. Comunicazione della Commissione sulle restrizioni direttamente connesse e necessarie alle concentrazioni, 2005/C 56/03, pubblicata sulla Gazzetta Ufficiale dell'Unione Europea del 5/3/2005.

IV. VALUTAZIONE DELL'OPERAZIONE

L'operazione comunicata interessa il mercato dei servizi di comunicazione mobile. I servizi di comunicazione mobile consentono all'utente, attraverso l'utilizzo di tecnologie *wireless*, di soddisfare le proprie esigenze di comunicazione in movimento prescindendo dall'utilizzo di una apparecchiatura situata in un punto terminale della rete telefonica fissa. Il mercato dei servizi di comunicazione mobile, dalla sua nascita ad oggi, si è arricchito di numerosi servizi, aggiungendo alla comunicazione vocale anche servizi dati e video. La gamma sempre più ampia dei servizi offerti ha trovato la sua origine in una continua evoluzione delle tecnologie, riguardanti tanto le reti a tecnologia GSM, con l'introduzione del GPRS e dell'EDGE, quanto quelle a tecnologia UMTS.

Si osserva che potrebbero configurarsi distinti mercati del prodotto in relazione alla tipologia del servizio offerto, alla tecnologia sottostante e alla diversa clientela (residenziale e *business*) cui il servizio è rivolto. Tuttavia, ai fini della presente analisi non appare necessario giungere ad una più precisa definizione del mercato. Dal punto di vista geografico il mercato rilevante appare coincidere col territorio nazionale.

AP non è attiva sul mercato italiano dei servizi di comunicazione mobile – sul quale operano qualificati operatori quali Telecom Italia, Vodafone, Wind e H3G – mentre il fatturato di Orange in Italia è generato esclusivamente dalla clientela mobile di operatori italiani che si trovano in Svizzera e che utilizzano la rete Orange per le chiamate in uscita.

Alla luce di quanto precede, dunque, la presente operazione non appare idonea a determinare la costituzione o il rafforzamento di una posizione dominante nel mercato rilevante tale da eliminare o ridurre in modo sostanziale e durevole la concorrenza.

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

Con atto pervenuto in data 9 marzo 2012, ai sensi dell'articolo 1, comma 6, lettera c), n. 11, della legge 31 luglio 1997, n. 249, l'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni ha espresso parere favorevole allo schema di provvedimento dell'Autorità, in cui si rileva che la concentrazione in esame non è suscettibile di determinare, ai sensi dell'articolo 6, comma 1, della legge n. 287/90, la costituzione di una posizione dominante sul mercato interessato, tale da eliminare o ridurre in modo sostanziale e durevole la concorrenza.

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

DELIBERA

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

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

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

IL SEGRETARIO GENERALE

Roberto Chieppa

IL PRESIDENTE

Giovanni Pitruzzella

C11514 - SERVIZI ITALIA/RAMO DI AZIENDA DI RA.SE.CO.*Provvedimento n. 23401*

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 14 marzo 2012;

SENTITO il Relatore Professore Carla Bedogni Rabitti;

VISTA la legge 10 ottobre 1990, n. 287;

VISTA la comunicazione della società Servizi Italia S.p.A., pervenuta in data 21 febbraio 2012;

CONSIDERATO quanto segue:

I. LE PARTI

Servizi Italia S.p.A. (di seguito, SI) è una società quotata sul segmento STAR di Borsa Italiana attiva nel settore dei servizi integrati di noleggio, lavaggio e sterilizzazione di articoli tessili e strumentario chirurgico a favore di strutture socio-assistenziali ed ospedaliere pubbliche e private. In particolare, SI eroga servizi classificabili nelle seguenti aree di *business*: 1) servizi di lavanolo; 2) servizi di sterilizzazione biancheria; 3) servizi di sterilizzazione di strumentario chirurgico.

SI è controllata da Aurum S.p.A., che ne detiene il 55,59% del capitale sociale. Aurum S.p.A. è sua volta interamente controllata da Coopservice Società Cooperativa p.a. (di seguito, Coopservice), *holding* industriale a capo dell'omonimo gruppo (di seguito, gruppo Coopservice).

Nel 2010, il gruppo Coopservice ha realizzato, interamente in Italia, un fatturato consolidato pari a circa [468-700]¹ milioni di euro.

Oggetto di acquisizione è un ramo d'azienda di proprietà della società RA.SE.CO. S.r.l. (di seguito, Raseco), società attiva nella fornitura di (i) pellicole radiografiche e (ii) servizi di sterilizzazione di strumentari chirurgici. In quest'ultimo settore di attività, e in particolare nelle regioni del Nord-Ovest (Piemonte e Lombardia), opera il ramo d'azienda in esame.

II. DESCRIZIONE DELL'OPERAZIONE

L'operazione in esame consiste nell'acquisizione, da parte di SI, del ramo d'azienda di Raseco dedicato all'offerta di servizi di sterilizzazione di strumentario chirurgico.

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 468 milioni di euro.

IV. VALUTAZIONE DELLA CONCENTRAZIONE

Il mercato interessato dalla presente operazione è quello cd. *Laundering and Sterilization*², la cui attività ha ad oggetto principalmente i) il noleggio e lavaggio di biancheria piana, confezionata e materasseria (cd. lavanolo), ii) la sterilizzazione della biancheria che viene utilizzata nei reparti operatori dei presidi ospedalieri e iii) la sterilizzazione dei set chirurgici.

Dal punto di vista della domanda, essa è principalmente rivolta ai servizi di lavanolo (86%), ed in subordine ai servizi di sterilizzazione biancheria (10%) e sterilizzazione di strumentario chirurgico (4%). Considerato che tali ultimi segmenti appaiono del tutto residuali e complementari al servizio di lavanolo, si potrebbe identificare un unico mercato rilevante dei servizi di *Laundering and Sterilization*. Infatti, i maggiori operatori del mercato offrono l'insieme dei servizi sopra identificati, anche in ragione del fatto che tali servizi sono spesso richiesti dal cliente mediante un unico bando di gara.

Nel caso in esame, considerata la categoria di clienti a cui si rivolgono principalmente i servizi prestati dalle parti, si potrebbe affermare che l'operazione interessi principalmente i servizi *Laundering and Sterilization* rivolti al settore sanitario. Tuttavia, dato lo scarso impatto concorrenziale della presente operazione non è necessario arrivare ad una precisa definizione del mercato del prodotto.

Sotto il profilo geografico, il mercato in esame è stato considerato di dimensione nazionale in considerazione della necessità per gli operatori di disporre di una struttura in grado di servire la clientela dislocata su tutto il territorio nazionale³ e in ragione del fatto che nel mercato le commesse si aggiudicano principalmente attraverso la partecipazione a gare ad evidenza pubblica (i bandi di gara si rivolgono potenzialmente a tutti gli operatori presenti sul territorio nazionale), mentre solo una parte è affidata mediante trattativa privata. Tuttavia, la domanda proviene da strutture locali e si riferisce alla prestazione di servizi in ambito locale. Inoltre, sembrerebbe che la maggior parte delle imprese attive in questo mercato svolga, di fatto, la propria attività in ambiti territoriali non troppo distanti dal luogo in cui si trovano gli stabilimenti produttivi, ritenendo importante la localizzazione degli stessi ai fini dell'aggiudicazione delle gare. In considerazione di ciò e dell'importanza attribuita dalle imprese al risparmio dei costi di trasporto (che sembrerebbero incidere nella misura del 7% nella struttura dei costi dei servizi di *Laundering and Sterilization*), si potrebbe ritenere che il contesto geografico di riferimento per lo svolgimento di tali attività sia circoscritto ad un ambito territoriale più ristretto di quello nazionale, e coincidente con delle macroaree, a carattere pluriregionale⁴. In ogni caso, si ritiene opportuno lasciare aperta la definizione del mercato, in quanto anche nella ipotesi più restrittiva, limitata alle sole Regioni Piemonte e Lombardia considerate separatamente, l'operazione non solleva problemi di natura concorrenziale.

Infatti, a livello nazionale, considerata la quota detenuta da SI nel mercato del *Laundering and Sterilization*, pari a circa il [10-15%], e la quota trascurabile detenuta dal ramo d'azienda oggetto

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

² Cfr., tra gli altri, provv. n. 17249 del 21 agosto 2007, C8711 – *Manutencoop Facility Management/Servizi Ospedalieri*, in Boll. n. 32/07.

³ Cfr. C8711, già cit..

⁴ Cfr. C8711, già cit..

di acquisizione, inferiore all'1%, si ritiene che l'operazione in esame non sia in grado di modificare gli assetti concorrenziali esistenti.

Anche considerando il segmento costituito dai soli servizi di *Laundrying and Sterilization* rivolti al settore sanità, si ritiene che l'operazione non abbia un impatto apprezzabile in tale ambito, in cui la quota detenuta da SI si attesta intorno a circa il [25-30%], a fronte di una quota inferiore all'1% detenuta dal ramo d'azienda di Raseco, nonché della presenza di numerosi operatori, alcuni dei quali con quote di un certo rilievo, e del fatto che si tratta di un segmento in forte crescita in ragione della propensione delle aziende sanitarie e delle aziende ospedaliere ad esternalizzare i servizi di lavanolo, sterilizzazione biancheria e strumentario chirurgico.

La valutazione concorrenziale dell'operazione non muta neanche avendo riguardo al segmento costituito dai soli servizi di *Laundrying and Sterilization* rivolti al settore sanità e ad un ambito geografico ristretto alle regioni Piemonte e Lombardia, nelle quali opera il ramo d'azienda oggetto di acquisizione.

Infatti, in entrambe le Regioni SI e il ramo d'azienda di Raseco già offrono congiuntamente i servizi di lavanolo attraverso ATI, alle quali è attribuibile, per quanto riguarda il Piemonte, una quota pari a [15-20%], mentre è attribuibile una quota pari a [5-10%] con riferimento alla Lombardia, regione nella quale, peraltro, l'ATI è composta da Raseco, SI e altri soggetti. Nei mercati considerati sono comunque presenti numerosi e qualificati concorrenti.

