

C8939 - INTESA SANPAOLO/CASSA DI RISPARMIO DI FIRENZE

Provvedimento n. 17859

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 17 gennaio 2008;

SENTITO il Relatore Professor Piero Barucci;

VISTA la legge 10 ottobre 1990, n. 287;

VISTA la legge 28 dicembre 2005, n. 262;

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

VISTA la comunicazione di Intesa Sanpaolo S.p.A., pervenuta in data 13 novembre 2007;

VISTA la propria delibera del 29 novembre 2007 con la quale ha avviato, ai sensi dell'articolo 16, comma 4, della n. 287/90, il procedimento nei confronti di Intesa Sanpaolo S.p.A. e Cassa di Risparmio di Firenze S.p.A.;

SENTITI i rappresentanti della società Intesa Sanpaolo S.p.A. in data 4 e 13 dicembre 2007;

VISTA la Comunicazione delle Risultanze Istruttorie, inviata alle Parti in data 20 dicembre 2007;

VISTO il parere dell'ISVAP pervenuto in data 11 gennaio 2008;

VISTI gli atti del procedimento;

CONSIDERATO quanto segue:

I. LE PARTI

1. Intesa Sanpaolo S.p.A. (di seguito anche "ISP") è la capogruppo dell'omonimo gruppo bancario (di seguito anche "gruppo ISP"). Il gruppo ISP, nato dall'integrazione di Banca Intesa S.p.A. e Sanpaolo IMI S.p.A., è attivo nell'offerta dei servizi bancari, finanziari ed assicurativi. ISP opera in tutto il territorio nazionale con circa 5.343 filiali distribuite in tutte le regioni italiane. Tra le banche controllate da ISP, si richiamano Cassa di Risparmio di Padova e Rovigo S.p.A., Cassa di Risparmio in Bologna S.p.A., Cassa di Risparmio di Venezia S.p.A., Friulcassa S.p.A. e Intesa Casse del Centro.

Il gruppo ISP opera nel settore assicurativo attraverso Intesa Vita S.p.A., controllata congiuntamente dalla stessa ISP e dal Gruppo Generali, Eurizon Vita S.p.A. ed Eurizon Life Ltd., e nel settore del risparmio gestito tramite CAAM SGR S.p.A. e Eurizon Financial Group. ISP risulta inoltre attiva nel comparto del credito al consumo attraverso Neos Banca S.p.A. (di seguito anche "Neos") e AGOS S.p.A. (di seguito anche "Agos"), impresa comune con il gruppo Crédit Agricole S.A..

Le azioni di ISP sono quotate presso il Mercato Telematico di Borsa Italiana.

I principali azionisti di ISP sono, tra gli altri: Compagnia di San Paolo (7,96%), Carlo Tassara S.p.A. (5,896%), Crédit Agricole S.A. (5,568%), Assicurazioni Generali (5,075%), Fondazione Cariplo (4,68%) e Fondazione C.R. Padova e Rovigo (4,602%).

Nessuno degli azionisti di ISP, da solo o congiuntamente con altri azionisti, esercita il controllo della società.

Il gruppo ISP ha sviluppato, nel 2006, un fatturato complessivo a livello mondiale pari a [50-60]¹ miliardi di euro, di cui circa [50-60] miliardi di euro nell'Unione europea. In Italia, il gruppo ISP ha sviluppato, nel 2006, un fatturato, da considerarsi ai sensi dell'articolo 16, commi 1 e 2, della legge n. 287/90, pari a [40-50] miliardi di euro.

Il gruppo ISP sviluppa più di due terzi del proprio fatturato in Italia.

2. Cassa di Risparmio di Firenze S.p.A. (di seguito anche "CRF") è la capogruppo dell'omonimo gruppo bancario (di seguito anche "gruppo CRF"). Il gruppo CRF risulta attivo, direttamente o mediante società controllate, nei mercati bancari tradizionali, finanziari e assicurativi. Il gruppo CRF opera in tutto il territorio nazionale con circa 536 sportelli. Tra le banche controllate si richiamano Cassa di Risparmio della Spezia S.p.A., Cassa di Risparmio di Pistoia e Pescia S.p.A., Cassa di Risparmio di Orvieto S.p.A., Cassa di Risparmio di Civitavecchia S.p.A. e Banca CR Firenze Romania.

