

C6133 - BRITISH AMERICAN TOBACCO/ENTE TABACCHI ITALIANI

Provvedimento n. 12685

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 17 dicembre 2003;

SENTITO il Relatore Professor Nicola Occhiocupo;

VISTO il Regolamento CEE n. 4064/89, come modificato dal Regolamento CE n. 1310/97;

VISTA la legge 10 ottobre 1990, n. 287;

VISTO l'atto pervenuto in data 22 settembre 2003, da parte della Commissione Europea, consistente nella copia della notifica effettuata dalla società British American Tobacco plc in data 15 settembre 2003;

VISTA la richiesta di rinvio, ai sensi dell'articolo 9, paragrafo 2, del Regolamento CEE n. 4064/89, così come modificato dal Regolamento CE n. 1310/97, inviata alla Commissione Europea in data 12 ottobre 2003;

VISTA la decisione di rinvio adottata dalla Commissione Europea in data 23 ottobre 2003, ai sensi dell'articolo 9 del Regolamento CEE n. 4064/89, così come modificato dal Regolamento CE n. 1310/97, pervenuta in data 23 ottobre 2003;

VISTA la propria delibera del 6 novembre 2003, con la quale è stata avviata l'istruttoria, ai sensi dell'articolo 16, comma 4, della legge n. 287/90, nei confronti di British American Tobacco plc ed Ente Tabacchi Italiani S.p.A.;

VISTE l'istanza di partecipazione al procedimento delle società Philip Morris Italia S.p.A. e Philip Morris International Management S.A., pervenuta in data 14 novembre 2003 ed accolta in data 17 novembre 2003, nonché l'istanza di partecipazione al procedimento della Federazione Italiana Tabaccai – FIT, pervenuta in data 18 novembre 2003 ed accolta in data 21 novembre 2003;

SENTITI i rappresentanti di Ente Tabacchi Italiani S.p.A. e di Etinera S.p.A. in data 17 novembre 2003 ed i rappresentanti di Philip Morris Italia S.p.A. e Philip Morris International Management S.A., di JT International Italia S.p.A. e di British American Tobacco plc in data 18 novembre 2003;

SENTITI in audizione finale, in data 2 dicembre 2003, i rappresentanti di British American Tobacco plc, di Ente Tabacchi Italiani S.p.A., di Philip Morris Italia S.p.A. e Philip Morris International Management S.A. e della Federazione Italiana Tabaccai - FIT;

VISTI gli atti del procedimento;

CONSIDERATO quanto segue:

I. LE PARTI

1. British American Tobacco plc (di seguito BAT) è la società *holding* di diritto inglese, del gruppo BAT-British American Tobacco, quotata alla borsa di Londra e presso lo *American Exchange* di New York. BAT è attiva, in vari paesi, nella produzione, commercializzazione e vendita di sigarette e, in misura minore, di altri prodotti derivati dal tabacco. Le principali marche prodotte e/o commercializzate da BAT sono *Dunhill*, *Lucky Strike*, *Pall Mall*, *Barclay*, *Rothmans*, *Winfield* e *State Express 5555*.

Il fatturato realizzato a livello mondiale da BAT nel 2002 è stato di 16.850 milioni di euro, di cui [2.000-2.500]¹ milioni nell'ambito della Unione Europea e circa [100-150] milioni in Italia.

2. Ente Tabacchi Italiani S.p.A. (di seguito ETI) è la società risultante dalla trasformazione dell'ente pubblico economico Ente Tabacchi Italiani, istituito dal Decreto Legislativo 9 luglio 1998, n. 283, ai fini dello svolgimento "delle attività produttive e commerciali già riservate o comunque attribuite all'Amministrazione autonoma dei monopoli di Stato, con l'esclusione delle attività inerenti al lotto e alle lotterie (articolo 1)". L'operatività di ETI, in veste di ente pubblico economico, è iniziata il 1° marzo 1999, mentre la sua trasformazione in società, prevista dal citato Decreto Legislativo n. 283/98, è avvenuta nel giugno 2000. Il capitale sociale di ETI è interamente detenuto dal Ministero dell'Economia e delle Finanze.

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

Di recente, ETI ha subito un processo di ristrutturazione, che ha comportato la dismissione delle attività non strategiche, a seguito del quale esso opera prevalentemente come produttore di derivati del tabacco e, attraverso la propria controllata ETINERA S.p.A., come distributore di tali prodotti. La gamma di marche di sigarette di ETI comprende *MS, Sax, Lido, Linda, Nazionali, Eura, Stop, Futura* ed *Alfa*.

ETI inoltre detiene il controllo, congiuntamente a Poste Italiane S.p.A. ed alla FIT, anche di Terzia S.p.A., società operante nel commercio all'ingrosso di articoli "non fumo" destinati alle tabacchiere ed ai bar tabacchi.

Il fatturato di ETI, realizzato quasi esclusivamente nella Unione Europea, nel 2002² è stato di circa 677 milioni di euro.

II. DESCRIZIONE DELL'OPERAZIONE

3. L'operazione in esame consiste nell'acquisizione, da parte di BAT, del capitale sociale di ETI. La concentrazione trae origine dalla gara indetta dal Ministero dell'Economia e delle Finanze nell'ambito del processo di privatizzazione delle proprie attività nel settore del tabacco. Tale gara è stata aggiudicata in data 16 luglio 2003 alla società BAT, risultata migliore offerente.

4. Detta società ha partecipato alla gara attraverso una società veicolo, Britannica Italiana Tabacchi S.p.A., costituita *ad hoc*, insieme a due partner commerciali italiani, Axiter S.p.A. (di seguito Axiter) e FB Group S.r.l. (di seguito FB).

Il capitale sociale di Britannica Italiana Tabacchi S.p.A. è detenuto per il [omissis] da [omissis] e per il restante [omissis] da [omissis]. A sua volta, il capitale sociale di [omissis] è detenuto per [omissis] da [omissis] per il [omissis] da [omissis] e, per il [omissis] da [omissis].

All'esito dell'operazione, BAT andrà a detenere il controllo esclusivo di ETI. [omissis].

III. QUALIFICAZIONE DELL'OPERAZIONE

5. L'operazione, in quanto comporta l'acquisizione del controllo esclusivo di un'impresa, costituisce una concentrazione ai sensi dell'articolo 3 del Regolamento CEE n. 4064/89 e rientra nell'ambito di applicazione di detto Regolamento, in quanto soddisfa le condizioni previste dall'articolo 1 del medesimo. Sulla base della decisione di rinvio adottata in data 23 ottobre 2003 dalla Commissione, ai sensi dell'articolo 9, paragrafo 3, lettera *b*), del Regolamento CEE n. 4064/89, come modificato dal Regolamento CE n. 1310/97, alla concentrazione risulta applicabile la legge n. 287/90 relativamente agli effetti della stessa sui mercati italiani delle sigarette, dei sigari e del tabacco.

IV. RISULTANZE ISTRUTTORIE

1) I MERCATI RILEVANTI

6. L'operazione notificata riguarda il settore dei prodotti derivati del tabacco, che comprende, tra gli altri, i mercati della produzione e commercializzazione di tali prodotti.

Più in particolare, i mercati nei quali operano l'acquirente e l'acquisita sono quelli della produzione e commercializzazione di: *i*) sigarette; *ii*) sigari; *iii*) tabacco da fumo per pipa; e *iv*) tabacco per il cosiddetto RYO (*roll-your-own*).

L'impresa acquisita, mediante la società Terzia S.p.A. e la società Daci S.r.l., da questa recentemente acquisita³, è attiva anche nel mercato del commercio all'ingrosso di prodotti non-fumo alle rivendite di tabacchi. Su quest'ultimo mercato l'impresa acquirente non è presente.

7. Dal punto di vista geografico, la dimensione di ciascuno dei suddetti mercati deve intendersi come nazionale, sia per le preferenze dei fumatori italiani, che non coincidono con quelle dei fumatori di altri paesi, sia per la diversa imposizione fiscale adottata dai vari Stati membri dell'Unione Europea, sia, infine, per la struttura della distribuzione, organizzata su base nazionale.

8. Ne consegue che, ai fini della valutazione della presente operazione, i mercati interessati sono il mercato italiano delle sigarette prodotte in Italia o in altri Stati membri dell'Unione Europea e destinate ad essere distribuite e vendute nel territorio italiano (di seguito, il mercato italiano delle sigarette), i mercati, del pari nazionali, della produzione e commercializzazione degli altri tipi di prodotti derivati del tabacco sopra elencati.

² [Esercizio chiuso al 30 settembre 2002.]

³ [Cfr. Provvedimento dell'Autorità del 7 agosto 2003, proc. n. C/5857, Terzia/Daci.]

i) Il mercato italiano delle sigarette

9. Convenzionalmente, il mercato delle sigarette viene suddiviso in tre segmenti, corrispondenti ciascuno ad una fascia di prezzo delle marche (per un pacchetto di 20 sigarette): basso prezzo (fino a €2,60), media (€2,60-2,80), *premium* (oltre i €3).

Tuttavia, le informazioni raccolte in istruttoria, e costituite soprattutto dagli studi condotti dalle principali imprese produttrici (BAT, ETI, Philip Morris – di seguito anche “PM”, Japan Tobacco – di seguito anche “JT”), non conducono a considerare ciascuno dei tre segmenti di prezzo come un mercato distinto⁴.