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

RITENUTO, pertanto, che l'operazione comunicata 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 e delle Infrastrutture e dei Trasporti.

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

IL SEGRETARIO GENERALE
Roberto Chieppa

IL PRESIDENTE
Giovanni Pitruzzella

C11515 - GF DISTRIBUZIONE/NUOVA SAFA

Provvedimento n. 23402

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 14 marzo 2012;

SENTITO il Relatore Dottor Salvatore Rebecchini;

VISTA la legge 10 ottobre 1990, n. 287;

VISTA la comunicazione della società Nuova Safa S.r.l., pervenuta in data 22 febbraio 2012;

CONSIDERATO quanto segue:

I. LE PARTI

GF Distribuzione S.r.l. (di seguito, GF DISTRIBUZIONE) è una società, appartenente al gruppo GF Group S.p.A. (di seguito, GF GROUP), attiva prevalentemente nella distribuzione commerciale di frutta.

Il fatturato realizzato da GF GROUP nel 2010 è stato di circa 1 miliardo di euro, di cui 900 milioni di euro circa nell'Unione Europea e 50 milioni di euro circa in Italia.

NUOVA SAFA S.r.l. (di seguito, NUOVA SAFA) è una società costituita in data 30 dicembre 2010, controllata da una persona fisica, attiva nella distribuzione all'ingrosso di prodotti ortofrutticoli.

NUOVA SAFA ha acquisito, in data 3 ottobre 2011, un ramo d'azienda relativo all'attività di commercializzazione di prodotti ortofrutticoli che, nel 2010, ha realizzato esclusivamente in Italia, un fatturato di circa 3 milioni di euro.

II. DESCRIZIONE DELL'OPERAZIONE

L'operazione in esame consiste nell'acquisizione della totalità del capitale societario di NUOVA SAFA da parte di GF DISTRIBUZIONE.

III. QUALIFICAZIONE DELL'OPERAZIONE

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

Essa rientra nell'ambito di applicazione della legge n. 287/90, non ricorrendo le condizioni di cui all'articolo 1 del Regolamento CE n. 139/04, ed è soggetta all'obbligo di comunicazione preventiva disposto dall'articolo 16, comma 1, della medesima legge, in quanto il fatturato totale realizzato nell'ultimo esercizio a livello nazionale dall'insieme delle imprese interessate è stato superiore a 468 milioni di euro.

IV. VALUTAZIONE DELLA CONCENTRAZIONE***Il mercato del prodotto***

L'operazione interessa il settore della distribuzione e vendita all'ingrosso di prodotti ortofrutticoli.

Secondo gli orientamenti espressi sia dalla Commissione¹ che dall'Autorità², ai fini dell'individuazione dei mercati nell'ambito di tale settore devono distinguersi le seguenti diverse aree di attività: i) produzione ed importazione, attraverso la quale produttori e/o importatori forniscono prodotti ortofrutticoli freschi e servizi accessori ai commercianti all'ingrosso e alle imprese della GDO; ii) vendita all'ingrosso, attraverso la quale i maggiori commercianti all'ingrosso forniscono prodotti ortofrutticoli freschi e servizi accessori ai grossisti di minori dimensioni, ai commercianti al dettaglio e alle società di servizi alimentari³.

Tenuto conto dell'attività svolta dall'impresa oggetto di acquisizione la seconda area di attività - relativa alla vendita all'ingrosso di prodotti ortofrutticoli - costituisce il mercato direttamente interessato dalla presente operazione.

Esso identifica un unico mercato dal punto di vista del prodotto, in quanto l'oggetto delle transazioni che avvengono tra grossisti e distributori finali è, generalmente, il paniere di prodotti.

Sotto il profilo merceologico, il mercato rilevante è costituito, pertanto, dall'attività di vendita all'ingrosso di prodotti ortofrutticoli.

Il mercato geografico

Il mercato della vendita all'ingrosso di prodotti ortofrutticoli, da un punto di vista geografico, ha una dimensione essenzialmente locale, in considerazione dei comportamenti di acquisto delle controparti contrattuali dei grossisti di frutta e verdura, nonché dell'importanza attribuita alla prossimità dei centri di distribuzione e dei punti vendita⁴. Pertanto, considerato che NUOVA SAFA opera esclusivamente in provincia di Pescara, l'ambito geografico del mercato può essere, in prima approssimazione, circoscritto al territorio della regione Abruzzo.

Effetti dell'operazione

La società oggetto di acquisizione NUOVA SAFA opera nel mercato rilevante, quale distributore all'ingrosso di prodotti ortofrutticoli nella regione Abruzzo, con una quota di mercato pari al 3,5%. In tale ambito geografico opera anche l'acquirente GF DISTRIBUZIONE, titolare anch'essa di una quota di mercato stimabile in circa il 3,5%.

Il mercato rilevante risulta caratterizzato dalla presenza di numerosi concorrenti, attivi nella distribuzione all'ingrosso dei prodotti in questione, con quote oscillanti tra il 10% e il 20%.

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.

¹ Cfr. decisione della Commissione del 27 Aprile 1999, caso COMP/M.1409 *Fyffes/Capespan*; decisione della Commissione del 30 Maggio 2006, caso COMP/M.4216 CVC/DE *Weide Blik/Bocchi*.

² Cfr. provv. n. 20944 del 24 marzo 2010 C10506 – *Fruttital Distribuzione Holding/Nuova Banfrutta*, in Boll. n. 12/10; Provv. n. 18497 del 12 giugno 2008 C9379 – *Fruttital Distribuzione Holding/Ratto G.B. e Fratelli*, in Boll. n. 23/08.

³ Nell'ambito della prima area di attività, potrebbero identificarsi diversi mercati, ciascuno dei quali composto da uno o più prodotti. Al riguardo, la Commissione ha sempre lasciato aperta la definizione di mercato, salvo che per la produzione ed importazione di banane, sicuramente caratterizzata da un quadro regolamentare, una struttura dell'offerta e una struttura delle preferenze dei consumatori significativamente diversi dagli altri prodotti.

⁴ Cfr. provv. C10506 cit.; provv. C9379 cit..

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

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

IL SEGRETARIO GENERALE

Roberto Chieppa

IL PRESIDENTE

Giovanni Pitruzzella

C11517 - ROBERT BOSCH/EISAI MACHINERY CO.-EISAI MACHINERY U.S.A.-EISAI MACHINERY*Provvedimento n. 23403*

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 14 marzo 2012;

SENTITO il Relatore Professore Carla Bedogni Rabitti;

VISTA la legge 10 ottobre 1990, n. 287;

VISTO l'atto della società Robert Bosch GmbH, pervenuto in data 23 febbraio 2012;

CONSIDERATO quanto segue:

I. LE PARTI

Robert Bosch GmbH (di seguito, Bosch) è una società di diritto tedesco a capo dell'omonimo gruppo attivo a livello mondiale nei settori (i) della fornitura di componenti e macchinari utilizzati nel settore automobilistico, (ii) della produzione e distribuzione di elettrodomestici ed elettrotrattensili per *hobby*, fai-da-te e giardinaggio, (iii) della produzione e distribuzione di sistemi di automazione industriale, (iv) degli elettrotrattensili per l'artigianato e l'industria, (v) dei sistemi di sicurezza e di imballaggio.

Il principale azionista di Bosch è Robert Bosch Stiftung GmbH, una fondazione di pubblica utilità, che attualmente detiene il 92% del capitale sociale di Bosch. La famiglia Bosch ha il 7,4% delle azioni mentre il restante 0,6% del capitale sociale è detenuto da Robert Bosch Industrietreuhand KG.

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

Eisai Machinery Co. Ltd. (di seguito, EMC), Eisai Machinery U.S.A. Inc. (di seguito, EMU) ed Eisai Machinery GmbH (di seguito, EMG) (di seguito anche, congiuntamente, la Target) sono tre società rispettivamente di diritto giapponese, statunitense (costituita secondo le leggi del Delaware) e tedesco attive nella (i) produzione e commercializzazione di macchine di ispezione di prodotti farmaceutici, (ii) commercializzazione di macchine di imballaggio di prodotti farmaceutici e (iii) commercializzazione di materiali di imballaggio di prodotti farmaceutici. In particolare, EMC è attiva in tutte le suddette attività. EMC non produce le macchine di imballaggio di prodotti farmaceutici, ma le acquista da Bosch per rivenderle successivamente in Giappone. Analogamente, EMC non produce i materiali di imballaggio di prodotti farmaceutici, ma si limita a rivenderli in base alle richieste dei propri clienti giapponesi. EMU è attiva in America del nord e del sud e in Irlanda nella commercializzazione di macchine di ispezione di prodotti farmaceutici (soprattutto di marca EMC). EMG è attiva in Europa, Medio Oriente e Africa nella commercializzazione di macchine di ispezione di prodotti farmaceutici prodotte da EMC. Vende in particolare le macchine per l'ispezione di liquidi. Fornisce anche assistenza post-vendita, ricambi, servizi di installazione e validazione direttamente ai clienti.

EMC, EMU e EMG sono controllate dalla società di diritto giapponese Eisai Co. Ltd. (di seguito, Eisai).

Nel 2010 il fatturato realizzato a livello mondiale dalla Target è stato di circa 65,4 milioni di euro, di cui circa 5,7 milioni di euro realizzati nell'Unione Europea; nel 2010 la Target non ha realizzato alcun fatturato in Italia¹.

II. DESCRIZIONE DELL'OPERAZIONE

L'operazione in esame consiste nell'acquisizione da parte di Bosch dell'intero capitale sociale di EMC, EMG e EMU.