Il gruppo CRF opera nel settore del risparmio gestito, attraverso la società CR Firenze Gestion Internationale S.A. e nel settore assicurativo attraverso CentroVita S.p.A., società controllata congiuntamente con il Gruppo BNP Paribas. CRF risulta inoltre attiva nel comparto del credito al consumo attraverso Findomestic Banca S.p.A. (di seguito anche "Findomestic"), società controllata congiuntamente con il Gruppo BNP Paribas.

Le azioni di CRF sono quotate presso il Mercato Telematico di Borsa Italiana.

I principali azionisti del Gruppo CRF sono, tra gli altri: Ente Cassa di Risparmio di Firenze (41,93%), Intesa Sanpaolo S.p.A. (18,57%), Gruppo BNP Paribas (6,55%), Fondazione Cassa di Risparmio della Spezia (3,91%), Fondazione Cassa di Risparmio di Pistoia e Pescia (3,68%) e So.Fi.Ba.r. S.p.A. (1,09%).

Nessuno degli azionisti di CRF, da solo o congiuntamente con altri azionisti, esercita il controllo della società.

Il gruppo CRF ha realizzato, nel 2006, un fatturato complessivo a livello mondiale pari a [2-3] miliardi di euro, di cui [2-3] miliardi di euro nell'Unione Europea. In Italia, il medesimo gruppo ha sviluppato, nel 2006, un fatturato, da considerarsi ai sensi dell'articolo 16, commi 1 e 2, della legge n. 287/90, pari a [2-3] miliardi di euro.

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

Il gruppo CRF realizza più di due terzi del proprio fatturato in Italia.

II. DESCRIZIONE DELL'OPERAZIONE

3. L'Operazione si sostanzia nella permuta tra ISP ed alcuni azionisti rilevanti di CRF (gli "Azionisti Cassa") - e cioè Ente Cassa di Risparmio di Firenze ("Ente Firenze"), Fondazione Cassa di Risparmio di Pistoia e Pescia, Fondazione Cassa di Risparmio di La Spezia e So.Fi.Ba.R. S.p.A. - di azioni ordinarie proprie di ISP, rappresentanti complessivamente il 3,366% dell'attuale capitale sociale ordinario della stessa, contro azioni ordinarie CRF detenute dagli Azionisti Cassa e rappresentanti complessivamente il 40,314% dell'attuale capitale sociale di CRF ("Permuta").

4. La Permuta è disciplinata da un contratto tra ISP e gli Azionisti Cassa formalizzato in data 26 luglio 2007 ("Contratto di Permuta"). Tale contratto contiene alcune pattuizioni di natura parasociale aventi ad oggetto le partecipazioni dei contraenti in CRF. Tali pattuizioni, essendo strumentali all'esecuzione della Permuta, sono destinate ad avere efficacia sino al suo perfezionamento.

5. Ad esito della Permuta, ISP possiederà il 58,884% del capitale di CRF, Ente Firenze il 10,290% (avendo permutato solo il 31,636% di CRF), mentre gli altri Azionisti Cassa non deterranno più alcuna azione di CRF.²

6. ISP e Ente Firenze, contestualmente al Contratto di Permuta, hanno sottoscritto un ulteriore patto parasociale che ha ad oggetto le partecipazioni che le parti deterranno in CRF ad esito della Permuta, rappresentanti il 69,175% del capitale sociale della target ("Patto Post Permuta"). Tale patto prevede tra l'altro che, dopo l'esecuzione della Permuta, ISP designerà la maggioranza dei membri del consiglio di amministrazione e del comitato esecutivo di CRF. Il Patto Post Permuta sarà efficace una volta che sia stata eseguita la Permuta e sino a quando CRF rimarrà quotata.³

7. Alla luce di quanto precede, all'esito della Permuta, ISP verrà a detenere il controllo esclusivo di CRF.

III. QUALIFICAZIONE DELL'OPERAZIONE

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

Essa rientra nell'ambito di applicazione della legge n. 287/90, non ricorrendo le condizioni di cui all'articolo 1 del Regolamento CE n. 139/04, ed è soggetta all'obbligo di comunicazione preventiva disposto dall'articolo 16, commi 1 e 2, della medesima legge, in quanto il fatturato totale realizzato nell'ultimo esercizio a livello nazionale dall'insieme delle imprese interessate è stato superiore a 440 milioni di euro.