10. E’ emerso, infatti, che le diverse marche di sigarette, le cui caratteristiche intrinseche (ingredienti, processi produttivi e distributivi) sono sostanzialmente omogenee, con costi di produzione pressoché identici, si differenziano principalmente sulla base dell’immagine percepita dal consumatore. Le imprese, quindi, raggruppano i consumatori secondo criteri relativi alle condizioni socio-economiche degli stessi (reddito, età, professione, area geografica di residenza, stili di vita, ecc.) ed adottano strategie volte ad adeguare ad uno specifico *target* di consumatori l’immagine di una marca, facendo uso di leve concorrenziali quali la scelta dello sponsor a cui affidare la diffusione del *brand*, l’adeguamento delle caratteristiche grafiche del pacchetto e/o del calibro (spessore) della sigaretta.

11. L’assenza di sostanziali differenze nelle caratteristiche del prodotto rendono agevole il riposizionamento di una marca da un segmento ad un altro, come dimostrato dalla decisione di BAT del gennaio 2003 di ridurre il prezzo delle *Pall Mall* di €0,40, portandole nel segmento di fascia bassa e riuscendo ad erodere significative quote di mercato alle *Diana*, collocate nella stessa fascia di prezzo, ma anche alle *Marlboro*, collocate nel segmento *Premium*.

12. Le risultanze istruttorie permettono quindi di propendere, in via definitiva, per l’esistenza di un unico mercato delle sigarette in ambito nazionale e per la presenza di significativi potenziali di concorrenza fra tutte le marche, anche appartenenti a diversi segmenti, attraverso riposizionamenti di prezzo.

13. Le risposte fornite dalle imprese alle richieste di informazioni hanno poi evidenziato come in tale contesto il prezzo costituisca una leva concorrenziale molto potente: il riposizionamento di una marca in termini di prezzo può spostare le preferenze di un numero di consumatori anche consistente, come confermano le variazioni di quote di mercato registrate in seguito alle riduzioni del prezzo delle *Pall Mall* (BAT) nel gennaio 2003 e, nel 1998, delle *Camel* (Japan Tobacco).

14. I volumi di vendita nel mercato italiano nel periodo ottobre 2001-settembre 2002 sono stati pari a circa 102,5 milioni di Kg., un dato sostanzialmente in linea con quelli degli anni precedenti (100,3 mln. di Kg. nel 2000, 101,6 mln. di Kg. nel 2001)⁵.

Le quote per l’intero mercato, relative ai primi 10 mesi del 2003 e riportate nella tabella 1, evidenziano sia il ruolo preponderante delle prime due imprese (PM ed ETI), sia la forte asimmetria delle quote detenute da queste stesse imprese.

Tabella 1 – Quote di mercato in volume e valore nel complesso del mercato (gennaio-ottobre 2003)

Imprese	Quote in volume			Totale
	Fascia bassa	Fascia media	Premium	
<i>Dimensione relativa del segmento</i>	[50-55%]	[5-10%]	[40-45%]	100
Philip Morris	[25-30%]	[20-25%]	[90-95%]	[50-55%]
ETI	[45-50%]	[1-5%]	-	[20-25%]
BAT	[10-15%]	[1-5%]	[5-10%]	[5-10%]
Japan Tobacco	[0,01-1%]	[65-70%]	[0,01-1%]	[5-10%]
Gallaher	[5-10%]	[1-5%]	[0,01-1%]	[1-5%]
Altadis	[1-5%]	[5-10%]	[0,01-1%]	[1-5%]

⁴ [L’individuazione di un unico mercato delle sigarette, comprendente le marche che appartengono ai diversi segmenti di prezzo, è coerente con i precedenti della Commissione. Cfr. caso n. IV/M.1415 – BAT/Rothmans del 17 marzo 1999, caso n. 2779 Imperial Tobacco/Reemtsma Cigarettenfabriken dell’8 maggio 2002.]

⁵ [Fonte: bilanci ETI.]

Imperial	[0,01-1%]	0	[0,01-1%]	[0,01-1%]
Reemtsma	[0,01-1%]	0	[0,01-1%]	[0,01-1%]
Altri	[0,01-1%]	0	[0,01-1%]	[0,01-1%]
Mercato totale	100,00	100,00	100,00	100,00

Imprese	quote in valore			Totale
	Segmenti di mercato			
	Fascia bassa	Fascia media	Premium	
<i>Dimensione relativa del segmento</i>	[40-45%]	[5-10%]	[45-50%]	100
Philip Morris	[25-30%]	[25-30%]	[90-95%]	[55-60%]
ETI	[45-50%]	[1-5%]	0	[20-25%]
BAT	[10-15%]	[1-5%]	[5-10%]	[5-10%]
Japan Tobacco	[0,01-1%]	[65-70%]	[0,01-1%]	[5,10%]
Gallaher	[5-10%]	[1-5%]	[0,01-1%]	[1-5%]
Altadis	[1-5%]	[5-10%]	[0,01-1%]	[1-5%]
Imperial	[0,01-1%]	0	[0,01-1%]	[0,01-1%]
Reemtsma	[0,01-1%]	0	[0,01-1%]	[0,01-1%]
Altri	[0,01-1%]	0	[0,01-1%]	[0,01-1%]
Mercato totale	100,00	100,00	100,00	100,00

Fonte: elaborazione interna su dati Etinera

Rispetto al 2000 (tabella 2), si registra una riduzione di circa [5-10%] punti della quota di mercato di PM e di circa [1-5%] punti percentuali della quota di ETI, a fronte della rilevante crescita della quota di BAT (dovuta soprattutto all'incremento delle vendite delle *Pall Mall* nel 2003) ed a un aumento della quota di Japan Tobacco.

Tabella 2 – evoluzione delle quote di mercato 2000-2003

	Volume		Valore	
	2000	2003 (genn. -ott.)	2000	2003 (genn. -ott.)
Philip Morris	[60-65%]	[50-55%]	[65-70%]	[55-60%]
ETI	[25-30%]	[20-25%]	[20-25%]	[20-25%]
BAT	[1-5%]	[5-10%]	[5-10%]	[5-10%]
Japan Tobacco	[1-5%]	[5-10%]	[1-5%]	[5-10%]
Gallaher	[0,01-1%]	[1-5%]	[0,01-1%]	[1-5%]
Altadis	[0,01-1%]	[1-5%]	[0,01-1%]	[1-5%]
Imperial	[0,01-1%]	[0,01-1%]	[0,01-1%]	[0,01-1%]
Reemtsma	[0,01-1%]	[0,01-1%]	[0,01-1%]	[0,01-1%]
Altri	[0,01-1%]	[0,01-1%]	[0,01-1%]	[0,01-1%]

Fonte: elaborazione interna su dati Etinera

15. Calcolando l'indice di concentrazione HHI, si evidenzia come l'operazione dia luogo ad un sostanziale incremento del grado di concentrazione nel mercato, tanto in volume quanto in valore, anche se tale incremento risulta inferiore alla riduzione dell'indice riscontrata tra il 2000 ed il 2003, in seguito all'intensificarsi della concorrenza (es. riposizionamento delle *Pall Mall*).

Tabella 3. – Indice di concentrazione (Hirschman-Herfindahl)

Volume			Valore		
2000	2003 (genn. -ott.)	Post concentrazione	2000	2003 (genn. -ott.)	Post concentrazione
4569,69	3671	4157	4895,35	4101	4480
Variazione	-20%	+13%		- 16%	+ 9%

Fonte: elaborazione interna su dati Etinera

ii) Il mercato italiano dei sigari

16. Nella sua decisione di rinvio all’Autorità, la Commissione lasciava aperta la definizione del mercato del prodotto nel settore dei sigari, in relazione alla possibilità di individuare mercati distinti corrispondenti ai segmenti relativi al tipo di tabacco utilizzato e, quindi, alla tipologia di sigari (es. cubano, toscano, ecc.).

Oltre alle risposte fornite alla Commissione dai concorrenti di ETI nel mercato dei sigari in Italia, le informazioni elaborate da BAT e da ETI mostrano come certamente i fumatori evidenzino preferenze alquanto costanti nel tempo per una specifica tipologia di sigari (ad es. i sigari “italiani”, intendendosi il sigaro *Toscano* di ETI ed i sigari comparabili), ma anche come tali preferenze non siano talmente stabili da escludere un apprezzabile grado di sostituibilità. Inoltre, il fatto che ben il [90-95%] dei sigari venduti in Italia sia rappresentato dai sigari c.d. “italiani”, e che gli altri sigari rappresentino una quota sostanzialmente residuale e dimensionalmente trascurabile del mercato, non induce ad identificare mercati distinti secondo la tipologia dei prodotti.

Nel mercato dei sigari devono essere inclusi anche i “sigaretti”: trattasi di sigari di minore calibro, assimilabili ai sigari, per modalità di produzione e abitudini di consumo dei consumatori. Pertanto, si ritiene che i sigaretti non costituiscano un mercato distinto, ma possano essere inclusi nel mercato del prodotto dei sigari.

17. Il volume del mercato italiano dei sigari (esclusi i sigaretti) nel 2002 è stato pari a circa 620 tonnellate, con una crescita annua che negli ultimi due anni è stata pari a circa l’1,5%. Per quanto riguarda i sigaretti, il volume complessivo delle vendite è stato pari a circa 350 tonnellate, con una consistente crescita rispetto all’anno precedente (+11%)⁶. Considerando il diverso peso di ciascun pezzo (il sigaretto pesa la metà del sigaro)⁷, il volume del segmento dei sigari è stato pari a circa 125 milioni di pezzi, mentre il volume del segmento dei sigaretti è stato pari a circa 140 milioni di pezzi, per un volume complessivo del mercato – anche secondo le stime degli operatori⁸ - di circa 265-270 milioni di pezzi nel 2002, per un valore complessivo stimabile in [70-75] milioni di euro.

Per quanto concerne le quote di mercato si riportano le elaborazioni svolte su dati di vendita di Etinera, disponibili per il solo segmento dei sigari, riportando le principali marche di ETI e BAT. I dati si riferiscono alle quote di mercato in valore; per il 2003, i dati riguardano le vendite nel periodo gennaio-ottobre (tabella 4).