Ai sensi del Contratto di Compravendita, il venditore si impegna, dalla data del *closing*, a non svolgere o a non impegnarsi a svolgere, direttamente o indirettamente, come principale o in proprio, da solo o con altri, o in qualità di azionista o di titolare di un interesse in un'altra entità, alcun *business* od attività che operi in concorrenza con il *business* oggetto del contratto. Ai sensi di un emendamento al Contratto di Compravendita, la durata di tale clausola, originariamente estesa ad 8 anni, è stata limitata a 3 anni.

III. QUALIFICAZIONE DELL'OPERAZIONE

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

Essa rientra nell'ambito di applicazione della legge n. 287/90, non ricorrendo le condizioni di cui all'articolo 1 del Regolamento CE n. 139/04, ed è soggetta all'obbligo di comunicazione preventiva disposto dall'articolo 16, comma 1, della medesima legge, in quanto il fatturato totale realizzato nell'ultimo esercizio a livello nazionale dall'insieme delle imprese interessate è stato superiore a 468 milioni di euro.

Il patto di non concorrenza sottoscritto dalle parti e descritto nel paragrafo precedente può essere ritenuto direttamente connesso e necessario alla realizzazione dell'operazione di concentrazione in esame, in quanto funzionale alla salvaguardia del valore delle imprese acquisite, a condizione che esso sia limitato geograficamente all'area d'attività delle imprese acquisite e non impedisca al venditore di acquistare o detenere azioni a soli fini di investimento finanziario².

IV. VALUTAZIONE DELLA CONCENTRAZIONE

I mercati rilevanti

In considerazione dell'attività svolta dalla Target, l'operazione interessa i seguenti mercati: (i) produzione e commercializzazione di macchine di ispezione; (ii) commercializzazione di macchine di imballaggio; (iii) commercializzazione di materiali di imballaggio.

(i) Produzione e commercializzazione di macchine di ispezione

Le macchine di ispezione servono a cercare e rilevare particelle con difetti funzionali ed estetici nei contenitori di prodotti farmaceutici, alimentari o bevande. L'ispezione visiva dei contenitori di

¹ Nel 2009 tuttavia la Target ha realizzato in Italia un fatturato pari a circa 1,3 milioni di euro.

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

prodotti farmaceutici è un processo importante nella fabbricazione di prodotti farmaceutici liquidi e liofilizzati (parenterali), poiché qualsiasi difetto può compromettere l'efficacia del farmaco.

Esiste una vasta gamma di macchine di ispezione che si differenziano tra loro, in primo luogo, per le modalità di funzionamento (semiautomatiche/automatiche). Le macchine automatiche e semiautomatiche sono tuttavia identiche in tutti gli aspetti essenziali (procedura e meccanismi) per cui non sarebbe giustificato considerarle come mercati separati. Le diverse modalità di funzionamento sono inoltre generalmente considerate dal cliente come intercambiabili.

In secondo luogo, le macchine di ispezione possono essere classificate in base alla dimensione dei prodotti da ispezionare e quindi in base alle dimensioni della macchina stessa. Trattandosi tuttavia di macchine con differenze tecniche del tutto marginali non sembra opportuno suddividere il mercato in attrezzature per l'ispezione di prodotti di medie dimensioni ed attrezzature per l'ispezione di prodotti di grandi dimensioni.

Infine, le macchine di ispezione possono variare a seconda del tipo di prodotto da ispezionare (alimenti, prodotti farmaceutici e bevande). Tuttavia, solo alcuni macchinari di ispezione sono utilizzati per il controllo di un unico prodotto. La maggior parte delle macchine può essere utilizzata per prodotti diversi, in linea con le esigenze dei consumatori.

Alla luce di tali considerazioni, le parti ritengono che il mercato del prodotto rilevante includa tutte le macchine di ispezione relative a tutti i processi e prodotti.

In merito al mercato geografico rilevante, ci sono forti segnali che fanno propendere per una definizione del mercato illustrato come di ampiezza mondiale. I più importanti operatori sul mercato offrono infatti i propri prodotti su scala mondiale. Inoltre, le barriere all'ingresso nei vari territori sono molto ridotte e vi sono pochissime differenze tecnologiche tra i prodotti commercializzati in tutto il mondo. In ogni caso, la definizione del mercato geografico può essere lasciata aperta, in quanto qualsiasi soluzione venga adottata la valutazione concorrenziale dell'operazione non muterebbe.

Nei mercati della (ii) commercializzazione di macchine di imballaggio e della (iii) commercializzazione di materiali di imballaggio, la cui estensione geografica è tendenzialmente nazionale, risulta attiva, nell'ambito della Target, la sola società EMC, la quale opera solo in Giappone. Nel seguito verrà pertanto considerato il solo mercato (i) della produzione e commercializzazione di macchine di ispezione.

Effetti dell'operazione

Nel mercato mondiale della produzione e commercializzazione di macchine di ispezione, la Target detiene una quota pari a [5-10%]³ circa, mentre Bosch detiene una quota pari a [1-5%] circa. A seguito dell'operazione, pertanto, Bosch verrà a detenere una quota pari a [5-10%] circa. Si rileva inoltre che a livello europeo la Target e Bosch detengono quote pari rispettivamente a [1-5%] circa e a [1-5%] circa, con una conseguente quota congiunta pari a [5-10%] circa. Inoltre, a livello nazionale la Target e Bosch detengono quote pari rispettivamente a [1-5%]⁴ circa e [inferiore all'1%], con una conseguente quota congiunta pari a [1-5%] circa.

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

⁴ La quota di mercato si riferisce all'anno 2009; nell'anno 2010 (e nell'anno 2011), infatti, le vendite realizzate a livello nazionale dalla Target nel mercato della produzione e commercializzazione di macchine di ispezione erano pari a zero (e la

In tale mercato sono presenti numerosi e qualificati concorrenti.

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

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

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

DELIBERA

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

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

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

IL SEGRETARIO GENERALE

Roberto Chieppa

IL PRESIDENTE

Giovanni Pitruzzella

C11520 - VALSECCHI/RAMO DI AZIENDA DI ACTOM*Provvedimento n. 23406*

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 14 marzo 2012;

SENTITO il Relatore Dottor Salvatore Rebecchini;

VISTA la legge 10 ottobre 1990, n. 287;

VISTA la comunicazione della società Aurelia S.r.l., pervenuta in data 23 febbraio 2012;

CONSIDERATO quanto segue:

I. LE PARTI

Aurelia S.r.l. (di seguito, Arl), di diritto italiano, è una società *holding* posta al vertice di un gruppo operante in diversi settori economici (concessioni autostradali, costruzioni, energia, autotrasporto); con riferimento al settore interessato dalla presente operazione, il gruppo Aurelia opera esclusivamente attraverso la società italiana Valsecchi S.r.l. (controllata attraverso la società Gavio S.p.A.), attiva nell'autotrasporto di rifiuti speciali.

Il capitale sociale di Arl risulta suddiviso tra cinque persone fisiche, in particolare riconducibili ad una medesima famiglia.

Il fatturato conseguito dal gruppo Aurelia nell'esercizio 2010 è stato complessivamente pari a 2,101 miliardi di euro, di cui 2,059 e 2,055 miliardi per vendite realizzate rispettivamente nell'Unione europea e in Italia.

Oggetto di acquisizione è un ramo d'azienda della società Actom S.r.l. (di seguito, Act) attiva nell'autotrasporto merci per conto terzi; in particolare, il ramo d'azienda in questione è costituito dal complesso di autorizzazioni, automezzi e personale necessari per operare nell'autotrasporto di rifiuti speciali.

Il capitale sociale di Act risulta suddiviso tra tre persone fisiche, in particolare riconducibili ad una medesima famiglia.

Il ramo d'azienda oggetto di acquisizione ha realizzato, nel corso del 2010 e interamente in Italia, un fatturato complessivamente pari a 0,9 milioni di euro.

II. DESCRIZIONE DELL'OPERAZIONE

L'operazione in esame riguarda l'acquisizione, da parte della società Valsecchi S.r.l. e quindi del gruppo Aurelia, del controllo del ramo d'azienda di Act descritto in precedenza mediante l'acquisto della relativa proprietà.

III. QUALIFICAZIONE DELL'OPERAZIONE

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

Essa rientra nell'ambito di applicazione della legge n. 287/90 non ricorrendo le condizioni di cui all'articolo 1 del Regolamento CE 139/04, ed è soggetta all'obbligo di comunicazione preventiva

disposto dall'articolo 16, comma 1, della medesima legge in quanto il fatturato totale realizzato, nell'ultimo esercizio a livello nazionale, dall'insieme delle imprese interessate è stato superiore a 468 milioni di euro.

IV. VALUTAZIONE DELLA CONCENTRAZIONE

Il mercato del prodotto e geografico

Da un punto vista merceologico, il settore interessato dall'operazione in esame è quello in cui opera il ramo d'azienda di Act oggetto di acquisizione, ossia la gestione dei rifiuti con particolare riferimento ai rifiuti speciali e all'attività di trasporto.

La gestione dei rifiuti, settore nel quale sono attive imprese pubbliche e private, comprende diverse attività (raccolta, trasporto, trattamento, smaltimento, recupero)¹. Secondo l'orientamento dell'Autorità, la gestione dei rifiuti solidi urbani (Rsu) e dei rifiuti assimilati (Rsa) costituisce un mercato del prodotto distinto dalla gestione dei rifiuti speciali (pericolosi e non), tenuto conto della tipologia di rifiuto e della sua titolarità e, in generale, della classificazione operata dal Decreto Legislativo n. 152/06 (cosiddetto Testo unico ambientale o Tua) in base all'origine dei rifiuti².

Con riferimento ai Rsu³ e Rsa, gli operatori della gestione dei rifiuti sono attivi all'interno di Ambiti territoriali ottimali (Ato) definiti dal piano regionale di gestione dei rifiuti, ai sensi del Tua. In ciascun ambito territoriale, la prestazione dei servizi di gestione dei Rsu e Rsa (nelle fasi di raccolta, trasporto e smaltimento) è effettuata in regime di monopolio locale (privativa comunale)⁴.