IV. L'AVVIO DELL'ISTRUTTORIA

9. In data 29 novembre 2007, l'Autorità ha deliberato l'avvio dell'istruttoria sulla presente operazione, ai sensi dell'articolo 16, comma 4, della legge n. 287/90.

In particolare, in sede di avvio, è stato evidenziato che vi sono vari mercati nei quali la realizzazione dell'operazione di concentrazione in esame determina il rischio di costituzione o rafforzamento di una posizione dominante; si tratta dei mercati rilevanti connessi a: raccolta bancaria, impieghi alle famiglie consumatrici, impieghi alle famiglie produttrici-PMI, credito al consumo, carte di credito, distribuzione di fondi comuni di investimento, distribuzione di gestioni individuali di patrimoni (GPM e GPF), nonché alla distribuzione di prodotti assicurativi vita.

V. L'ATTIVITA' ISTRUTTORIA SVOLTA

10. Nel corso del procedimento, oltre che alle parti, sono state inviate richieste di informazioni alle principali società attive nel settore del credito al consumo⁴, alla rispettiva associazione di categoria (Assofin) e a Si Holding S.p.A., società che controlla CartaSi S.p.A. (di seguito anche "CartaSi").

11. Le parti sono state sentite più volte nel corso del procedimento (4 e 13 dicembre 2007). Nel corso dell'istruttoria è stata sentita in audizione anche Si Holding S.p.A..

12. Nel corso dell'istruttoria, l'Autorità si è avvalsa di ampie forme di collaborazione, soprattutto mediante lo scambio di informazioni con la Banca d'Italia.

² [Poiché per effetto della permuta, la partecipazione di ISP al capitale di CRF supererà la soglia rilevante del 30% di cui all'art. 106 TUF, il Contratto di Permuta prevede il lancio da parte di ISP di un'offerta pubblica di acquisto totalitaria obbligatoria sulle azioni CRF ("OPA") e l'impegno di Ente Firenze a non portare in adesione all'OPA la sua residua partecipazione in CRF.]

³ [Nel Patto post Permuta ISP e Ente Firenze danno atto che è loro obiettivo e interesse comune procedere al delisting di CRF nei tempi più rapidi e comunque entro il 31 dicembre 2008. Le parti, simultaneamente al raggiungimento del delisting, si sono impegnate a far sì che CRF adotti un nuovo statuto sociale, nel testo allegato al Patto post Permuta e a sottoscrivere il Patto Post Delisting che prevede a favore dell'Ente Firenze tutele sostanzialmente speculari a quelle previste nel Patto post Permuta.]

⁴ [Si tratta di: Deutsche Bank S.p.A.-Prestito, Fidelity S.p.A., UniCredit Clarima Banca S.p.A., Consum.it, Compass S.p.A., Santander Consumer Bank S.p.A., Ducato S.p.A. e Linea S.p.A..]

VI. I MERCATI RILEVANTI

13. L'operazione in oggetto ha un impatto potenziale su diversi mercati ricompresi nel settore bancario tradizionale, in altri settori del credito (non solo strettamente bancario), nei servizi di pagamento, nel settore del risparmio gestito, nonché in quello assicurativo.

VI.1 ATTIVITÀ BANCARIA TRADIZIONALE

14. Nell'ambito del settore bancario in senso stretto risultano rilevanti, al fine di valutare gli effetti dell'operazione di concentrazione in esame, i seguenti mercati:

VI.1.1 Mercato della raccolta

15. Per consolidato orientamento della Banca d'Italia e dell'Autorità, il mercato della raccolta identifica l'insieme della raccolta diretta bancaria (a breve termine) da clientela ordinaria mediante: conti correnti liberi e vincolati, depositi a risparmio, buoni fruttiferi, nonché i certificati di deposito. In tale definizione del mercato della raccolta non è compresa la raccolta postale, in particolare la raccolta attraverso conto corrente Bancoposta, buoni e libretti postali⁵.

16. Relativamente a tale mercato, le parti richiamano le analisi condotte in merito dall'Autorità, le quali hanno evidenziato la non completa e generalizzata sostituibilità del conto corrente bancario con quello di Bancoposta nonché il profilo di complementarietà più che di sostituibilità⁶; tuttavia le parti ritengono che Poste Italiane eserciti comunque un certo grado di pressione competitiva nei mercati interessati.