Tabella 4 – Vendite in valore di sigari sul mercato italiano (1999-2003)

Produttore	Marca	1999	2000	2001	2002	2003 - 10 mesi
ETI	<i>Toscano</i>	[40-45%]	[40-45%]	[40-45%]	[40-45%]	[40-45%]
ETI	<i>Toscanello</i>	[15-20%]	[15-20%]	[10-15%]	[10-15%]	[10-15%]
ETI	<i>Altri</i>	[1-5%]	[1-5%]	[1-5%]	[1-5%]	[1-5%]
ETI	<i>Antico toscano</i>	[20-25%]	[20-25%]	[20-25%]	[20-25%]	[20-25%]
<i>Totale ETI</i>		[80-85%]	[80-85%]	[80-85%]	[80-85%]	[80-85%]
BAT	<i>Il Guelfo</i>	0	0	[0,01-1%]	[1-5%]	[1-5%]
BAT	<i>Altri</i>	[1-5%]	[1-5%]	[1-5%]	[1-5%]	[1-5%]
<i>Totale BAT</i>		[1-5%]	[1-5%]	[1-5%]	[1-5%]	[1-5%]

⁶ [Fonte: bilancio ETI 2002.]

⁷ [Nelle stime si considera che 1 kg di sigari corrisponde a 200 pezzi, mentre 1 kg di sigaretti corrisponde a 400 pezzi.]

⁸ [Risposte di Agio Cigars e Henri Wintermans al questionario della Commissione.]

Danneman	<i>Pedroni</i>	[1-5%]	[5-10%]	[5-10%]	[5-10%]	[5-10%]
Altri		[10-15%]	[5-10%]	[5-10%]	[5-10%]	[5-10%]

Fonte: elaborazione interna su dati Etinera.

La quota di ETI risulta pertanto costantemente superiore a [80-85%] (in volume è pari a circa il [75-80%]), mentre la quota di BAT si attesta intorno al [1-5%] (circa il [1-5%] in volume).

Si rileva la posizione preponderante di ETI, la crescita recente della marca *Il Guelfo* di BAT ed il fatto che tale sigaro “italiano” rappresenti solo il [40-45%] delle vendite di sigari di BAT in Italia. Si evidenzia, quindi, come le quote di mercato delle parti coinvolte dall’operazione siano stabili, mentre il concorrente più dinamico risulta essere la Danneman con la marca *Pedroni*.

Nel segmento dei sigaretti, la quota di ETI (presente con le marche Toscanello Mild, Toscanello Sport e Amabile) è molto più contenuta rispetto al segmento dei sigari (circa il [5-10%] in volume), mentre la quota di BAT (presente con le marche Captain Black, Mercator e Ambra) è stimabile al [5-10%] in volume.

Complessivamente, la quota di mercato di ETI sull’insieme delle vendite di sigari e sigaretti (calcolate in milioni di pezzi) è pari a circa il [35-40%], risultando comunque il leader del mercato, con BAT che si colloca intorno al [5-10%], dietro ad operatori come Danneman (distribuito dalla società svizzera Burger) con poco più del [15-20%] e Agio e Wintermans con il [10-15%] ed il [10-15%] circa.

iii) Altri mercati

18. E’ stato confermato dagli operatori del settore⁹ e da ETI (cfr. ad es. il verbale di audizione di ETI) che il tabacco da pipa ed il tabacco RYO (talora definiti complessivamente come “trinciati”), pur presentando varie similarità in termini di caratteristiche del prodotto e di processi produttivi, costituiscono mercati distinti, in considerazione del loro diverso utilizzo.

Il volume delle vendite in Italia nel 2002 di “trinciati” è stato pari a circa 500.000 Kg. (fonte: bilancio ETI 2002), di cui circa il 40% dato dal tabacco da pipa ed il restante 60% circa dal tabacco RYO.

Nel mercato della vendita del tabacco da pipa la quota del primo operatore, Imperial Tobacco, è di circa il [25-30%], a cui seguono ETI e BAT, con quote, rispettivamente del [25-30%] e del [15-20%]. Sono, inoltre, presenti numerosi altri concorrenti, con quote che variano dal [1-5%] di Altadis, a circa il [1-5%] di MacBaren al [5-10%] circa di Orlik (distribuita in Italia da Gutab).

Nel mercato della vendita del tabacco per RYO, Imperial Tobacco detiene il [50-55%], seguito da BAT con il [20-25%] circa e da Gallaher con circa il [10-15%]; ETI detiene [1-5%].

2. LA DISTRIBUZIONE DEI TABACCHI

19. ETI svolge, in sostanziale monopolio, tramite la propria controllata Etinera, l’attività di distribuzione all’ingrosso dei prodotti derivati del tabacco, offrendo ai produttori servizi relativi alla logistica, amministrazione e gestione di dati connessi allo scarico, all’immagazzinamento e alla rivendita dei prodotti ai tabaccai¹⁰.

20. Il sistema di distribuzione di Etinera è articolato in 13 depositi fiscali territoriali e in circa 540 depositi fiscali locali (questi ultimi erano in precedenza denominati magazzini di generi di monopolio)¹¹. Due dei tredici depositi territoriali fungono anche da depositi centrali, nel senso che una parte del prodotto in essi stoccato è destinata a depositi territoriali. I depositi territoriali ricevono le sigarette prodotte dalle manifatture nazionali o importate, per poi trasferirle ai depositi fiscali locali presso i quali si approvvigionano i rivenditori al dettaglio¹².

⁹ [Cfr. risposte di Imperial, Altadis, Gallaher, Gutab, MacBaren, Orlik, ai questionari inviati dalla Commissione Europea.]

¹⁰ [La presenza della sola ETINERA nel mercato della distribuzione dà luogo ad una situazione di monopolio di fatto, essendo stato abolito nel 1975 il monopolio legale nella distribuzione all’ingrosso dei tabacchi lavorati. Attualmente è del tutto marginale la presenza di altri tre operatori, che distribuiscono taluni prodotti diversi dalle sigarette, di limitata diffusione. Le strutture di cui dispongono questi operatori sono esigue.]

¹¹ [In merito alla disciplina dei depositi fiscali, v. il D.M. 22 febbraio 1999, n. 67, modificato dal D.M. 9 giugno 2000, n. 170, e dal D.M. 12 giugno 2002, n. 119.]

¹² [Le rivendite di generi di monopolio sono circa 54.000; esse operano in base a concessioni rilasciate dall’Amministrazione Autonoma dei Monopoli di Stato. La vendita al dettaglio è effettuata, altresì, da oltre 15.000 titolari di “patentini”, i quali si riforniscono presso determinate rivendite di tabacchi.]

Il passaggio della proprietà del prodotto dal produttore ad Etinera avviene al momento del trasferimento dal deposito territoriale al deposito locale.

Ai fini dell'esazione delle imposte rileva il momento dell'uscita del prodotto dal deposito fiscale locale¹³.

21. I contratti stipulati da Etinera con i produttori prevedono che le attività di natura commerciale o promozionale relative ai prodotti distribuiti siano riservate ai produttori. Etinera è contrattualmente obbligata, nei confronti di ciascun produttore, a svolgere la propria attività di distributore *“senza operare alcuna discriminazione rispetto ad altri marchi di sigarette in commercio”* (articolo 2.2 dei contratti)¹⁴. Il produttore ha il diritto di ispezionare, attraverso propri dipendenti o incaricati, i depositi fiscali, sia territoriali che locali.

22. Etinera riceve dai produttori un compenso scomposto in due tipi: per prestazione di “servizi” al livello dei depositi territoriali; per “attività” al livello dei depositi locali. Entrambi i compensi sono espressi per chilogrammo di prodotto ed hanno valore unitario decrescente al crescere della quantità.

23. I depositi locali sono gestiti da terzi (cosiddetti gestori delegati), sulla base di contratti di servizi stipulati con Etinera, aventi durata fino al 31 gennaio 2005¹⁵.

La proprietà degli immobili mediante i quali è svolta l'attività dei depositi locali è dei gestori delegati, ad eccezione di 10 depositi che sono di proprietà di Etinera. La titolarità delle autorizzazioni amministrative relative ai depositi locali della rete di Etinera è, invece, della stessa Etinera.

I contratti stipulati con i gestori delegati non prevedono che l'attività sia svolta in esclusiva per Etinera. I gestori possono, quindi, distribuire altri tabacchi lavorati senza necessità di un benestare di Etinera, ma devono essere titolari di un'autorizzazione amministrativa all'esercizio di deposito fiscale, distinta da quella di cui è titolare Etinera.

In base all'articolo 4 dei contratti in discorso, Etinera indica al gestore delegato le rivendite da rifornire (*“le rivendite rispetto alle quali è responsabilità primaria della Contraente strutturarsi per soddisfare la domanda”*). Tuttavia, secondo quanto affermato nel corso dell'istruttoria da Etinera, non vi è una vera e propria assegnazione di ciascun rivenditore di generi di monopolio a un determinato deposito locale, diversamente da quanto avveniva all'epoca in cui la distribuzione era svolta dall'Amministrazione Autonoma dei Monopoli di Stato (di seguito AAMS).

24. Il sistema informatico non è fisicamente separato tra ETI ed Etinera, esistendo attualmente una separazione soltanto logica: nessun dipendente di ETI è abilitato ad accedere al sistema informativo di Etinera, essendovi *password* distinte tra le due società (verbali audizioni ETI ed Etinera).