A differenza dei rifiuti urbani, dove la titolarità dei rifiuti durante l'intero ciclo rimane in capo all'Ente locale nel cui territorio i rifiuti sono stati prodotti, nel caso dei rifiuti speciali⁵ la titolarità è del soggetto cui è riferibile l'attività che li ha prodotti, e viene trasferita all'impresa che li prende in consegna.

Nel caso di specie, non appare necessario, dal punto di vista merceologico, statuire se le fasi di raccolta e trasporto siano distinguibili all'interno della più generale gestione dei rifiuti speciali.

¹ In generale, la fase finale del ciclo dei rifiuti può essere intesa al recupero o allo smaltimento degli stessi, sottendendo attività diverse. Nel primo caso, dai rifiuti opportunamente trattati può essere ricavata materia prima ovvero anche energia; nel secondo caso, si prevede lo smaltimento definitivo in discarica eventualmente preceduto da operazioni di trattamento (ad esempio trasformazione meccanica-biologica dei rifiuti per favorirne lo smaltimento finale).

² Cfr. provv. n. 23225 del 18 gennaio 2012, C11435 - *HERAMBIENTE/FERONIA*, in Boll. n. 3/12.

³ I rifiuti urbani sono quelli derivanti in particolare da utenze domestiche, dallo spazzamento delle strade e dalla vegetazione di aree verdi. I rifiuti urbani possono essere differenziati (di natura organica/umida o di natura secca) ovvero indifferenziati. Nel primo caso, essi possono essere avviati a impianti di recupero ai fini del loro riutilizzo, reimpiego e riciclaggio e ai fini della produzione di materia prima secondaria; nel secondo caso, invece, i rifiuti eventualmente trattati vengono conferiti in discarica per lo smaltimento finale.

⁴ Cfr. da ultimo AS879 in Bollettino n. 44/11.

In particolare, il sistema delineato dal Tua prevede l'affidamento dell'intero servizio integrato di gestione dei rifiuti urbani e assimilati ad un unico soggetto mediante l'espletamento di una gara ad evidenza pubblica. In quest'ottica, la concorrenza tra le imprese avviene per l'aggiudicazione del servizio da parte degli enti territoriali (diversamente, il disposto normativo ha lasciato aperte alla libera concorrenza, al di fuori della privativa comunale, le attività di recupero quali il trattamento e la valorizzazione).

Essendo la gara aperta a tutte le imprese che soddisfino i requisiti a prescindere dalla loro collocazione geografica, può ritenersi che il mercato abbia un'estensione geografica nazionale.

⁵ I rifiuti speciali sono quelli provenienti da attività agricole e agro-industriali, edili, industriali, artigianali, commerciali e di servizio nonché da attività sanitarie. Le discariche per rifiuti speciali sono classificate -a seconda della tipologia di rifiuto che accolgono- in discariche per inerti, discariche per rifiuti pericolosi e discariche per rifiuti non pericolosi.

Dal punto di vista geografico, i servizi di gestione in questione sono svolti in aree geografiche corrispondenti, anche considerando le propedeutiche attività di raccolta e trasporto, ai bacini serviti dall'impianto di lavorazione/smaltimento. A seconda della tipologia e della pericolosità dei rifiuti, nonché della tipologia degli impianti, tale area può estendersi anche all'intero territorio nazionale.

Nel caso in esame, considerata la dislocazione territoriale degli impianti di trattamento/smaltimento presso cui Act trasporta i rifiuti speciali, l'ambito geografico può essere circoscritto secondo le parti all'Italia Centro-Settentrionale, ovvero può essere ulteriormente ristretto alla sola regione Lombardia tenuto conto che ivi maggiormente si concentra l'attività di Act.

Effetti dell'operazione

Tanto al gruppo acquirente quanto al ramo d'azienda oggetto di acquisizione risulta difatti attribuibile, secondo stime delle parti, una percentuale trascurabile dei rifiuti speciali raccolti e trasportati nel Centro-Nord Italia, così come si verifica restringendo l'attenzione alla sola regione Lombardia (valori comunque sempre inferiori all'1%).

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

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

DELIBERA

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

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

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

IL SEGRETARIO GENERALE

Roberto Chieppa

IL PRESIDENTE

Giovanni Pitruzzella

C11521 - BENCOM/VIA VITTORIO DI MUGNAI STEFANIA & C.

Provvedimento n. 23407

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 14 marzo 2012;

SENTITO il Relatore Professore Carla Bedogni Rabitti;

VISTA la legge 10 ottobre 1990, n. 287;

VISTA la comunicazione della società Bencom S.r.l., pervenuta in data 23 febbraio 2012;

CONSIDERATO quanto segue:

I. LE PARTI

Bencom S.r.l. (di seguito, Bencom) è una società con sede in Ponzano Veneto (TV), interamente controllata da Benetton Group S.p.A.

Benetton Group S.p.A. e le società alla medesima facenti capo (assieme, il Gruppo Benetton) producono, fanno produrre e commercializzano articoli ed accessori per abbigliamento casual, abbigliamento sportivo e c.d. *street*, incluse calzature, contraddistinti dai marchi di proprietà, tra i quali "United Colors of Benetton", "Sisley", "012", "The Hip Site", "Killer Loop" e "Playlife". Il gruppo Benetton, infine, produce, fa produrre e commercializza *skateboards* e *snowboards* con il marchio "Killer Loop". La commercializzazione e la vendita dei prodotti ed accessori di abbigliamento avviene per il tramite di esercizi commerciali, allo stato per lo più di proprietà e gestione di terzi, specializzati nella vendita dei summenzionati prodotti e "ad immagine".

Nel 2010 il Gruppo Benetton ha realizzato a livello mondiale un fatturato consolidato di circa 2 miliardi di euro, di cui circa 1,6 miliardi di euro realizzati nell'Unione Europea e circa 931 milioni di euro in Italia.

Oggetto d'acquisizione è un ramo d'azienda di proprietà della società di Via Vittorio S.A.S. di Mugnai Stefania & C. (di seguito, VV) consistente nell'attività di vendita al dettaglio di generi non alimentari sito in Sanremo, Corso Matteotti n.97.

VV è una società principalmente attiva nella vendita al dettaglio di prodotti di abbigliamento e il suo capitale sociale è detenuto da tre persone fisiche.

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

II. DESCRIZIONE DELL'OPERAZIONE

L'operazione in esame riguarda l'acquisto da parte del Gruppo Benetton, per il tramite di Bencom, del ramo d'azienda citato, costituito dagli impianti e dagli arredi, dall'avviamento e dall'intestazione della comunicazione di vicinato nonché dal diritto di condurre in locazione l'immobile sopra individuato in forza del contratto di locazione stipulato fra il proprietario dell'immobile e VV. In particolare, Bencom subentrerà a VV nel contratto citato per un periodo di sei anni.

III. QUALIFICAZIONE DELL'OPERAZIONE

Come chiarito nella sentenza sul “caso Lidl”¹ e ribadito nel formulario relativo alla comunicazione di operazioni di concentrazione, non costituiscono concentrazioni le operazioni consistenti nell'acquisizione della sola licenza commerciale, laddove “*non sia impedita al cedente la continuazione dell'attività di impresa oggetto della licenza commerciale ceduta, neppure in base a disposizioni di natura pattizia o disposizioni adottate da enti locali.*” In particolare, possono non costituire concentrazioni le operazioni consistenti nella mera cessione di licenze commerciali per “esercizi di vicinato”, essendo stato abolito, per l'esercizio di tale attività, l'obbligo di ottenere una licenza commerciale.

Nel caso in esame si è in presenza di un'operazione consistente nella cessione di un punto vendita con subentro nella comunicazione di vicinato, tuttavia, si osserva che nel contratto di cessione stipulato fra le parti non è prevista alcuna specifica pattuizione che deroghi al divieto di concorrenza previsto a carico dell'alienante dall'art. 2557 c.c., nelle ipotesi di trasferimento di rami d'azienda. Pertanto, in assenza di tale previsione, la continuazione dell'attività d'impresa oggetto della comunicazione di vicinato, risulta comunque preclusa al cedente per un periodo di 5 anni dalla stipula del contratto stesso.

L'operazione comunicata comporta, dunque, l'acquisizione del controllo di parte di un'impresa e 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 468 milioni di euro.

IV. VALUTAZIONE DELLA CONCENTRAZIONE

Mercato del prodotto

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

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

Deve, tuttavia, osservarsi che i punti vendita di abbigliamento sono, ormai in misura significativa, negozi specializzati nella vendita di un unico marchio, i cosiddetti negozi “monomarca” (ad esempio “Max Mara”, “Stefanel”, “Replay”, “Mariella Burani”, “Max & Co.”), dove prevale il

¹ Cfr. Consiglio di Stato, VI, 31 marzo 2009, n. 1894, *Lidl Italia/Rami di azienda*.

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

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.

Il mercato geografico rilevante ai fini dell'operazione presenta dimensione provinciale, corrispondente alla provincia di Imperia.

Effetti dell'operazione

Nel 2010, la quota di mercato detenuta dal gruppo Benetton nella provincia di Imperia è stata pari a circa il [5-10%]². Si osserva, altresì, che nel mercato in esame sono presenti numerosi e qualificati concorrenti, tra i quali Stefanel, Motivi, Oviess e Max&Co.

Data l'entità della quota detenuta dal gruppo Benetton nella provincia citata e la trascurabile incidenza dell'acquisizione del controllo, da parte dello stesso, di un ulteriore ramo d'azienda, si ritiene che l'operazione di concentrazione comunicata non avrà effetti pregiudizievoli per la concorrenza nel mercato della distribuzione di capi di abbigliamento e accessori nella provincia di Imperia.