17. Dal punto di vista geografico il mercato della raccolta bancaria ha rilevanza territoriale provinciale in considerazione della scarsa mobilità dal lato della domanda.

18. Nel mercato della raccolta diretta bancaria, a livello provinciale, la Tabella 1 riporta la quota di mercato del gruppo ISP, del gruppo CRF e dell'aggregato *post merger*, in tutte le province ove il valore relativo a quest'ultimo aggregato supera il 30%. La tabella evidenzia la presenza di cinque province in cui l'entità risultante della concentrazione in esame verrebbe a detenere una quota di mercato superiore al 30% (La Spezia, Terni, Firenze, Pistoia e Viterbo).

19. In queste medesime province si osserva, come elementi rilevanti ai fini della valutazione dei rischi competitivi derivanti dalla operazione in esame, anche il fatto che ISP sarà il primo operatore, con incrementi della quota originariamente detenuta non trascurabili e in un contesto caratterizzato da una distanza con il secondo operatore piuttosto significativa, come si può vedere nell'ultima colonna della Tabella 1.

Tabella 1: Quote detenute nel mercato della raccolta (%), dati al 31/12/2006

Province	ISP	CRF	Combined	Concorrenti			Differenza con il 2° operatore
				1°	2°	3°	
La Spezia	[15-20]	[45-50]	[60-65]	[5-10]	[5-10]	[5-10]	[50-55]
Terni	[30-35]	[10-15]	[45-50]	[15-20]	[5-10]	[5-10]	[30-35]
Firenze	[5-10]	[25-30]	[35-40]	[25-30]	[1-5]	[1-5]	[5-10]
Pistoia	[1-5]	[30-35]	[35-40]	[15-20]	[5-10]	[5-10]	[15-20]
Viterbo	[25-30]	[1-5]	[30-35]	[10-15]	[10-15]	[5-10]	[15-20]

Fonte: elaborazioni AGCM su dati forniti dalle parti e da Banca d'Italia (BI)

20. L'impatto della concentrazione in esame può essere analizzato anche in termini di sovrapposizione delle reti a livello locale, così come misurate dal numero di sportelli bancari in ciascun ambito provinciale. La Tabella 2 mostra, infatti, che, in tutte le province riportate in Tabella 1, la nuova entità verrebbe a detenere una quota di sportelli bancari superiore al 25%, diventando il primo operatore e con uno scarto dal secondo che può superare anche il 35%.

Tabella 2: Quote di sportelli (%), dati al 31/12/2006

Province	ISP	CRF	Combined	Concorrenti principali			
				1°	2°	3°	4°
La Spezia	13,5	39,1	52,6	16,0	9,0	6,0	5,0
Terni	27,2	17,6	44,8	10,0	10,0	9,0	8,0

⁵ [Si veda, al riguardo, la definizione del mercato rilevante della raccolta adottata dall'Autorità garante della concorrenza e del mercato nei provvedimenti relativi al caso C8027 - BANCA INTESA/SAN PAOLO IMI, in Bollettino n. 49/2006, C8277 BANCHE POPOLARI UNITE/BANCA LOMBARDA E PIEMONTESE, in Bollettino n. 13/2007 e C8660 - UNICREDIT/CAPITALIA, in Bollettino n. 33/2007.]

⁶ [Le analisi richiamate dalle parti fanno riferimento a quanto approfondito nel provvedimento C8027 - BANCA INTESA/SAN PAOLO IMI, 20 dicembre 2006.]

Pistoia	3,3	28,8	32,1	15,0	5,0	5,0	4,0
Viterbo	22,4	6,6	29,0	17,0	16,0	7,0	5,0
Firenze	6,8	20,5	27,3	22,0	8,0	5,0	4,0

Fonte: elaborazioni AGCM su dati pubblici.

VI.1.2 Mercati degli impieghi

21. Nell'ambito degli impieghi sono compresi, nelle diverse e possibili forme tecniche, il credito a breve, medio e a lungo termine.

22. Considerando il lato della domanda, gli impieghi, come sopra specificati, possono essere distinti in base alle tipologie di soggetti a favore dei quali vengono effettuati. In particolare, è possibile individuare le seguenti quattro categorie di soggetti: (i) famiglie consumatrici; (ii) famiglie produttrici-imprese di piccole dimensioni (c.d. PMI); (iii) imprese di medie e grandi dimensioni; e (iv) enti pubblici. Queste diverse tipologie di soggetti esprimono esigenze di finanziamento diverse, per le quali le banche offrono prodotti/servizi diversificati, e costituiscono pertanto altrettanti mercati del prodotto rilevanti.