25. Per quanto riguarda la gestione dei dati acquisiti nella sua attività di distributore, Etinera ha spiegato nel corso dell'istruttoria che nel proprio sistema informativo sono inseriti tutti gli ordini di ciascuna tabaccheria, al pari dei dati di vendita giornalieri da ciascun deposito locale a ciascuna tabaccheria, per ogni prodotto. Etinera ha affermato, inoltre, che tra breve avrà la disponibilità anche dei dati relativi agli inevasi, relativamente alle singole tabaccherie.

Etinera ha precisato che i dati in proprio possesso, in quanto dati sensibili sotto il profilo commerciale, vengono da essa girati ai produttori in forma limitata e aggregata, ossia ogni produttore riceve, come previsto dai contratti, i dati relativi alle vendite giornaliere di ciascuno dei propri prodotti da ciascun deposito locale all'insieme delle tabaccherie servite dal deposito¹⁶. Inoltre, Etinera comunica a ciascun produttore, giornalmente, le movimentazioni giornaliere dell'insieme dei prodotti presenti nel mercato da ciascun deposito territoriale a ciascun deposito locale e, mensilmente, le movimentazioni mensili dell'insieme dei prodotti presenti nel mercato da ciascun deposito locale all'insieme delle tabaccherie da quest'ultimo fornite.

26. In merito alle modalità attraverso cui Etinera viene a conoscenza della programmazione distributiva di ciascun produttore, tale società ha affermato che la programmazione è di fatto mensile, sebbene i contratti prevedano la comunicazione preventiva ad Etinera di una previsione del volume annuo complessivo del produttore, ripartito per ciascun deposito territoriale.

¹³ [Fino al settembre 2002 rilevava, invece, il momento dell'uscita dal deposito di livello superiore.]

¹⁴ [Anche i distributori al dettaglio sono tenuti alla neutralità nei confronti dei produttori, in base al capitolato d'oneri annesso agli atti di concessione.]

¹⁵ [Entrambe le parti contrattuali hanno facoltà di recesso qualora il volume di prodotto distribuito da Etinera diminuisca del 35% rispetto all'anno precedente.]

¹⁶ [Il contratto prevede, inoltre (art. 3.6.c), che il produttore possa essere informato in via informatica, giornalmente, di tutti gli ordini di propri prodotti effettuati il giorno precedente in formato elettronico da ciascun rivenditore al dettaglio e, previa autorizzazione dell'Amministrazione Autonoma dei Monopoli di Stato, avere la possibilità di raccogliere e trasmettere ad Etinera, per conto dei rivenditori al dettaglio, i moduli elettronici contenenti gli ordini dei prodotti del produttore stesso.]

3. I RAPPORTI CONTRATTUALI TRA ETI E PHILIP MORRIS

27. Tra ETI e PM intercorrono due rapporti contrattuali, uno riguardante la distribuzione (contratto stipulato da Etinera nella sua attività sopra descritta), l'altro la fabbricazione da parte di ETI di prodotti per conto di PM.

a) Il contratto di distribuzione

28. Il contratto di distribuzione con PM genera circa il [omissis] dei ricavi di Etinera (verbale audizione Etinera del 17 novembre 2003) e circa [omissis] di euro del profitto di Etinera, rappresentando circa il [omissis] del profitto totale del gruppo ETI (verbale audizione BAT del 18 novembre 2003)¹⁷.

Il contratto scade il 31 gennaio 2005. PM dispone di un diritto di recesso a seguito della privatizzazione di ETI.

Nel caso di scioglimento anticipato del contratto per qualsiasi motivo, Etinera sarà obbligata a svolgere, per un periodo di dodici mesi successivi allo scioglimento anticipato, le attività e i servizi di distribuzione e, se richiesta da PM, per un ulteriore periodo di sei mesi le sole attività al livello dei depositi locali.

b) Il contratto di produzione

29. Il contratto di produzione per conto, stipulato il 4 maggio 2001 tra ETI e Philip Morris Products S.A. – la quale ha successivamente ceduto tutti i diritti e le obbligazioni relativi a tale contratto alla società Philip Morris S.p.A., ora Philip Morris Italia S.p.A. - ¹⁸ prevede che ETI produca per conto di PM, sino al 31 dicembre 2005, una quantità fissa di 16 milioni di chilogrammi di sigarette all'anno, da vendere in Italia con i marchi *Marlboro Soft* e *Diana*, di proprietà di PM, a fronte di circa 25 milioni di chilogrammi complessivi di prodotti di ETI¹⁹ (quindi, circa il 64% della produzione complessiva di sigarette di ETI).

Il contratto genera ricavi annui per [omissis] di euro, a fronte dei circa [omissis] di euro di ricavi di ETI per vendita di prodotti propri. Il contratto contribuisce per [omissis] di euro al margine operativo lordo di ETI, che è stato superiore a 200 milioni di euro nell'esercizio 2002-2003.

30. Il contratto attribuisce a PM un diritto di recesso a seguito della privatizzazione di ETI, nonché un diritto di prelazione per l'acquisto degli stabilimenti di ETI in cui avviene la fabbricazione per conto di PM.

31. La [omissis] della produzione per conto di Philip Morris è concentrata nello stabilimento di Bologna, [omissis].

4. LE ARGOMENTAZIONI DELLE PARTI

a) Le scelte strategiche di BAT

32. BAT ha affermato di avere intenzione, a seguito dell'acquisizione di ETI, di svolgere sul mercato un'aggressiva concorrenza nei confronti degli altri operatori, nell'ambito di una strategia volta a superare a livello mondiale il principale concorrente, PM. L'acquisizione di ETI rappresenta, per BAT, l'occasione per presentarsi ai consumatori con marche posizionate in tutte le fasce di prezzo.

Dall'istruttoria non emergerebbe - secondo BAT - alcun elemento che possa indurre a ritenere che, dopo l'acquisizione di ETI, la stessa BAT abbandoni la propria attitudine competitiva nel mercato. BAT ha inoltre affermato di avere intenzione di continuare a svolgere la propria azione concorrenziale nei confronti di PM, attaccando il segmento *premium*, che assicura margini ben più elevati di quelli conseguibili nel segmento *value*.

Non vi sarebbero, comunque, secondo BAT, i tre elementi la cui sussistenza è necessaria per la configurazione di una posizione dominante collettiva (nel caso di specie, in ipotesi, di PM e BAT). Anzitutto, secondo BAT non sussisterebbe l'elemento della trasparenza del mercato, in quanto dal momento della decisione di una strategia di prezzo da parte di un produttore al momento della pubblicazione dell'iscrizione o variazione in tariffa passano circa 30-60 giorni, cosicché

¹⁷ [Come "profitto" sembra doversi qui intendere il margine operativo lordo, che nell'esercizio di ETI terminato il 30 settembre 2003 è stato pari a 203 milioni di euro (comunicato stampa di ETI del 25/11/03, cfr. sito www.etispa.it).]

¹⁸ [Il contratto di produzione per conto, stipulato nel 2001, sostituisce precedenti contratti di licenza in base ai quali ETI e, prima ancora, AAMS, producevano e vendevano sigarette con marchi di proprietà di PM. Tali contratti di licenza, unitamente alle iniziative intercorse per i loro rinnovo e la loro attuazione, sono stati la base per un'ampia concertazione tra PM e AAMS/ETI nel periodo 1993-2001, avente come oggetto ed effetto la convergenza delle loro strategie commerciali (cfr. provvedimento n. 11795 del 13 marzo 2003, pubblicato sul Bollettino dell'Autorità n. 11/2003). In particolare, PM e AAMS/ETI hanno applicato aumenti di prezzo contestuali e omogenei, riuscendo a mantenere la loro quota congiunta di mercato al di sopra del 90%, anche attraverso azioni volte a limitare le iniziative concorrenziali degli altri operatori.]

¹⁹ [Informazioni desunte dal bilancio ETI dell'esercizio chiuso al 30 settembre 2002 (cfr. sito www.etispa.it).]

la reazione dei concorrenti non può essere immediata. Inoltre, mancherebbe la possibilità di una ritorsione reciproca, tale da incentivare i due operatori principali a non farsi concorrenza. Infine, i concorrenti minori sarebbero comunque in grado di esercitare un'efficace pressione concorrenziale sui due operatori principali.

La mancanza degli elementi della posizione dominante collettiva è sostenuta anche da ETI, secondo cui BAT potrà, a seguito dell'acquisizione, intraprendere con maggiore efficacia azioni concorrenziali nei confronti del principale operatore del mercato.

b) L'integrazione verticale tra la produzione e la distribuzione

La posizione dei soggetti intervenuti nel procedimento e di quelli interpellati

33. Secondo PM, il controllo della distribuzione da parte di un produttore di rilievo come BAT potrebbe comportare la discriminazione degli altri produttori. Anzitutto, in ragione della differenza di margine tra l'attività produttiva e l'attività distributiva, Etinera sarebbe indotta a penalizzare la distribuzione dei prodotti dei concorrenti di BAT, per favorire la vendita dei prodotti di quest'ultima. Inoltre, la controllante BAT sarà in grado di venire a conoscenza sia dei lanci di nuovi prodotti dei concorrenti, con un notevole anticipo rispetto al mercato, sia di dati di vendita dei concorrenti con un elevato grado di precisione e di dettaglio, per ogni livello della filiera distributiva.

34. In particolare, in termini di neutralità, PM ritiene che, a seguito della concentrazione, si avrebbe un peggioramento significativo rispetto all'attuale situazione, essendo BAT un concorrente di PM a livello internazionale, mentre ETI ha seguito la tradizione dell'AAMS quale monopolista pubblico della distribuzione ed è stata concorrente di PM nel solo mercato italiano. Nondimeno, recentemente Etinera, a seguito di un'intenzione di PM di ridurre i prezzi, avrebbe sospeso la distribuzione dei prodotti PM dal deposito centrale ai depositi locali, determinando una rottura di *stock* nel mese di settembre 2003.