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

DELIBERA

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

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

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

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

IL SEGRETARIO GENERALE

Roberto Chieppa

IL PRESIDENTE

Giovanni Pitruzzella

C11522 - IMI FONDI CHIUSI SGR/SVAS BIOSANA*Provvedimento n. 23408*

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 14 marzo 2012;

SENTITO il Relatore Dottor Salvatore Rebecchini;

VISTA la legge 10 ottobre 1990, n. 287;

VISTA la comunicazione della società IMI FONDI CHIUSI SGR S.p.A., pervenuta in data 24 febbraio 2012;

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'articolo 16, comma 2, della legge n. 287/90, è pari a circa 66,3 miliardi di euro, di cui [50-60]¹ miliardi di euro realizzati in Italia.

Svas Biosana S.r.l. è una società attiva, anche tramite alcune società controllate, nella produzione e vendita di prodotti sanitari e per l'igiene personale, nonché nella rivendita di vari dispositivi medici. Svas Biosana è controllata da persone fisiche che ne detengono l'intero capitale sociale. Nel 2010, Svas Biosana ha realizzato un fatturato complessivo pari a [10-47] milioni di euro, quasi interamente a livello nazionale.

II. DESCRIZIONE DELL'OPERAZIONE

L'operazione comporta l'acquisizione da parte di IMI Fondi Chiusi di una partecipazione di minoranza nel capitale di Svas Biosana, pari al 20,5%, attraverso la sottoscrizione di un aumento di capitale, per il tramite del proprio Fondo di investimento mobiliare, Fondo Atlante Private Equity (di seguito il Fondo). Contestualmente a tale contratto di investimento, gli attuali soci di Svas Biosana (di seguito denominati anche Soci Industriali) ed IMI Fondi Chiusi hanno sottoscritto un patto parasociale in base al quale: *i*) Svas Biosana verrà trasformata in società per azioni; *ii*) il consiglio di amministrazione di Svas Biosana e delle sue controllate sarà composto da una maggioranza di consiglieri nominati dai Soci Industriali; *iii*) ai consiglieri designati dal Fondo sarà riconosciuto il potere di veto nell'adozione di delibere su materie rilevanti, quali l'approvazione del *budget*, le modifiche del *business plan*, le decisioni di investimento per ammontari superiori a 500.000 euro.

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

A seguito dell'operazione, entrerà in vigore tra gli azionisti il descritto patto parasociale che comporterà il controllo congiunto di Svas Biosana da parte dei Soci Industriali e del Fondo.

III. QUALIFICAZIONE DELL'OPERAZIONE

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

Essa rientra nell'ambito di applicazione della legge n. 287/90, non ricorrendo le condizioni di cui all'articolo 1 del Regolamento CE n. 139/04, ed è soggetta all'obbligo di comunicazione preventiva disposto dall'articolo 16, comma 1, della medesima legge, in quanto il fatturato totale realizzato nell'ultimo esercizio a livello nazionale dall'insieme delle imprese interessate è stato superiore a 468 milioni di euro.

IV. VALUTAZIONE DELLA CONCENTRAZIONE

I mercati del prodotto

L'operazione in esame interessa: *i*) la produzione e la commercializzazione di soluzioni infusionali (per endovena, per emofiltrazioni, per irrigazioni); *ii*) la produzione e la commercializzazione di prodotti per incontinenza per adulti; *iii*) la rivendita di siringhe, cateteri, deflussori, ecc.; *iv*) la produzione e la commercializzazione di prodotti per toletta.

I mercati geografici

Sulla base dei precedenti dell'Autorità e della Commissione europea, la dimensione geografica del mercato della produzione e commercializzazione di soluzioni infusionali può essere ritenuta nazionale in ragione della localizzazione delle imprese produttrici, che operano attraverso specifiche strutture produttive e distributive in ciascun paese, al fine di assicurare la tempestività delle forniture ai centri di cura². Lo stesso tipo di ragionamento può essere adottato per quanto riguarda la commercializzazione di dispositivi quali siringhe, cateteri, deflussori, dove i principali operatori si confrontano generalmente a livello nazionale³.

Nel caso dei prodotti per incontinenza per adulti, nelle recenti decisioni dell'Autorità si è ritenuto di poter estendere il mercato geografico fino alla Spazio Economico Europeo, in ragione delle modalità di produzione dei principali operatori, che dispongono di pochi stabilimenti a partire dai quali distribuiscono i prodotti sull'intero territorio europeo⁴.

Secondo la prassi dell'Autorità, i prodotti per toletta appartengono al più ampio mercato dei cosmetici, in quanto le imprese produttrici si caratterizzano per l'offerta di un'ampia gamma di prodotti, anche tra loro scarsamente sostituibili, che vengono commercializzati attraverso i canali della GDO⁵. In tale contesto, la dimensione geografica del mercato può ritenersi nazionale.

² Tra gli altri, provvedimento n. 21584 (C10732) *JOHNSON & JOHNSON/MICRUS ENDOVASCULAR*, del 15 settembre 2010.

³ Provvedimento n. 5602 (C2850) *BAXTER/CLARK*, del 22 dicembre 1997.

⁴ Da ultimo, provvedimento n. 22840 (C11243) *HYGIENE MEDICA/LILLE HEALTHCARE*, del 28 settembre 2011.

⁵ Da ultimo, provvedimento n. 22490 (C11068) *EUROPEAN FRAGRANCES/GARDENIA BEAUTY*, del 1° giugno 2011.

Effetti dell'operazione

Per quanto concerne la produzione e la commercializzazione di soluzioni infusionali, Svas Biosana, che offre prevalentemente soluzioni per endovena, nel 2010 aveva una quota di mercato stimata attorno al [1-5%], a fronte di concorrenti quali Baxter (con una quota stimata del [45-50%], Fresenius Kabi ([30-35%]), BBraun [15-20%]).

Per quanto riguarda la produzione e la commercializzazione di prodotti per incontinenza per adulti, secondo la stima fornita dalle parti, Svas Biosana aveva nel 2010 una quota inferiore all'1% nel mercato europeo, mentre a livello nazionale la sua quota era pari al [1-5%], a fronte di concorrenti quali SCA Hygiene Products, Fater, Santex e Artsana.

Con riferimento al mercato dei prodotti cosmetici, nel caso in esame, Svas Biosana produce e commercializza prodotti in cotone idrofilo (batuffoli e bastoncini) ed aveva una quota del [inferiore all'1%] del mercato nazionale, nel quale sono presenti soggetti quali Procter and Gamble ([10-15%]), Farmacotone ([1-5%]), Artsana (1-5%).

IMI Fondi Chiusi non risulta presente con alcuna delle proprie società controllate nei mercati sopra descritti.

Tenuto conto di quanto sopra esposto, si può concludere che la presente operazione di concentrazione non sia idonea ad alterare in maniera sostanziale le condizioni concorrenziali nei mercati rilevanti.

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

DELIBERA

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

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

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

IL SEGRETARIO GENERALE
Roberto Chieppa

IL PRESIDENTE
Giovanni Pitruzzella

C11525 - OVIESSE/RAMO DI AZIENDA DI ECF FIDENZA RETAIL*Provvedimento n. 23410*

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 14 marzo 2012;

SENTITO il Relatore Professore Carla Bedogni Rabitti;

VISTA la legge 10 ottobre 1990, n. 287;

VISTA la comunicazione della società OVIESSE S.p.A., pervenuta in data 24 febbraio 2012;

CONSIDERATO quanto segue:

I. LE PARTI

Oviesse S.p.A. (di seguito, Oviesse) è una società attiva nella distribuzione al dettaglio di abbigliamento e accessori a marchio "Oviesse Industry", interamente controllata dal Gruppo Coin S.p.A. (di seguito, Gruppo Coin), società *holding*, con funzioni di finanziamento e coordinamento (tecnico, commerciale, industriale e finanziario) delle proprie controllate, principalmente attive nel settore della distribuzione al dettaglio di abbigliamento e di accessori, con i marchi "Coin", "Oviesse", "Young Village" e "Upim". Gruppo Coin è, a sua volta, controllata da CIE Management II Limited, una società di gestione di fondi di investimento, controllata da persone fisiche.

Nel 2010 il gruppo Coin ha conseguito un fatturato consolidato pari circa a 1,7 miliardi di euro, di cui circa 14,7 milioni di euro realizzati nel resto dell'Unione Europea e circa 1,5 miliardi di euro in Italia.

Oggetto dell'operazione è il ramo d'azienda di proprietà della società ECF Fidenza retail S.r.l. (di seguito, ECF), insistente in un immobile destinato alla vendita al dettaglio di generi non alimentari, sito all'interno del centro commerciale "Fidenza Shopping Park" in Fidenza, località S. Michele di Campagna (PR).

ECF è attiva nella locazione non finanziaria e nella gestione di immobili ad uso prevalentemente commerciale nonché nella gestione diretta o indiretta di esercizi di vendita ed è soggetta al controllo del fondo di investimento immobiliare di tipo chiuso- fondo Radengonda.

Non sono disponibili i dati di fatturato del ramo d'azienda sopra citato.

II. DESCRIZIONE DELL'OPERAZIONE

L'operazione in esame ha per oggetto l'affitto, da parte di Oviesse, per una durata di cinque anni, del ramo d'azienda di cui sopra, comprensivo del diritto di subentrare nella titolarità dell'autorizzazione amministrativa per la vendita al dettaglio di generi non alimentari, del diritto di godimento dei locali e delle attrezzature.

Oviesse intende condurre in locazione il ramo citato al fine di esercitare all'interno dei locali individuati l'attività di vendita al dettaglio di capi di abbigliamento ed accessori.

III. QUALIFICAZIONE DELL'OPERAZIONE

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

Essa rientra nell'ambito di applicazione della legge n. 287/90, non ricorrendo le condizioni di cui all'articolo 1 del Regolamento CE n. 139/04, ed è soggetta all'obbligo di comunicazione preventiva disposto dall'articolo 16, comma 1, della medesima legge, in quanto il fatturato totale realizzato nell'ultimo esercizio a livello nazionale dall'insieme delle imprese interessate è stato superiore a 468 milioni di euro.