23. Le diverse forme di domanda espressa sembrano caratterizzate anche da differenze in termini di mobilità, e quindi di disponibilità a sostituire l'offerta attraverso la ricerca di altri impieghi su aree geografiche più o meno ampie. In particolare, i mercati degli impieghi alle famiglie e alle piccole imprese presentano una dimensione essenzialmente provinciale, laddove i mercati degli impieghi alle imprese medio-grandi e agli enti pubblici appaiono avere una dimensione geografica regionale.

24. Al fine di evidenziare l'impatto concorrenziale connesso all'operazione di concentrazione in esame, la Tabella 3 riporta le quote di mercato delle parti nelle province dove l'operazione in esame determina le sovrapposizioni più rilevanti, distintamente per i mercati degli impieghi alle famiglie produttrici- PMI e alle famiglie consumatrici. E' immediato riscontrare che, nel mercato degli impieghi alle famiglie produttrici e PMI, l'entità risultante dall'operazione in esame avrà una quota di mercato post merger superiore al 50% in una provincia (La Spezia) e compresa tra il 30 e il 40% in altre due province (Terni e Pistoia). Per quanto riguarda il mercato degli impieghi alle famiglie consumatrici, vi sono due province in cui la quota post merger sarà compresa tra il 40 e il 50% (La Spezia e Terni).

25. Si richiama l'attenzione sulla circostanza secondo la quale le province dove si è rilevato un elevato livello della raccolta tendono a coincidere con quelle in cui la nuova entità verrà a detenere le maggiori quote nel mercato degli impieghi alle famiglie consumatrici e nel mercato degli impieghi alle famiglie produttrici-PMI.

Tabella 3: Impieghi alle famiglie per residenza della controparte (%), dati al 31/12/2006

Province	Famiglie produttrici e PMI			Famiglie consumatrici		
	ISP	CRF	Combined	ISP	CRF	Combined
La Spezia	[15-20]	[30-35]	[50-55]	[20-25]	[25-30]	[45-50]
Terni	[20-25]	[10-15]	[35-40]	[35-40]	[5-10]	[40-45]
Pistoia	[1-5]	[30-35]	[35-40]	[5-10]	[20-25]	[25-30]

Fonte: elaborazioni AGCM su dati forniti dalle parti

26. Per quanto riguarda, invece, i mercati degli impieghi alle imprese di media-grande dimensione e degli impieghi agli enti pubblici, la nuova entità verrà a detenere quote post merger sempre inferiori al 30% circa in tutti i mercati regionali dove sono presenti entrambe le parti interessate dalla presente operazione. Le uniche eccezioni sono la regione Sardegna per il mercato degli impieghi alle imprese medio grandi, dove la nuova banca deterrà circa il [30-35]% del mercato, e la regione Lazio per il mercato degli impieghi agli enti pubblici, dove l'entità risultante dalla concentrazione avrà circa il [40-45]% del mercato. Si rileva, tuttavia, che in entrambi i casi l'apporto del merger è estremamente contenuto e pari allo [inferiore all'1%] circa.

VI.2 ALTRI MERCATI CREDITIZI E SISTEMI DI PAGAMENTO

27. Rilevanti, al fine della presente operazione, sono i mercati del credito al consumo, nonché i mercati delle carte di credito e delle carte di debito.

VI.2.1 Settore del credito al consumo

28. Il settore del credito al consumo ha per oggetto la concessione di credito sotto forma di dilazione di pagamento, di finanziamento o di altra analoga facilitazione a favore di una persona fisica che agisce per scopi estranei all'attività imprenditoriale o professionale svolta.

29. Il credito al consumo può essere erogato da banche, da intermediari finanziari iscritti all'articolo 106 del T.U. in materia bancaria e creditizia, e dai soggetti autorizzati alla vendita di beni e servizi, limitatamente alla dilazione del pagamento del prezzo.