Per quanto riguarda le informazioni sulle vendite di tutti i produttori in possesso di Etinera, PM afferma l'inefficacia della separazione societaria e contabile e di quella della rete informatica, essendo comunque possibile per la controllante BAT ottenere le informazioni in possesso della sua controllata.

PM sostiene che BAT può avere incentivi a sfruttare il proprio vantaggio competitivo in Italia – derivante dal monopolio della distribuzione – ai fini della gestione delle marche internazionali sugli altri mercati geografici (decisioni di prezzo, di diversificazione di un prodotto preesistente o di lancio di un nuovo prodotto).

Le preoccupazioni espresse deriverebbero dall'esperienza pregressa della stessa PM in Gran Bretagna, dove BAT, a seguito dell'acquisizione di Rothmans, pervenne al controllo della distribuzione dei prodotti PM e agì in modo non neutrale, inducendo PM a gestire in modo autonomo, successivamente, la distribuzione dei propri prodotti.

Secondo PM occorrerebbe pervenire, quindi, ad una separazione proprietaria tra BAT/ETI ed Etinera.

35. La FIT sostiene, parimenti, che muteranno gli incentivi di Etinera con il passaggio del controllo di tale società ad una grande impresa privata operante nella produzione di tabacchi e fa presente che, in un sistema distributivo come quello italiano, nel quale ogni tabaccaio è tenuto a mettere a disposizione del consumatore finale il prodotto desiderato e a garantire la neutralità della distribuzione al dettaglio, ogni eventuale distorsione del sistema distributivo all'ingrosso avrebbe inevitabili ripercussioni sulla fase al dettaglio. La FIT auspica, pertanto, che il controllo di Etinera sia ceduto ad un soggetto terzo, che dia adeguate garanzie di indipendenza e di competenza.

36. Gli altri produttori operanti nei mercati dei prodotti del tabacco, interpellati nel corso dell'istruttoria, hanno affermato di non avere subito finora discriminazioni da parte di Etinera. Tuttavia, tali produttori non escludono che la diversa struttura di incentivi del nuovo operatore, quale risultante dalla concentrazione, possa influire negativamente sulla neutralità del distributore.

Tutti i produttori minori di sigarette hanno sostenuto che, in ragione dell'esigua presenza nel mercato italiano, non sarebbe economicamente sostenibile, per essi, la costituzione di una rete autonoma di distribuzione. In particolare, per ottenere un buon livello di efficienza e di qualità del servizio, una rete di distribuzione richiederebbe la movimentazione di almeno il 25% del volume totale delle sigarette destinate al mercato italiano (percentuale stimata da JT).

La posizione di BAT/ETI/ETINERA

37. BAT, ETI ed Etinera hanno sostenuto che l'attività di distribuzione è svolta in modo del tutto autonomo e neutrale. BAT ha aggiunto che tale situazione non muterà a seguito della concentrazione.

Sia ETI che Etinera hanno affermato che la distinzione tra l'attività di produzione della prima e quella di distribuzione della seconda è garantita non soltanto dalla separazione societaria, ma anche dalla separazione del *management* e del sistema informativo.

38. Secondo BAT, peraltro, le previsioni dei contratti in essere tra Etinera e i singoli produttori sono di per sé idonee a garantire la neutralità della distribuzione. Infatti, i contratti prevedono che ad ogni produttore sia sempre garantito uno spazio di stoccaggio del proprio prodotto nei depositi, in misura proporzionale alla propria quota di mercato. BAT aggiunge che la neutralità dei servizi logistici inerenti alla distribuzione è indotta anche dalla neutralità a valle, prescritta ai rivenditori al dettaglio.

Secondo ETI, quanto affermato da PM in merito alla sospensione della distribuzione, che avrebbe determinato rotture di *stock* di prodotti PM nel mese di settembre 2003, non corrisponderebbe al vero, trattandosi, invece, di una vicenda chiarita tra le parti, come risulta da un'ampia corrispondenza tra Etinera e PM.

39. ETI ed Etinera hanno affermato che la prima non partecipa alle decisioni operative riguardanti la distribuzione. In particolare, l'attuale Consiglio di amministrazione di Etinera, composto da quattro membri nominati da ETI e da tre membri nominati dal Ministero dell'Economia e delle Finanze, affronta argomenti quali il bilancio e le eventuali diversificazioni dell'attività della società, non gli aspetti operativi della distribuzione. Nell'ambito di Etinera, la gestione del *business* distribuzione è affidata al *management*, nominato dall'Amministratore delegato di tale società.

ETI ha sostenuto, altresì, di non ricevere da Etinera informazioni ulteriori rispetto a quelle che quest'ultima rilascia agli altri produttori-clienti.

40. BAT ha sottolineato, infine, che il possibile ricorso a strategie abusive da parte di un'entità risultante da una concentrazione, sanzionabile in base alle norme comunitarie e nazionali che vietano l'abuso di posizione dominante, non può costituire motivo di divieto della concentrazione, come chiarito dalla giurisprudenza comunitaria nel caso *Tetra Laval/Sidel*.

c) I rapporti contrattuali tra ETI/Etinera e PM

La posizione di PM

41. Per quanto riguarda le prospettive del rapporto contrattuale di distribuzione, PM ha affermato di non poter non tenere conto del fatto che BAT è il principale concorrente mondiale.

PM ha affermato, inoltre, che essa potrebbe forse avere i volumi sufficienti per realizzare una rete di distribuzione alternativa a quella di Etinera, ma l'effettiva realizzazione presuppone il superamento di vari ostacoli e comporta costi e rischi ingenti. Ad esempio, i gestori dei depositi locali non sono attualmente titolari delle licenze, delle quali è invece titolare Etinera. Occorrerebbe, quindi, il rilascio di nuove licenze, oltre all'individuazione di locali alternativi per la costituzione di nuovi depositi fiscali. Inoltre, se PM richiedesse l'autorizzazione ad aprire uno o più depositi fiscali sotto il regime di sospensione fiscale, le verrebbe richiesta, da parte del Ministero competente, una garanzia proporzionale al valore dell'accisa applicabile all'intero volume di sigarette contenute in tale deposito. PM dovrebbe quindi sostenere un costo alquanto elevato, ponendosi in posizione di svantaggio nei confronti di Etinera che, per la legge vigente, è esentata dall'onere di tale garanzia.

PM ha stimato *[omissis]* circa il periodo eventualmente necessario per costituire una propria rete indipendente, aggiungendo che si riserva di valutare l'opportunità di risolvere il contratto di distribuzione in essere ove non intervenisse la separazione proprietaria di Etinera da BAT.

42. Quanto alle prospettive del contratto di fabbricazione, PM ha affermato che essa sarebbe in grado di introdurre dall'estero l'intero quantitativo di sigarette destinato al mercato italiano, con costi comparabili a quelli della fabbricazione in Italia, seppure con qualche rischio in più in relazione ad eventuali disfunzioni dei trasporti.

La posizione di BAT/ETI/Etinera

43. In merito al contratto di distribuzione, BAT ha affermato che esso non è essenziale, *[omissis]*.

Secondo la stessa BAT, nonché ETI ed Etinera, qualora venisse meno il rapporto contrattuale con PM, potrebbero essere effettuate azioni di ristrutturazione di Etinera, volte alla diminuzione dei costi, *[omissis]*.

ETI aggiunge che proprio la concentrazione potrebbe essere di stimolo per l'ingresso di nuovi concorrenti nel mercato dei servizi logistici integrati attinenti alla distribuzione dei tabacchi lavorati.

44. Per quanto riguarda il contratto di fabbricazione, BAT ed ETI sottolineano che esso incide in misura marginale sulla redditività di ETI. Inoltre, la struttura del contratto, del tutto diversa da quella dei precedenti contratti di licenza, non determinerebbe, secondo BAT, alcun incentivo al coordinamento dei comportamenti di mercato delle due parti contrattuali.

d) Gli impegni presentati da BAT

45. BAT ha presentato, in data 27 novembre 2003, una nota recante taluni impegni da essa elaborati al fine di fugare eventuali dubbi circa l'assenza di pregiudizi alla concorrenza a seguito della concentrazione. Gli impegni sono attinenti al contratto di produzione di sigarette per conto di PM e alla separazione decisionale e gestionale tra ETI ed Etinera. Nella premessa della nota, BAT ricorda che la vendita di ETI come impresa comprendente anche Etinera è stata, per il Ministero dell'Economia e delle Finanze, un caposaldo della privatizzazione e che nel contratto stipulato, a seguito dell'aggiudicazione della gara, dallo stesso Ministero con BAT il 24 luglio 2003, vi è una clausola di *lock-up* secondo cui *[omissis]*.

Gli impegni

46. BAT si impegna a non rinnovare il contratto di produzione per conto di PM, la cui scadenza è fissata al 31 dicembre 2005.

Inoltre, BAT inviterà PM, entro un mese dalla conclusione dell'operazione di concentrazione, a decidere se esercitare o meno la facoltà di recesso attribuita dal contratto a PM in relazione alla privatizzazione di ETI. Contemporaneamente, BAT formulerà a PM un'offerta di vendita dello stabilimento di Bologna, dove avviene attualmente la produzione per conto di PM. Posto che la vendita dello stabilimento di ETI deve essere subordinata, in base al contratto BAT/Ministero, alla condizione sospensiva del previo consenso del Ministero stesso, BAT si impegna a compiere ogni ragionevole sforzo per far sì che tale condizione sospensiva si avveri. Inoltre, qualora PM aderisce all'offerta, BAT compirà ogni ragionevole sforzo affinché il Governo modifichi o abroghi la legge n. 907/1942 concernente il monopolio legale della produzione di tabacchi lavorati, in modo da consentire a PM di utilizzare direttamente lo stabilimento di Bologna.