IV. VALUTAZIONE DELLA CONCENTRAZIONE

Il mercato del prodotto

Il mercato interessato dalla presente operazione è quello relativo alla distribuzione al dettaglio di capi di abbigliamento e dei relativi accessori.

In Italia, la distribuzione dei capi d'abbigliamento e degli accessori avviene attraverso due canali principali: i negozi tradizionali, spesso specializzati per tipologie di prodotto, e la distribuzione moderna.

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

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

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

Il mercato geografico

Dal punto di vista geografico, il mercato rilevante del prodotto ha dimensione locale, corrispondente alla provincia di Parma.

Effetti dell'operazione

Nella provincia di Parma, il Gruppo Coin è presente con una quota pari a [5-10%]¹. Si osserva, altresì, che nel mercato citato sono presenti numerosi e qualificati concorrenti.

Alla luce di quanto sopra esposto e data la trascurabile incidenza dell'acquisizione, da parte del gruppo Coin, per il tramite di Oviesse, del controllo del ramo d'azienda citato, si ritiene che l'operazione di concentrazione comunicata non avrà effetti pregiudizievoli per la concorrenza nel mercato della distribuzione al dettaglio di capi di abbigliamento e accessori nella provincia di Parma.

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

DELIBERA

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

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

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

IL SEGRETARIO GENERALE

Roberto Chieppa

IL PRESIDENTE

Giovanni Pitruzzella

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

C11530 – FINANZIARIA REGIONALE VALLE D'AOSTA/CHAMOIS IMPIANTI-FUNIVIE DI CHAMPORCHER-FUNIVIE GRAN PARADISO-SOCIETÀ IMPIANTI DI RISALITA TORGNON-GRAND SAINT-BERNARD-SOCIETÀ INCREMENTO TURISTICO INVERNALE BRUSSON-GRESSONEY

Provvedimento n. 23412

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 14 marzo 2012;

SENTITO il Relatore Professore Carla Bedogni Rabitti;

VISTA la legge 10 ottobre 1990, n. 287;

VISTO l'atto della società Finanziaria Regionale Valle d'Aosta S.p.A., pervenuto in data 28 febbraio 2012;

CONSIDERATO quanto segue:

I. LE PARTI

Finanziaria Regionale Valle d'Aosta S.p.A (di seguito, FinAosta) è la società finanziaria della Regione Valle d'Aosta (di seguito, Regione), interamente partecipata da quest'ultima, nonché soggetta all'attività di controllo e indirizzo della stessa. FinAosta agisce in qualità di ente strumentale della Regione al fine di favorire lo sviluppo socio-economico del territorio regionale: in particolare, la società assume partecipazioni in società di capitali o di concessione di finanziamenti nell'ambito dei settori energetico, immobiliare e turistico.

Nell'ambito del settore turistico, con specifico riferimento alla gestione di impianti di risalita in comprensori sciistici e prestazione di servizi complementari FinAosta è attualmente azionista delle seguenti società: Cervino S.p.A., Pila S.p.A., Monterosa S.p.A., Funivie Piccolo San Bernardo S.p.A., Cime Bianche S.p.A., Funivie Monte Bianco S.p.A.; Courmayeur Mont Blanc Funivie S.p.A.

Il fatturato complessivo realizzato dal gruppo FinAosta nel 2010 è corrisposto a circa 806 milioni di euro, interamente realizzati in Italia: di questi, circa 50 milioni di euro sono riconducibili alle attività di gestione di impianti di risalita in comprensori sciistici e prestazione di servizi complementari.

Oggetto di acquisizione sono le seguenti società, tutte attive nella gestione di impianti di risalita in comprensori sciistici e prestazione di servizi complementari:

1. Chamois Impianti S.p.A. (di seguito, Chamois) è una società per azioni il cui capitale sociale è attualmente detenuto per il 48,2% da FinAosta e il 48,6% dal Comune di Chamois, con una residua partecipazioni di vari piccoli azionisti. Il fatturato realizzato da Chamois nel 2011 è corrisposto a circa 680.000 euro;
2. Funivie di Champorcher S.p.A. (di seguito, Champorcher) è una società per azioni il cui capitale sociale è attualmente detenuto per il 47,76% da FinAosta e il 33,5% dal Comune di Champorcher, con una residua partecipazioni di vari piccoli azionisti. Il fatturato realizzato da Champorcher nel 2011 è corrisposto a circa 750.000 euro;

3. Funivie Gran Paradiso S.p.A. (di seguito, Gran Paradiso) è una società per azioni il cui capitale sociale è attualmente detenuto per il 49% da FinAosta e il 51% dal Comune di Cogne. Il fatturato realizzato da Gran Paradiso nel 2011 è corrisposto a circa 670.000 euro;
4. Società Impianti di Risalita Torgnon S.p.A. (di seguito, Torgnon) è una società per azioni il cui capitale sociale è attualmente detenuto per il 49% da FinAosta e il 45,6% dal Comune di Torgnon, con una residua partecipazioni di vari piccoli azionisti. Il fatturato realizzato da Torgnon nel 2011 è corrisposto a circa 1,5 milioni di euro;
5. Grand Saint-Bernard S.p.A. (di seguito, Grand Saint-Bernard) è una società per azioni il cui capitale sociale è attualmente detenuto per il 49% da FinAosta, il 25,2% dal Comune di Saint-Rhemy-En-Bosses e il 10,1% dal Comune di Saint-Oyen, con una residua partecipazioni di vari piccoli azionisti. Il fatturato realizzato da Grand Saint-Bernard nel 2011 è corrisposto a circa 570.000 euro;
6. Società Incremento Turistico Invernale Brusson S.p.A. (di seguito, Brusson) è una società per azioni il cui capitale sociale è attualmente detenuto per il 48,4% da FinAosta, il 42,5% dal Comune di Brusson e il 6,3% dalla Comunità Montana Evançon, con una residua partecipazioni di vari piccoli azionisti. Il fatturato realizzato da Brusson nel 2011 è corrisposto a circa 356.000 euro;
7. Società per azioni Gressoney per l'incremento turistico S.p.A. (di seguito, Gressoney) è una società per azioni il cui capitale sociale è attualmente detenuto per il 49% da FinAosta e il 50,5% dal Comune di Gressoney, con una residua partecipazioni di vari piccoli azionisti. Il fatturato realizzato da Gressoney nel 2011 è corrisposto a circa 497.000 euro.

II. DESCRIZIONE DELL'OPERAZIONE

L'operazione in esame consiste nell'acquisizione da parte di FinAosta del controllo esclusivo di Chamois, Champorcher, Gran Paradiso, Torgnon, Grand Saint-Bernard, Brusson e Gressoney mediante sottoscrizione di distinti aumenti di capitale che la portino a detenere il 50,01% in ciascuna delle società menzionate. L'operazione avviene nell'ambito di un progetto unitario di razionalizzazione della presenza imprenditoriale della Regione – attraverso FinAosta – nel settore turistico, e più specificamente nella gestione di impianti di risalita in comprensori sciistici e prestazione di servizi complementari, con il passaggio da situazioni di controllo congiunto di Regione e singoli enti locali al controllo esclusivo da parte della Regione.

III. QUALIFICAZIONE DELL'OPERAZIONE

Preliminarmente si osserva che le acquisizioni comunicate, in quanto caratterizzate da interdipendenza funzionale, costituiscono un'unica operazione. L'operazione comunicata, in quanto comporta l'acquisizione del controllo esclusivo di sette imprese ed è soddisfatto il requisito dell'interdipendenza, 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 citata legge, in quanto il fatturato totale realizzato nell'ultimo esercizio a livello nazionale dall'insieme delle imprese interessate dall'operazione stessa è stato superiore a 468 milioni di euro.

IV. VALUTAZIONE DELLA CONCENTRAZIONE

Il mercato del prodotto

Il settore interessato dall'operazione è quello della gestione degli impianti di risalita a fune nei comprensori sciistici e prestazione di servizi complementari¹.

Il mercato geografico

L'estensione geografica del mercato può essere considerata corrispondente al versante italiano delle Alpi, dove si trovano tutti i comprensori sciistici in cui operano le società di cui FinAosta verrà a detenere il controllo esclusivo. I comprensori sciistici del versante italiano dell'arco alpino, peraltro, rappresentano circa l'84% dell'intero mercato italiano in termini di numero di impianti di risalita e di chilometri delle piste da discesa in funzione²; ancora, la crescente sostituibilità dal lato della domanda tra i comprensori sciistici dell'intero arco alpino – dunque anche rispetto ai comprensori presenti in Francia, Svizzera, Austria e Slovenia – induce a ritenere sostenibile una definizione geografica più ampia. Rispetto all'operazione in esame, in ogni caso, non appare necessario pervenire ad una definizione più puntuale del mercato rilevante sotto il profilo geografico.

Gli effetti dell'operazione

Nel mercato rilevante, le sette società di cui FinAosta acquisirà il controllo esclusivo detengono quote in valore trascurabili, quasi tutte inferiori allo 0,1% e in un solo caso inferiore allo 0,3%. FinAosta, dal canto suo, detiene una quota corrispondente a circa l'8%: a seguito dell'operazione tale quota non supererà il 10% in un mercato dove sono presenti diversi altri operatori di rilievo quali, tra gli altri, Sestriere S.p.A., Funivie Folgarida Marileva S.p.A., Funivie Madonna di Campiglio S.p.A., S.i.t.c. S.p.A., Impianti Colfosco S.p.A., ciascuno con quote intorno al 3%. L'operazione in esame, sostanziandosi nel passaggio da una situazione di controllo congiunto della Regione (tramite FinAosta) e singoli enti locali ad una di controllo esclusivo da parte della Regione, non appare inoltre suscettibile di determinare modificazioni sostanziali della struttura concorrenziale del mercato di riferimento.