30. Entrambe le parti interessate dalla presente concentrazione risultano attive nel settore del credito al consumo. In particolare, il Gruppo ISP è attivo nel credito al consumo attraverso Neos Banca S.p.A., di cui detiene il controllo esclusivo, e attraverso Agos S.p.A., società controllata congiuntamente con il Gruppo Crédit Agricole. CRF, per contro, è attiva nel settore in esame attraverso Findomestic Banca S.p.A., società controllata congiuntamente con il Gruppo BNP Paribas.

31. Rileva puntualizzare che Agos è, allo stato, ancora società del gruppo ISP e quindi non qualificabile come soggetto terzo indipendente, ciò in considerazione del fatto che non è ancora maturato il termine previsto per l'esercizio delle opzioni put e call relative alla partecipazione di ISP in tale società, esercizio che comporterà lo scioglimento della joint venture Agos. Sino alla realizzazione di tale scioglimento e in presenza di legami non ancora totalmente superati tra ISP e gli organi di gestione di Agos, l'analisi degli effetti della concentrazione in esame nel settore del credito al consumo non può che essere condotta considerando anche la posizione di quest'ultima società⁷.

32. Con riferimento a Findomestic, si rileva l'esistenza di un contenzioso connesso all'esercizio delle opzioni put e call da parte di BNP Paribas, da un lato, e da CRF dall'altro. Allo stato, quindi, proprio per l'assetto non definito della futura governance di Findomestic si ritiene corretto condurre la valutazione che segue, prendendo atto dell'esistenza di una partecipazione di CRF in Findomestic tale da rendere ISP, a seguito della concentrazione, soggetto con controllo congiunto su Findomestic.

33. Nell'ambito del settore del credito al consumo è possibile distinguere due tipologie di finanziamenti: il credito finalizzato all'acquisto di beni specifici (autoveicoli, motocicli, elettrodomestici, mobili, etc.) e il credito diretto, erogato nella forma di prestiti personali senza vincolo di destinazione, tramite carte di credito revolving e contro la cessione del quinto dello stipendio. Si osservi che il credito diretto presenta una certa sovrapposizione con gli impieghi alle famiglie erogati dalle banche sopra definiti.

34. Le due tipologie di credito al consumo – credito diretto e credito finalizzato - presentano differenze sostanziali in termini di rapporto tra domanda e offerta, servizio prestato, modalità di collocamento dei finanziamenti e relative condizioni commerciali. Ciò induce, come nel seguito analizzato e in base anche ai precedenti dell'Autorità⁸, ad individuare due mercati rilevanti del prodotto distinti.

35. Con riferimento all'ambito geografico, rilevante risulta essere, anche in base ai precedenti dell'Autorità, il grado di mobilità della domanda nonché l'omogeneità o meno delle condizioni offerte dalle imprese sul territorio nazionale. In particolare, l'estensione geografica del credito diretto, erogato in prevalenza da banche, risulta di dimensione locale e tipicamente circoscritta ai confini regionali, mentre, per il credito finalizzato, essa è convenzionalmente ritenuta nazionale, in considerazione del fatto che le caratteristiche di produzione e di commercializzazione dei servizi in questione risultano essere omogenee sull'intero territorio nazionale.

36. Di seguito si analizzano le caratteristiche principali del credito finalizzato e del credito diretto, nonché il posizionamento delle parti nei mercati del credito al consumo interessati dalla presente operazione.

VI.2.1.1 Credito finalizzato

37. Il credito finalizzato è generalmente ottenuto presso esercizi commerciali convenzionati (*dealers*) dalle imprese erogatrici, in forza di una specifica richiesta del cliente, o proposta del *dealer*, di poter effettuare il pagamento di un determinato bene/servizio a rate (canale indiretto). Il finanziamento è erogato direttamente al fornitore del bene o servizio; il rimborso del prestito avviene invece da parte del cliente.

38. Si tratta, più precisamente, di una forma di erogazione di finanziamento basata su un rapporto "triangolare" tra banca o società finanziaria specializzata, cliente e *dealer* convenzionato e che implica un accordo di convenzionamento, a monte, tra ente erogatore e *dealer*. Tali accordi di convenzionamento prevedono tipicamente un rapporto di esclusiva a favore dell'ente erogatore.

In quest'ottica, il credito finalizzato differisce radicalmente dal credito diretto, che invece comporta una relazione diretta "bilaterale" tra ente erogatore e cliente finale. Infatti, nel credito finalizzato la domanda è tipicamente espressa dal consumatore del bene o servizio presso lo stesso rivenditore/dealer convenzionato ed è la triangolazione con quest'ultimo che dà luogo all'erogazione del finanziamento.