47. Per quanto riguarda l'attività di Etinera, BAT si impegna, direttamente e per conto delle proprie controllate, ad osservare i vincoli dei contratti in essere secondo cui Etinera deve essere gestita in maniera distinta e separata rispetto ad ETI.

Inoltre, BAT si impegna, al fine di rafforzare la separazione tra ETI ed Etinera sotto il profilo decisionale e gestionale, ad eliminare, dal Consiglio di Amministrazione di Etinera, i due attuali consiglieri che hanno un ruolo operativo in ETI. *[omissis]*.

La posizione dei soggetti intervenuti nel procedimento e di quelli interpellati

48. PM sostiene che gli impegni presentati da BAT non sarebbero idonei a rimuovere gli effetti pregiudizievoli della concorrenza che la concentrazione determina.

In particolare, secondo PM l'impegno riguardante Etinera sarebbe inadeguato, in quanto di tipo meramente comportamentale, in una fattispecie in cui sarebbe necessario, invece, un rimedio di tipo strutturale, tale da comportare che l'azionariato di controllo di Etinera sia diverso ed indipendente da quello di ETI, al fine di garantire una effettiva neutralità del sistema distributivo.

Quanto agli impegni presentati da BAT in relazione al contratto di produzione per conto, ed in particolare all'eventuale cessione dello stabilimento di ETI in cui tale produzione avviene, PM ha affermato che l'acquisto da parte sua non è allo stato pensabile, stante la permanenza del monopolio legale della produzione. PM si riserva di esprimere una propria valutazione non appena l'intero processo sarà concluso e si sarà verificata la condizione di cui al contratto.

49. Tra gli altri produttori, solo JT ha formulato un commento specifico agli impegni presentati da BAT. Dal punto di vista di JT, non vi è un'aprioristica sfiducia nella neutralità di BAT come distributore. JT paventa, tuttavia, la circolazione all'interno del gruppo BAT di un insieme di informazioni sui concorrenti acquisite da Etinera nella sua attività di distribuzione.

Per JT, inoltre, l'esistenza di un cliente principale di Etinera come PM, che conta per circa il 60% dell'attività di distribuzione, porrebbe anche un soggetto indipendente in una posizione di estrema debolezza rispetto a possibili pressioni da parte della stessa PM.

V. VALUTAZIONI GIURIDICHE

1) LE MODIFICHE STRUTTURALI DEL MERCATO CONSEGUENTI ALL'OPERAZIONE

50. Le risultanze istruttorie confermano un'elevata concentrazione del mercato, caratterizzato dalla presenza di un operatore leader (PM) che detiene il *[55-60%]* in valore, a cui segue ETI con il *[20-25%]* e BAT con circa *[5-10%]*.

A seguito dell'operazione comunicata, la quota di mercato di BAT raggiungerà il [30-35%] mentre BAT e PM deterranno, congiuntamente, circa il [85-90%] del mercato. L'indice di concentrazione Herfindahl-Hirschman risulterà pari a 4480 in valore, con un aumento rispetto a quello precedente all'operazione di circa il 9%²⁰.

A fronte di tali quote, il mercato rilevante è un mercato sostanzialmente saturo - essendo presenti la totalità dei principali operatori internazionali - e trasparente, poiché i prezzi al dettaglio sono pubblicamente noti. La sigaretta, inoltre, presenta tutte le caratteristiche di un prodotto maturo, con costi omogenei tra le diverse marche.

51. Il mercato è stato, inoltre, tradizionalmente caratterizzato, fino al 2001, da uno scarso livello di concorrenza, dimostrato, tra l'altro, dall'esistenza di un'ampia concertazione esplicita tra i due principali operatori, AAMS/ETI e PM nel periodo 1993-2001²¹. In particolare, tali imprese hanno applicato aumenti di prezzo contestuali e omogenei, riuscendo a mantenere la loro quota congiunta di mercato al di sopra del 90%, anche attraverso azioni volte a limitare le iniziative concorrenziali degli altri operatori.

52. In un siffatto contesto, BAT risultava essere il solo operatore che, nel periodo più recente, ha posto in essere strategie di prezzo relativamente aggressive. Questo originario assetto di mercato appare di centrale rilevanza. A giudizio dell'Autorità, la posizione dominante collettiva viene a costituirsi a seguito della presente operazione proprio perché è solo a seguito della sua realizzazione che gli operatori interessati (BAT/ETI e PM) verranno a detenere il potere, che prima non avevano, di adottare una stessa linea d'azione nel mercato. Tale analisi appare indispensabile poiché, *“in mancanza di una modifica sostanziale nel livello di concorrenza preesistente, l'operazione dovrebbe essere autorizzata, poiché non ha effetti restrittivi della concorrenza. Ne consegue che il grado di concorrenza esistente nel mercato di cui trattasi al momento della notifica dell'operazione è una circostanza determinante per caratterizzare l'eventuale creazione di una situazione di posizione dominante collettiva [...]”*²². In questo senso, posto che le evidenze del passato hanno mostrato un assetto poco competitivo, come provano le già ricordate condotte esplicitate poste in essere dai primi due operatori (PM e ETI)²³, l'operazione comporta il venir meno degli incentivi a competere da parte dell'unico operatore che si è rivelato dinamico e aggressivo nel passato, BAT.

53. A seguito dell'operazione, l'impresa risultante dalla concentrazione subentrerà, inoltre, nei contratti di produzione e di distribuzione precedentemente stipulati tra ETI e PM. In particolare, BAT/ETI svolgerà la produzione per conto di una quantità di sigarette di PM, che rappresentano circa il 60% del totale delle sigarette prodotte in Italia da ETI.

BAT acquisirà anche il controllo di Etinera, che opera come monopolista di fatto nel mercato della distribuzione all'ingrosso e dell'attività di logistica di sigarette e degli altri prodotti derivati dal tabacco; pertanto, sarà titolare del contratto per la distribuzione della totalità dei prodotti di PM destinati al mercato italiano.

2) LA COSTITUZIONE DI UNA POSIZIONE DOMINANTE COLLETTIVA IN CAPO A BAT/ETI E PM NEL MERCATO ITALIANO DELLE SIGARETTE

La posizione dominante collettiva

54. Le modifiche nella struttura del mercato, conseguenti alla realizzazione dell'operazione in oggetto, sarebbero tali da disincentivare l'adozione di strategie aggressive tra la nuova entità e il principale altro operatore sul mercato delle sigarette, PM, con l'effetto di costituire una posizione dominante collettiva. Infatti, valutata in prospettiva, l'operazione di concentrazione appare dare origine ad una situazione nella quale una concorrenza effettiva nel mercato rilevante viene ad essere ostacolata in modo significativo da parte delle imprese partecipanti alla concentrazione - BAT ed ETI - e PM, avendo queste società, soprattutto a causa dei fattori di correlazione tra esse esistenti, il potere di adottare sul mercato una medesima linea d'azione e di agire in gran parte indipendentemente dagli altri concorrenti, dalla loro clientela e, infine, dai consumatori²⁴.

²⁰ [Secondo l'orientamento espresso nelle Merger Guidelines statunitensi, a partire da un valore iniziale dell'indice Herfindahl-Hirschman prossimo a 1.800 punti, ben inferiore rispetto a quello che si registra nel caso di specie, un incremento di entità superiore a 100 punti è suscettibile di produrre effetti restrittivi della concorrenza.]

²¹ [Cfr. provvedimento n. 11795 del 13 marzo 2003, pubblicato sul Bollettino dell'Autorità n. 11/2003.]

²² [Sentenza del Tribunale di primo grado del 6 giugno 2002, causa T-342/99, Airtours/Commissione, p. 82.]

²³ [Cfr. punto 51, nota 20.]

²⁴ [Cfr. sentenza Airtours, citata, punto 59.]

Più in generale, la prassi e la giurisprudenza comunitaria²⁵ hanno individuato una serie di caratteristiche, strutturali e comportamentali, che, favorendo l'adozione di analoghe politiche di mercato da parte di talune imprese, possono determinare la costituzione di una posizione dominante collettiva. Fra tali caratteristiche, ricorrono, nel caso di specie, l'omogeneità del prodotto, la maturità del mercato e la sostanziale stabilità della domanda, tutti fattori che rendono il confronto e le comparazioni delle strategie molto agevoli, assenti i margini di errore nell'osservare le reazioni dei concorrenti e sostanzialmente nullo il rischio di ingresso di nuovi operatori.

55. Andando ad analizzare il contesto nel quale l'acquisizione si colloca, va rilevata, in particolare, la sussistenza dei tre elementi che la giurisprudenza comunitaria ha individuato come costitutivi di una posizione dominante collettiva²⁶: a) la possibilità di conoscere il comportamento degli altri membri dell'oligopolio al fine di verificare se essi adottano o meno la stessa linea di azione sul mercato (trasparenza del mercato); b) la possibilità che il coordinamento tacito tra gli oligopolisti possa mantenersi in ragione dell'esistenza di adeguati incentivi a non discostarsi dalla comune linea d'azione nel mercato; c) la circostanza che la reazione prevedibile da parte dei concorrenti effettivi o potenziali, nonché dei consumatori, non possa rimettere in discussione i risultati attesi da tale linea di condotta comune.

a) Trasparenza

56. Ciascun membro dell'oligopolio dominante appare in grado di conoscere il comportamento degli altri membri, al fine di verificare se essi adottino o meno la stessa linea di azione. La trasparenza, nel mercato delle sigarette, è infatti dimostrata dalla pubblicazione dei prezzi sulla Gazzetta Ufficiale, con una tempistica tale da consentire a ciascun membro dell'oligopolio dominante di conoscere, in modo sufficientemente preciso ed immediato, l'evoluzione del comportamento nel mercato di ciascuno degli altri membri. I novanta giorni – al massimo - che intercorrono tra la modifica del prezzo e la sua effettiva pubblicazione sono, infatti, da ritenersi un arco temporale breve per reagire alle eventuali mosse aggressive poste in essere dagli altri operatori.

b) Capacità dissuasiva

57. La concentrazione rende plausibile la tenuta di un equilibrio tacitamente collusivo, in considerazione del fatto che i primi due operatori, con una quota aggregata compresa tra l'85 e il 95%, disporranno della reciproca capacità di minaccia ritorsiva nel caso di ribassi nei prezzi dell'altro operatore.