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

DELIBERA

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

¹ Cfr. provv. n. 2393 del 19 ottobre 1994, C1684 - *Gemina Participations/Tempo Libero Coltivatour*, in Boll. n. 42/94; provv. n. 21062 del 28 aprile 2010, C10549 - *Finanziaria Regionale Valle d'Aosta/Courmayeur Mont Blanc Funivie*, in Boll. n. 17/10.

² Lungo il versante nazionale dell'arco alpino sono presenti 1683 impianti installati sui complessivi 2006 esistenti a livello nazionale, e percentuali analoghe si riscontrano in termini di chilometraggio delle piste da discesa in funzione.

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 e delle Infrastrutture e dei Trasporti.

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

IL SEGRETARIO GENERALE

Roberto Chieppa

IL PRESIDENTE

Giovanni Pitruzzella

SEPARAZIONI SOCIETARIE

SP130 - CONFINDUSTRIA PALERMO-PALERMO CITY SITGHTSEEING/AMAT PALERMO

Provvedimento n. 23368

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 6 marzo 2012;

SENTITO il Relatore Professore Carla Bedogni Rabitti;

VISTA la legge 10 ottobre 1990, n. 287 e, in particolare, l'art. 14 ;

VISTA la legge della Regione Sicilia n. 19 del 22 dicembre 2005;

VISTO in particolare l'articolo 8, comma 2-*bis*, della legge n. 287/90, ai sensi del quale le imprese che, per disposizione di legge, esercitano la gestione di servizi di interesse economico generale, ovvero operano in regime di monopolio sul mercato, qualora intendano svolgere attività in mercati diversi da quelli in cui agiscono per l'adempimento degli specifici compiti loro affidati, operano mediante società separate;

VISTO in particolare l'articolo 8, comma 2-*ter*, della legge n. 287/90, ai sensi del quale la costituzione di società e l'acquisizione di posizioni di controllo in società operanti nei mercati diversi di cui al comma 2-*bis* sono soggette a preventiva comunicazione all'Autorità;

VISTO in particolare l'articolo 8, comma 2-*sexies*, della legge n. 287/90, ai sensi del quale, in caso di violazione degli obblighi di comunicazione di cui al comma 2-*ter*, l'Autorità applica la sanzione amministrativa pecuniaria fino a 51.645 euro;

VISTE la propria richiesta di informazioni alla società AMAT Palermo S.p.A., inviata in data 24 novembre 2011 e le informazioni trasmesse in risposta da AMAT Palermo S.p.A., pervenute in data 13 dicembre 2011;

CONSIDERATO che AMAT Palermo S.p.A., in virtù del contratto di servizio stipulato tra Comune di Palermo e AMAT Palermo S.p.A., è affidatario del servizio di trasporto pubblico locale di superficie nel Comune di Palermo;

RITENUTO, pertanto, che la società AMAT Palermo S.p.A., è impresa che esercita un servizio di interesse economico generale ai sensi dell'articolo 8, comma 2, della legge n. 287/90 e, di conseguenza, ove intenda svolgere attività in mercati diversi da quelli in cui agisce per l'adempimento degli specifici compiti ad essa affidati è tenuta, ai sensi dell'articolo 8, commi 2 *bis* e 2 *ter*, della legge n. 287/90, ad operare mediante società separata e a comunicare preventivamente all'Autorità tale evenienza ;

CONSIDERATO che, dalla documentazione acquisita, emerge che AMAT Palermo S.p.A. avrebbe violato le previsioni di cui all'articolo 8, commi 2-*bis* e 2-*ter*, della legge n. 287/90, in quanto dall'ottobre 2008 ha iniziato ad operare nel mercato del servizio di trasporto turistico di linea tramite *pullman* gran turismo nella città di Palermo, direttamente e autonomamente, in seguito alla

dismissione della partecipazione del 51% - detenuta da AMAT Palermo S.p.A. nel capitale sociale di Palermo City Sightseeing S.r.l. - su atto di indirizzo del Comune di Palermo;

CONSIDERATO che, dall'ottobre 2008, AMAT Palermo S.p.A. ha prestato e continua a prestare il servizio di trasporto turistico tramite *pullman* gran turismo nella città di Palermo, direttamente e autonomamente;

RITENUTO che l'attività di trasporto turistico di linea nella città di Palermo non può essere considerata, anche sulla base delle informazioni fornite da AMAT Palermo S.p.A., servizio di interesse economico generale e si colloca, pertanto, in un mercato diverso da quello in cui AMAT Palermo S.p.A. agisce per l'adempimento degli specifici compiti ad essa affidati, ai sensi dell'art. 8, comma 2-*bis*, della legge n. 287/90;

RITENUTO che AMAT Palermo S.p.A., per lo svolgimento dell'attività di trasporto turistico di linea, avrebbe dovuto effettuare la separazione societaria prevista dall'art. 8, comma 2-*bis* della legge n. 287/90;

RITENUTO pertanto che, nel caso di specie, è imputabile ad AMAT Palermo S.p.A. un'omessa comunicazione preventiva ai sensi dell'articolo 8, comma 2-*ter*, della legge n. 287/90, e che detta omissione è conseguenza diretta della violazione dell'obbligo di operare mediante società separata, imposto dall'articolo 8, commi 2-*bis*;

RITENUTO, conseguentemente, di imputare ad AMAT Palermo S.p.A., ai sensi dell'art. 14 della legge n. 287/90, la violazione dell'art. 8, commi 2-*bis* e 2-*ter*, della legge n. 287/90;

DELIBERA

a) di contestare alla società AMAT Palermo S.p.A., la violazione dell'articolo 8, comma 2-*bis*, della legge n. 287/90, per non aver operato - a far data dall'aprile 2008 - mediante società separata, nello svolgimento del servizio di trasporto turistico di linea tramite *pullman* gran turismo nella città di Palermo;

b) di contestare alla società AMAT Palermo S.p.A., la violazione dell'articolo 8, comma 2-*ter*, della legge n. 287/90, per non aver adempiuto agli obblighi di comunicazione ivi stabiliti;

c) l'avvio del procedimento, per l'eventuale irrogazione della sanzione pecuniaria di cui all'articolo 8, comma 2-*sexies*, n. 287/90, nei confronti della società AMAT Palermo S.p.A.;

d) che il responsabile del procedimento è la Dott.ssa Letizia Razzitti;

e) la fissazione del termine di sessanta giorni, decorrente dalla notificazione del presente provvedimento, per l'esercizio da parte dei rappresentanti legali della Parte, o di persone da essa delegate, del diritto di essere sentiti, precisando che la richiesta di audizione dovrà pervenire alla Direzione Agroalimentare e Trasporti della Direzione Generale per la Concorrenza di questa Autorità almeno quindici giorni prima della scadenza del termine sopra indicato;

f) 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 legali rappresentanti della Parte o da persone da essa delegate;

g) che il procedimento deve concludersi entro novanta giorni dalla data di notificazione del presente provvedimento.

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

IL SEGRETARIO GENERALE

Roberto Chieppa

IL PRESIDENTE

Giovanni Pitruzzella

ATTIVITA' DI SEGNALAZIONE E CONSULTIVA

AS920 - REGIONE ABRUZZO - DISPOSIZIONI DI ATTUAZIONE PER LA CONCESSIONE DEI CONTRIBUTI IN CONTO INTERESSI PER INTEGRAZIONE DEI FONDI RISCHI

Roma, 20 marzo 2012

Presidente della Giunta Regionale della
Regione Abruzzo

L'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato, nella sua adunanza del 14 marzo 2012, ai sensi dell'articolo 21-*bis* della legge 10 ottobre 1990, n. 287, così come introdotto dal decreto-legge 6 dicembre 2011, n. 201, ha deliberato di esprimere il proprio parere relativamente al contenuto delle “*Disposizioni di attuazione per la concessione dei contributi in conto interessi e per integrazione dei fondi rischi*”, approvate con delibera della Giunta Regionale Abruzzo n. 947 del 29 dicembre 2011¹.

Tali disposizioni, emanate in attuazione della L.R. 2 agosto 2010, n. 37, recepiscono i limiti soggettivi per l'accesso ai contributi regionali legati a requisiti territoriali e finanziari indicati nella predetta legge i quali, in linea con quanto già segnalato dall'Autorità, sono suscettibili di determinare restrizioni concorrenziali.

L'Autorità si è, infatti, già espressa in tema di limiti all'accesso ai contributi per i Consozii di Garanzia Fidi (Confidi), nell'ambito della segnalazione AS732 del 19 luglio 2010² inviata anche alla Regione Abruzzo, nella quale sono state evidenziate: *i*) le restrizioni concorrenziali derivanti dall'inserimento di vincoli territoriali e di *governance* quali condizioni per l'assegnazione dei contributi ai confidi³ e *ii*) l'impossibilità di provvedere ad affidamenti diretti dei servizi di gestione dei fondi di garanzia fidi regionali alla luce del fatto che il servizio oggetto di affidamento

¹ La deliberazione è stata pubblicata nel Bollettino Ufficiale della Regione Abruzzo n. 4 del 20 gennaio 2012.

² Cfr. Segnalazione AS732 del 14 luglio 2010, *Criteri di affidamento dei contributi per i fondi di garanzia fidi*, in boll. 28/2010.

³ In particolare, l'Autorità ha riscontrato che molto spesso le Regioni e/o le Camere di Commercio utilizzano, come criteri soggettivi di ammissione dei Confidi ai contributi per l'erogazione di garanzie, requisiti territoriali che potrebbero pregiudicare l'accesso al mercato di nuovi soggetti quali, ad esempio:

1. la sede legale nel territorio di riferimento;

2. la presenza, tra gli organi statutari, di soggetti designati da enti del territorio di riferimento;

3. la presenza, tra i consorziati, di un numero minimo di imprese con sede o unità locale nel territorio di riferimento.

non può essere incluso tra i servizi pubblici locali e, conseguentemente, si deve ritenere che lo stesso sia soggetto alle forme di affidamento ordinarie.