Lo stesso *pricing*, come nel seguito puntualizzato, dipende non solo dalle caratteristiche del consumatore (oltre che dall'ammontare e tempistica del finanziamento) ma anche dal contratto di convenzionamento tra banca o finanziaria specializzata e *dealers*.

39. Il ruolo centrale dei *dealers* nella distribuzione del credito finalizzato emerge chiaramente dall'analisi delle modalità distributive di tali servizi, le quali si caratterizzano per la predominanza del canale indiretto (*dealers* nella distribuzione) e per l'assoluta marginalità di altre forme distributive (sportello proprio o di altri, agenti e mediatori). Infatti, nel 2006, il peso del canale distributivo dei *dealers* è stato del 91% per il credito auto e dell'86% per gli altri beni e/o servizi.

40. All'interno del mercato del credito finalizzato sono ricompresi finanziamenti per l'acquisto di beni/servizi diversi. In ragione del peso relativo dei due segmenti e della tipologia dei soggetti finanziatori, si possono distinguere almeno due importanti segmenti: i prestiti finalizzati all'acquisto di autoveicoli e i finanziamenti finalizzati ad altri acquisti. Infatti, i prestiti per autoveicoli, oltre a rappresentare la componente principale del credito finalizzato (78% del totale credito finalizzato erogato nel

⁷ [Sul punto si vedano gli impegni assunti da ISP volti a garantire il progressivo scioglimento dei legami e quindi la definitiva cessione della quota detenuta in Agos – C8270 Banca Intesa SpA/SanPaolo IMI SpA.]

⁸ [Si vedano, a titolo esemplificativo, i provvedimenti C7652 – Santander Consumer Finance/Unifin (in Bollettino 17/2006); C5078 – San Paolo IMI/Cardine Banca (in Bollettino n.13/2002), nonché i più recenti procedimenti C8027 Intesa SanPaolo (in Bollettino n. 49/2006) e C8660 Unicredit/Capitalia (in Bollettino 33/2007)..]

corso del 2006⁹), si caratterizzano per una marcata presenza, da parte dell'offerta, di società di diretta emanazione delle case automobilistiche (*società captive*)¹⁰. Per contro, la quasi totalità degli operatori attivi nell'erogazione di altri prestiti finalizzati tendono ad essere le istituzioni finanziarie specializzate. Tuttavia, l'omogeneità in termini di forma tecnica del finanziamento, triangolazione del rapporto e modalità di erogazione, conducono a ravvisare un unico mercato del credito al consumo finalizzato.

41. Quanto alle condizioni di offerta, queste risultano definite a livello centrale sulla base di elementi come la rischiosità del cliente, l'importo erogato e la durata del finanziamento.

42. La Tabella 4. riporta il posizionamento delle parti e dei principali operatori a livello nazionale nel credito finalizzato. Emerge, in primo luogo, che ISP a seguito dell'acquisizione del controllo esclusivo di CRF sarà il primo operatore con una quota nel mercato del credito finalizzato totale del 23,4%¹¹.

43. In secondo luogo, l'entità risultante dalla concentrazione in esame sarà non solo il primo operatore sull'intero mercato del credito al consumo finalizzato ma anche nei due segmenti auto e non auto. Infatti, l'entità post *merger* deterrà nel credito finalizzato all'acquisto di autoveicoli una quota del 17,4% circa, e nel credito finalizzato ad altri beni/servizi circa il 44,6%. Tale dato riflette il fatto che Findomestic, Agos e Neos risultano tra i marchi più presenti all'interno delle grandi catene di distribuzione. Si noti infine come gli altri operatori risultino particolarmente distanziati da ISP-CRF con un distacco dal secondo operatore che può raggiungere anche il 37,5% del mercato, come nel caso del credito finalizzato all'acquisto di beni e/o servizi diversi da autoveicoli.