La presenza di fattori di dissuasione deriva, in particolare, dai rapporti contrattuali di produzione e di distribuzione stipulati tra BAT/ETI e PM, che permettono a ciascuna di tali imprese di minacciare azioni ritorsive a seguito di eventuali comportamenti aggressivi dell'altra. Si tratta, in particolare, di: *i*) minacce di recesso dal contratto di fabbricazione da parte di PM o di non rinnovo dello stesso; *ii*) minacce da parte di BAT di un uso della rete di distribuzione (Etinera) a scapito di PM.

i) La possibilità da parte di PM di recedere dal contratto di fabbricazione o di non rinnovarlo

58. L'accordo di produzione appare essere l'elemento di dissuasione a politiche aggressive, quindi non allineate all'equilibrio raggiunto nel nuovo assetto di mercato, a disposizione di PM nei confronti di BAT/ETI.

Più precisamente, PM risulta essere il principale cliente di ETI nella produzione di sigarette per effetto del contratto di produzione, il quale prevede, sino al 31 dicembre 2005, un volume fisso di 16 milioni di chilogrammi all'anno, pari ad oltre il 60% della produzione complessiva realizzata da ETI. Tra l'altro, proprio a tale produzione ETI dedica [omissis] impianto attivo a Bologna. Ne consegue che PM è in grado di minacciare il recesso dal contratto di produzione con conseguenti effetti a danno di BAT/ETI. Tali effetti consisterebbero in una rilevante diminuzione dei volumi di produzione di sigarette a marchio PM, diminuzione che si andrebbe ad aggiungere a quella in valore connessa al possibile avvio di una guerra di prezzo.

Inoltre, anche il ricorso a tale strumento da parte di PM appare credibile, in considerazione del fatto che quest'ultima società ha dichiarato di poter facilmente produrre in proprio e a costi analoghi le sigarette attualmente oggetto del contratto con ETI. Questo significa che nel caso di avvio o minaccia di avvio di strategie di prezzo aggressive da parte

²⁵ [Oltre alla già citata sentenza *Airtours*, cfr. decisione della Commissione del 22 luglio 1992, caso IV/M190, *Nestlé/Perrier*; Decisione della Commissione del 14 dicembre 1993, caso n. IV/M308, *Kali und Salz/Mdk/Treuhand*; Decisione della Commissione del 24 aprile 1996, caso n. IV/M619, *Gencor/Lonrho*; Sentenza della Corte di Giustizia del 31 marzo 1998, cause riunite C-68/94 e C-30/95, *Francia e altri/Commissione, relativa allo stesso caso Kali und Salz*; Sentenza del Tribunale di Primo Grado del 25 marzo 1999, causa T-102/96, *Gencor/Commissione*.]

²⁶ [Sentenza *Airtours*, citata, punto 62.]

di BAT/ETI, PM sarebbe certamente indotta, al fine di impedirlo o disincentivarlo, a punire il concorrente producendo all'estero, visto che non subirebbe perdite superiori rispetto a quelle connesse al mancato volume di vendite che la strategia aggressiva, senza reazione, comporterebbe. Il tentativo di tenere l'equilibrio tacitamente collusivo rende credibile l'adozione della strategia punitiva, nel senso che quest'ultima risulta economicamente e individualmente razionale.

ii) La possibilità di BAT di utilizzare la rete di distribuzione (Etinera) a danno di PM

59. Quanto al contratto di distribuzione, come già sostenuto nel provvedimento di avvio e confermato in fase di audizione dalla stessa PM, esso appare un reale strumento di reazione a disposizione della nuova entità post-concentrazione, BAT/ETI, qualora PM ponesse in atto strategie di prezzo aggressive. Sul punto, basti osservare che le risultanze istruttorie hanno provato che qualora PM intendesse ridurre i prezzi delle proprie sigarette, le parti dell'operazione potrebbero utilizzare il potere di controllo sulla distribuzione come strumento ritorsivo, in modo da ostacolare i marchi del concorrente o da rendere meno semplice, ad esempio in termini di tempistica, la collocazione del prodotto presso le tabaccherie.

Una simile reazione di minaccia di BAT/ETI, implicita nel rapporto creato dal contratto di distribuzione con PM, appare credibile per due ordini di ragioni: la prima concerne la difficoltà per PM di evitare la punizione duplicando rapidamente e a bassi costi la rete; la seconda riguarda il vantaggio per BAT/ETI di punire piuttosto che rischiare di subire il costo di una politica aggressiva da parte di PM.

Se è vero che PM potrebbe forse avere i volumi sufficienti per realizzare una rete di distribuzione alternativa a quella di Etinera, è altresì vero, come affermato dalla stessa PM, che l'effettiva realizzazione della stessa presuppone il superamento di vari ostacoli, con rischi e costi notevoli²⁷. La creazione di una rete avente una dimensione minima efficiente richiederebbe, infatti, data la stessa numerosità delle tabaccherie esistenti e da rifornire sull'intero territorio nazionale, investimenti in termini di locali e magazzini. A ciò si aggiunga che i gestori dei depositi fiscali locali non sono attualmente titolari di licenze, avendone solo Etinera la titolarità, e che pertanto sarebbe indispensabile il rilascio di nuove licenze. Ancora, la duplicazione della rete implicherebbe lo sviluppo di una organizzazione del nuovo sistema informatico alternativo a quello esistente.

60. L'insieme di tali evidenze appare dare fondamento alla tesi che PM subirebbe realisticamente l'effetto ritorsivo di BAT/ETI a sue politiche commerciali aggressive, almeno per un arco di tempo e con costi tali da dare credibilità alla ritorsione.

Al tempo stesso, alla luce del fatto che i volumi di sigarette con marchi PM, distribuiti dalla rete di Etinera, contribuiscono per circa [omissis] del margine operativo lordo di ETI, politiche di BAT/ETI che svantaggino la distribuzione dei prodotti PM, comporterebbero una riduzione del margine della nuova entità in misura non tale da scoraggiare BAT dall'intraprenderle.

L'effetto di una strategia aggressiva da parte di PM darebbe pertanto luogo ad una perdita per la nuova entità, per l'immediato minor volume di sigarette BAT/ETI vendute ed il rischio di un avvio di guerra di prezzi, tale da rendere economicamente razionale la ritorsione nell'attività di distribuzione.

c) Incapacità dei concorrenti minori di influenzare il coordinamento tacito dei due principali operatori

61. I concorrenti minori dispongono di pochi marchi importanti; storicamente, la maggior parte dei *brand* commercializzati dai concorrenti minori ha avuto una quota di mercato marginale (largamente inferiore all'1%) che non è stata influenzata da significativi riposizionamenti. Essi perciò, anche se in grado di contendere quote marginali ai marchi di BAT/ETI e PM, non appaiono in grado di minacciare la stabilità della collusione tra questi. Soltanto la stessa BAT, infatti, era stata di recente in grado di determinare una consistente riduzione delle quote di mercato delle due imprese leader tramite la diminuzione di prezzo delle *Pall Mall*. Tale impresa, in seguito all'operazione, diventerà essa stessa una delle due imprese leader, uscendo dal novero dei concorrenti minori.

62. Minore rilevanza hanno invece avuto altri casi di riduzione di prezzo da parte dei concorrenti minori, e segnatamente quello costituito da *Camel* e da *B&H American Blend* (entrambe prodotte dalla società Japan Tobacco). Il primo è stato oggetto di un riposizionamento nel 1998, cui ha fatto seguito un sostenuto aumento della sua quota di mercato. Tuttavia, tale crescita è stata interrotta dalla successiva decisione di PM di riposizionare *Chesterfield* allo stesso livello delle *Camel*, dimostrando come eventuali minacce competitive da parte dei concorrenti minori possano

²⁷ [Cfr. verbale audizione finale del 2/12/2003 e verbale audizione PM del 18/11/2003.]

essere facilmente scoraggiate dalle imprese leader. *B&H* è un marchio riposizionato da poco con successo in fascia medio-bassa, che non appare tuttavia in grado di raggiungere dimensioni tali da costituire una seria minaccia per i marchi più importanti di PM ed ETI/BAT.

Conclusioni

63. Sulla base delle precedenti considerazioni, deve ritenersi che ricorrano tutti i presupposti, a seguito dell'operazione, della costituzione di una posizione dominante collettiva tra i due principali operatori del mercato. Infatti, le caratteristiche stesse del mercato e la modifica che la realizzazione dell'operazione apporterebbe alla sua struttura determinano una situazione per cui ciascun membro dell'oligopolio dominante sarebbe indotto a ritenere economicamente razionale, e quindi preferibile, adottare in modo duraturo una stessa linea d'azione nel mercato, allo scopo di vendere i propri prodotti a prezzi superiori a quelli concorrenziali, senza dover procedere alla conclusione di un accordo o ricorrere ad una pratica concertata.