Venendo, nel dettaglio, alle disposizioni approvate con la Delibera n. 947/11, rilevano, in primo luogo, i requisiti soggettivi per l'accesso ai contributi. Sono, infatti, previsti specifici obblighi, per i Confidi che richiedano i contributi, di provare il possesso dei requisiti previsti dalla L.R. n. 37/10. In particolare, l'art. 1, che reca "*Termini e modalità di presentazione delle richieste di contributo*" presenta aspetti in contrasto con le regole di tutela della concorrenza nei seguenti punti:

- comma 7, lettera a) (operatività alla data del 31 dicembre 2005);
- comma 7, lettera b) (numero minimo di imprese);
- comma 5, lettere a) e c), e comma 7, lettera c) (requisito territoriale della sede legale in Abruzzo);
- comma 7, lettere f) e g) (requisiti patrimoniali storici).

Con riferimento al requisito dell'operatività alla data del 31 dicembre 2005, richiesto nel comma 7, lettera a) (sulla base dell'art. 2, lettera a), della L.R. n. 37/10), è evidente che tale indicazione costituisce una barriera all'entrata insormontabile per un nuovo Confidi che volesse iniziare ad operare in Abruzzo. Tale limite non risulta giustificato, sotto un profilo concorrenziale, perché inserisce un parametro del tutto arbitrario e che non tiene conto dell'effettiva efficienza degli operatori. Sul punto deve osservarsi che il requisito indicato inserisce un limite temporale del tutto arbitrario e non proporzionato rispetto alle ragioni di tutela della concorrenza che devono garantire il massimo accesso possibile al mercato da parte di operatori efficienti⁴. È pertanto fondamentale, per accrescere la competitività del mercato a livello nazionale, che i processi di aggregazione si sviluppino sulla base di dinamiche di mercato basate su considerazioni di efficienza e non per imposizione legislativa.

In relazione al requisito che prevede un numero di imprese minime, richiesto dal comma 7, lettera b) (così come previsto dall'art. 2, lettera b), della L.R. n. 37/10), deve osservarsi che, analogamente a quanto espresso *supra*, tale requisito risulta del tutto arbitrario e impone un'aggregazione tra confidi non dettata da ragioni di efficienza o di sfruttamento di economie di scala. Il numero di imprese associate, eventualmente sul territorio locale, invece, può ben essere utilizzato come coefficiente per commisurare la misura del contributo in quanto garantisce una distribuzione dei fondi basata sulla rappresentatività territoriale e costituisce un corretto incentivo per favorire le forme di aggregazione tra confidi.

Tra i requisiti maggiormente limitativi della concorrenza deve essere annoverato quello dell'iscrizione nel registro delle imprese di una delle province abruzzesi e, conseguentemente, la sede legale in Abruzzo, richiesto dal comma 5, lettere a) e c), e dal comma 7, lettera c) (così come previsto dall'art. 2, lettera c), della L.R. n. 37/10). L'Autorità ha, infatti, già segnalato che tale requisito costituisce un freno ingiustificato e artificioso allo sviluppo e alla crescita dimensionale delle imprese. Un naturale processo di concentrazione del mercato, basato sul merito e sulla

⁴ Sulla dimensione dei confidi si è espressa anche Banca d'Italia la quale ha osservato che «l'efficacia dei confidi dipende anche dalle loro specifiche caratteristiche. In particolare una maggiore dimensione consente di sfruttare economie di scala nell'attività di screening e monitoraggio. Una più ampia dimensione può consentire inoltre una più ampia diversificazione del rischio, accrescendo la possibilità di garantire imprese che, per caratteristiche settoriali e di localizzazione, hanno performance poco correlate con quelle delle imprese già garantite dal fondo. Di converso, all'aumentare della dimensione, i confidi tenderebbero progressivamente a perdere la loro natura localistica e, in presenza di un numero molto elevato di

capacità imprenditoriale degli operatori, risulta inopinatamente frenato da simili disposizioni che impediscono un'operatività a livello sovraregionale e, inoltre, non sono compatibili con i principi di libertà di stabilimento e circolazione dei servizi. Il vincolo sopra indicato, inoltre, non risulta giustificato dalla necessità che i contributi regionali vengano veicolati ad imprese del territorio, dovendosi distinguere la sede dei Confidi dalla sede territoriale delle imprese beneficiarie delle garanzie oggetto di contributi regionali. Le attività degli enti locali sono, infatti, volte a promuovere lo sviluppo del territorio di competenza e, sulla base di questo principio, è giustificabile, in un'ottica di rispetto dei limiti di competenza territoriale, che gli enti concedano l'utilizzo dei propri fondi per l'emissione di garanzie a favore esclusivamente di imprese operanti nel proprio ambito territoriale. In quest'ottica è accettabile, da un punto di vista *antitrust*, un vincolo di destinazione dei fondi stessi a favore delle imprese operative nel territorio di riferimento, purché ovviamente, ciò non costituisca una barriera

all'ingresso per i confidi attivi a livello sovraregionale i quali ben possono operare in Abruzzo, associando anche imprese abruzzesi, avendo sede legale fuori dalla Regione.

Venendo, infine, ai requisiti patrimoniali storici, quelli che si riferiscono, cioè, al valore del fatturato relativo all'attività esercitata negli anni precedenti, richiesti dal comma 7, lettere f) e g) (così come previsti dall'art. 2, lettere f) e g)), l'Autorità⁵ ne ha più volte segnalato la restrittività in ragione del fatto che gli stessi, alla stregua dei requisiti di anzianità operativa, costituiscono una barriera insormontabile per i nuovi entranti. Deve, infatti, sottolinearsi che tali requisiti non si riferiscono esclusivamente all'entità del capitale di rischio (come, invece, quelli previsti dall'art. 2, lettera d), della L.R. n. 37/10), ma al fatturato storico e implicano, perciò, che l'impresa sia stata operativa nel lasso temporale indicato che, nel caso di specie, corrisponde almeno ai tre anni precedenti alla richiesta dei contributi. Ciò implica l'impossibilità, per un confido di nuova formazione, di ottenere i contributi e ne determina un sensibile e ingiustificato svantaggio rispetto ai confidi storicamente presenti sul mercato. Sul punto si osserva, inoltre, che l'art. 13 del D.L. 30 settembre 2003, n. 269, recante *Disposizioni urgenti per favorire lo sviluppo e per la correzione dell'andamento dei conti pubblici*, convertito con modificazioni, in legge 24 novembre 2003, n. 326, già prevede il possesso di requisiti patrimoniali e, al comma 44, specifica che «i confidi fruiscono di tutti i benefici previsti dalla legislazione vigente a favore dei consorzi e delle cooperative di garanzia collettiva fidi; i requisiti ivi stabiliti si considerano soddisfatti con il rispetto di quelli previsti dal presente articolo».

Le disposizioni di attuazione, inoltre, recependo quanto disposto dall'art. 4 della L.R. n. 37/10, indicano i coefficienti di valore percentuale degli indici di contribuzione ai fondi rischi dei confidi, prevedendo, tra i coefficienti, il numero di anni di attività (art. 3, lettera h). Tale disposizione risulta in contrasto con le norme a tutela della concorrenza laddove prevede una corresponsione maggiore di contributi a favore dei confidi aventi una maggiore anzianità operativa. Gli indici basati sul numero di anni di attività, infatti, sono meramente arbitrari e non rispondono ad alcuna esigenza di efficienza né garantiscono un'allocazione delle risorse pubbliche basate sul merito o sulle dimensioni del Confido, ma si limitano a favorire le imprese preesistenti, determinando un

soci, il peer monitoring risulterebbe poco efficace». Cfr. Banca d'Italia, *I confidi e il credito alle piccole imprese durante la crisi*, cit., p. 9.

sensibile danno per la concorrenza. È evidente, infatti, che tale norma attribuisce alle imprese storicamente presenti un ingiustificato vantaggio concorrenziale rispetto alle imprese di più recente costituzione.

In conclusione, l'Autorità osserva che le Disposizioni di attuazione approvate con la delibera n. 947/11 risultano fortemente restrittive della concorrenza laddove, recependo le disposizioni primarie restrittive contenute nella L.R. n. 37/10, impongono, quali requisiti per l'accesso ai contributi regionali, limiti territoriali e di anzianità operativa, nonché requisiti patrimoniali storici. Alla luce di quanto sin qui considerato, l'Autorità rileva come la delibera oggetto del presente parere sia basata su una normativa che risulta in contrasto con i principi fondamentali della disciplina comunitaria e, in quanto tale, è disapplicabile. Pertanto, l'Autorità invita la Giunta Regionale Abruzzo, sulla quale grava l'obbligo di disapplicazione, a porre in essere le misure ritenute più opportune e adeguate a ripristinare corrette dinamiche concorrenziali rispetto all'attività di concessione dei contributi di garanzia fidi.

Ai sensi dell'articolo 21-*bis*, comma 2, della legge n. 287/90, la Giunta Regionale dovrà comunicare all'Autorità, entro il termine di sessanta giorni dalla ricezione del presente parere, le iniziative adottate. Laddove entro il suddetto termine tali iniziative non dovessero risultare conformi ai principi concorrenziali sopra espressi, l'Autorità potrà presentare ricorso entro i successivi trenta giorni.

IL PRESIDENTE
Giovanni Pitruzzella

⁵ Segnalazioni AS187 del 28 settembre 1999, *Bandi di gara in materia di appalti pubblici*, in Boll. n. 48/99; AS251 del 30 gennaio 2003, *Bandi predisposti dalla concessionaria servizi informatici pubblici – Consip S.p.A.*, in Boll. n. 5/03; AS445 del 27 febbraio 2008, *Bandi di gara per il servizio brokeraggio assicurativo nella Regione Sicilia*, in Boll. n. 3/08.

*Autorità garante
della concorrenza e del mercato*

Bollettino Settimanale
Anno XXII- N. 11 - 2012

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