64. Vale al riguardo osservare che la disponibilità di due strumenti "credibili" di reazione punitiva, al tentativo di una qualsiasi delle due imprese leader di porre in essere strategie di prezzo aggressive, dimostra che, nella struttura di mercato conseguente all'operazione, verrebbero eliminati i già deboli incentivi a competere, che caratterizzano i contesti oligopolistici concentrati, trasparenti e con scarse reazioni dei terzi. Infatti, proprio l'operatore che, a gennaio 2003, aveva dimostrato di tentare di aggredire il mercato, attraverso un riposizionamento del marchio *Pall Mall*, diventa parte di un nuovo assetto nel quale la sua originaria strategia risulterebbe disincentivata. BAT viene così a disporre della capacità di raggiungere un equilibrio con prezzi maggiori di quelli corrispondenti ad un assetto competitivo, da un lato, potendo minacciare, mediante la distribuzione, uno dei *leader* del mercato (PM), dall'altro, sapendo di poter subire una ritorsione a seguito dell'avvio di una politica aggressiva, in termini di perdita del primo cliente nella produzione. L'operazione in esame può pertanto comportare la perdita del principale elemento di dinamicità del mercato, rappresentato appunto da BAT, e la costituzione di una posizione dominante collettiva tale da eliminare o ridurre in modo sostanziale e durevole la concorrenza sul mercato italiano delle sigarette.

3) VALUTAZIONE DEGLI IMPEGNI

65. Al fine di effettuare una valutazione conclusiva degli effetti concorrenziali dell'operazione, occorre considerare gli impegni presentati dalle parti, in data 27 novembre 2003, volti a rivedere e modificare il rapporto contrattuale di produzione per conto ed il contratto di distribuzione (cfr. par. 45-47).

66. Per valutare l'idoneità di tali impegni a rimuovere gli effetti restrittivi della concorrenza, conseguenti alla realizzazione della concentrazione, è necessario tener conto della loro capacità di incidere sugli elementi costitutivi della posizione dominante collettiva, ovvero la trasparenza del mercato e la stabilità interna.

67. È appena il caso di rilevare che l'assenza di una sola di esse fa venir meno la stessa posizione dominante collettiva. Se, nel caso di specie, la trasparenza del mercato deve essere ritenuta un fattore esogeno, sul quale le parti coinvolte nell'operazione non sono in grado di influire, ciò non vale per quanto attiene la stabilità interna. Da quanto emerso nel corso dell'istruttoria, infatti, la stabilità interna risulta costitutivamente ancorata agli esistenti legami strutturali tra BAT/ETI e PM, che possono essere utilizzati come strumenti di reciproca ritorsione. Da un lato, infatti, PM può minacciare di recedere o di non rinnovare il contratto di produzione, stipulato a suo tempo con ETI, che rappresenta una parte significativa della attività di produzione di BAT/ETI; dall'altro, BAT/ETI può, a sua volta, incidere negativamente sul processo di distribuzione del prodotto di PM.

68. In tale contesto, l'impegno che BAT si è detta disponibile ad assumere, ossia di non rinnovare il contratto di produzione, deve essere ritenuto adeguato a rimuovere il pericolo che, a seguito dell'operazione, si determini una restrizione sostanziale del livello di concorrenza nel mercato interessato, tramite la creazione di una posizione dominante collettiva, in quanto fa cadere la possibilità che PM possa utilizzare tale contratto come strumento di dissuasione ad esercitare comportamenti concorrenziali da parte di BAT. L'impegno, dunque, comporta l'eliminazione di un elemento essenziale, nel caso di specie, per la stabilità dell'equilibrio collusivo.

69. In altre parole, il rischio che si costituisca la posizione dominante collettiva può essere eliminato se si garantisce che la nuova entità conservi l'incentivo a competere che proprio l'acquirente BAT aveva dimostrato e che potrebbe realisticamente venir meno, nella struttura oligopolistica più concentrata e meno asimmetrica che si viene a creare, per la disponibilità in capo a tale operatore di uno strumento di reazione credibile e per l'altrettanto credibile rischio di punizione nel caso di deviazione dal raggiunto equilibrio tacitamente collusivo.

Ne consegue che, venendo meno uno dei due strumenti di reazione punitiva, non vi sarebbe più certezza, per l'operatore che prima era minacciato dall'altro protagonista della dominanza collettiva, di subire una sicura perdita in aggiunta a quella connessa all'avvio di una guerra di prezzo. Una perdita che, in entrambi i casi, sarebbe non trascurabile e la cui eliminazione potrebbe far prevalere i guadagni di breve periodo connessi all'avvio del gioco competitivo rispetto alle perdite conseguenti al venir meno dell'equilibrio tacito.

In definitiva, il venir meno del rapporto di produzione che lega BAT/ETI e PM priverebbe quest'ultima della capacità di minacciare e rendere credibile la punizione. Infatti, non esistendo più il fondato rischio di perdita connessa al venir meno del primo cliente, in termini di produzione realizzata, sarebbe anche minore il costo e quindi il disincentivo da parte di BAT/ETI a competere, via ribassi di prezzo e conseguente avvio del gioco competitivo.

70. In tale prospettiva, l'impegno di BAT a non rinnovare il contratto di produzione per conto di PM, la cui scadenza è fissata al 31 dicembre 2005, è una condizione proporzionata e sufficiente alla necessaria eliminazione del rischio che l'operazione comporti la costituzione di una posizione dominante collettiva tra la nuova entità e la società PM. Il termine legato alla scadenza naturale del contratto appare adeguato a eliminare tale rischio, poiché la stessa esistenza di una data certa, a partire dalla quale viene meno la capacità ritorsiva di PM, incide sulle scelte che gli operatori fanno in periodi anteriori al suo realizzarsi. L'azione delle parti, pur nel periodo di vigenza del contratto di produzione, terrà conto, infatti, della futura incapacità di punizione, con conseguente venir meno dello stesso incentivo al rispetto dell'equilibrio tacito raggiunto.

71. Alla luce di quanto precede, l'impegno di BAT relativo alla distribuzione, e specificamente al mantenimento della separazione operativa tra BAT/ETI ed Etinera, è irrilevante. Esso, infatti, non risulta necessario, alla luce delle valutazioni dell'impegno di BAT relativo al contratto di produzione, che già da solo fa venire meno la stabilità dell'equilibrio collusivo. In ogni caso, tale impegno non sarebbe stato comunque in grado di assicurare una gestione interamente separata di Etinera rispetto alle strategie dell'impresa controllante.

4) I MERCATI DEGLI ALTRI PRODOTTI DERIVATI DAL TABACCO

72. Il mercato italiano dei sigari deve essere considerato come un unico mercato, all'interno del quale non risulta corretto individuare mercati distinti corrispondenti ai segmenti delle diverse tipologie di sigaro. Anche i sigaretti devono essere inclusi in tale mercato del prodotto.

Le dimensioni e l'evoluzione delle quote di mercato mostrano una prevalenza di ETI, soprattutto nel segmento dei sigari che non include i sigaretti, in conseguenza della consolidata notorietà delle marche del Toscano, ma anche una stabilità delle sue quote di mercato, così come di quelle di BAT, il cui sigaro "Il Guelfo" ha registrato un notevole incremento negli ultimi anni, a scapito delle altre marche di BAT e senza intaccare sostanzialmente la posizione di ETI. Il concorrente più dinamico è risultato essere Danneman, con la marca Pedroni, cresciuto nel segmento dei sigari dal [1-5%] al [5-10%] in quattro anni. La quota di mercato di ETI nel complesso del mercato è comunque più contenuta, pur rimanendo il principale operatore.

Pertanto, le dinamiche del mercato, la dimensione modesta della quota di BAT e la sostanziale assenza, emersa nel corso dell'istruttoria, di problemi competitivi inducono ad escludere che l'operazione di concentrazione possa esplicare effetti restrittivi della concorrenza sul mercato dei sigari.

73. Analogamente, non emergono modifiche sostanziali negli altri mercati del tabacco da pipa e del tabacco *roll your own* o *RYO*.

74. Sul mercato del commercio all'ingrosso di prodotti "non fumo", destinati alle rivendite di tabacchi, BAT non è presente, per cui l'operazione determina solamente la sostituzione di un operatore con un altro.

RITENUTO che, sulla base degli elementi emersi nell'istruttoria, l'operazione in esame conduce alla creazione di una posizione dominante collettiva in capo a BAT ed a PM tale da eliminare o ridurre in modo sostanziale e durevole la concorrenza nel mercato delle sigarette;

RITENUTO, altresì, che gli impegni assunti da BAT, anche per conto delle società da essa controllate, sono idonei ad eliminare gli effetti pregiudizievoli della concorrenza nel mercato delle sigarette derivanti dall'operazione in esame;

RITENUTO, inoltre, che l'operazione di concentrazione comunicata non conduce alla costituzione di una posizione dominante in capo alla società BAT tale da eliminare o ridurre in modo sostanziale e durevole la concorrenza nei mercati dei sigari, del tabacco da pipa e del tabacco RYO;

DELIBERA

di autorizzare l'operazione di concentrazione comunicata, prescrivendo, ai sensi dell'articolo 6, comma 2, della legge n. 287/90, il rispetto della seguente misura:

- che British American Tobacco plc non rinnovi alla sua scadenza il contratto di produzione per conto, intercorrente tra la società acquisita Ente Tabacchi Italiani S.p.A e Philip Morris Italia S.p.A..

Le conclusioni di cui sopra saranno comunicate, ai sensi dell'articolo 16, comma 8, della legge n. 287/90, alle imprese interessate e al Ministro delle Attività Produttive.

Il presente provvedimento verrà notificato ai soggetti interessati e successivamente pubblicato ai sensi di legge.

Avverso il presente provvedimento può essere proposto ricorso al TAR del Lazio, ai sensi dell'articolo 33, comma 1, della legge n. 287/90, entro sessanta giorni dalla data di notificazione del provvedimento stesso.

IL SEGRETARIO GENERALE

Rita Ciccone

IL PRESIDENTE

Giuseppe Tesauro