Tabella 4: Posizionamento dei principali operatori nel credito finalizzato, flussi finanziati nel 2006

	Finanziamento autoveicoli	Altro finalizzato	Totale finalizzato
Findomestic Gruppo	6,5	21,5	9,8
Agos	6,8	12,9	8,1
Gruppo Neos	4,2	10,2	5,5
Totale ISP-CRF	17,4	44,6	23,4
Deutsche Bank - Prestitempo	7,3	6,4	7,1
Clarima Banca	1,3	1,0	1,2
Bipitalia Ducato	3,7	4,4	3,8
Gruppo Linea	3,9	3,7	3,9
Compass	4,2	7,1	4,9
Consum.it	5,6	4,3	5,3
Fiat Auto Financial Services	12,3	0,0	9,6
Altri operatori	44,3	28,5	40,8
Totale	100,0	100,0	100,0

Nota: I dati riportati in tabella sono basati sul campione Assofin, che rappresenta l'85% circa del totale nazionale elaborato dalla Banca d'Italia.

Fonte: elaborazioni AGCM su dati Assofin.

VI.2.1.2 Credito diretto

44. L'elemento peculiare del credito diretto è che il finanziatore entra in contatto direttamente con il consumatore, instaurando così un rapporto "bilaterale", senza l'intervento di intermediari. Nell'operazione di finanziamento non sono coinvolti altri soggetti ed il credito viene erogato presso le sedi o le filiali dell'ente erogante. Il cliente ottiene direttamente dall'istituto erogante la disponibilità di una somma di denaro con cui, successivamente, potrà finanziare qualsiasi tipo di spesa familiare o acquisto.

45. Nell'ambito del credito diretto sono ricompresi i finanziamenti effettuati principalmente attraverso le seguenti tre forme tecniche:

- **Prestiti personali.** Si tratta di finanziamenti concessi a fronte di esigenze economiche del cliente per fini generici non necessariamente specificati e quindi senza alcun vincolo di destinazione all'acquisto di beni o servizi specifici.

- **Carte di credito revolving.** Trattasi di una carta di credito, utilizzabile presso tutti i negozi convenzionati, alla quale è associata una linea di credito rotativa che consente di rateizzare i pagamenti. Il cliente si impegna a restituire gli importi utilizzati e gli interessi maturati rispettando l'importo della rata minima mensile stabilita in contratto.

⁹ [Dato fornito da Assofin.]

¹⁰ [Si noti, ad esempio, che Fiat Auto Financial Services, società del gruppo FIAT, è il principale operatore (nello scenario pre-merger) nei prestiti finalizzati per autoveicoli e che tale operatore non risulta attivo nella concezione di altri prestiti finalizzati.]

¹¹ [Tale dato risulta diverso da quello fornito dalle parti (che indica una quota post merger del [15-20]% nel credito finalizzato (totale) a livello nazionale) per due ordini di ragioni. Da una parte il dato fornito dalle parti è un dato di stock (consistenze), mentre quello fornito da Assofin è un dato di flusso. Dall'altra, le elaborazioni presentate dalle parti includono anche i dati di alcune banche generaliste che non sono comprese nell'universo Assofin.]

- **Cessione del quinto dello stipendio.** Ci si riferisce a quei finanziamenti che prevedono come garanzia il reddito da lavoro dipendente prodotto oppure il TFR maturato. Trattasi di finanziamenti con esborso iniziale in un'unica soluzione e rimborso secondo un piano predefinito. Il rimborso delle rate è automatico, con trattenuta sulla busta paga da parte del proprio datore di lavoro.

46. La Tabella 5 illustra il posizionamento dei principali operatori nei tre segmenti relativi alla specifica forma tecnica utilizzata per l'erogazione del credito diretto. Si rileva che l'entità risultante dalla concentrazione in esame sarà il primo operatore nel mercato e in tutte le forme tecniche, con distacchi talora ragguardevoli nei confronti degli altri operatori. Dall'esame della tabella è inoltre possibile constatare l'elevato grado di similarità nell'offerta di Agos e Findomestic e quindi il notevole livello di sovrapposizione che verrà a crearsi per effetto della concentrazione in esame.

Tabella 5: Posizionamento dei principali operatori nel mercato del credito diretto e suoi segmenti - flussi finanziati nel 2006

	Prestiti diretti	Carte di credito	Cessione del quinto	Totale
Findomestic Gruppo	13,1	17,7	0,0	12,7
Agos	10,1	9,0	0,0	8,3
Gruppo Neos	2,1	1,4	20,4	4,5
Totale ISP-CRF	25,3	28,2	20,4	25,5
Deutsche Bank - Prestitempo	8,5	19,3	0,0	10,8
Clarima Banca	10,2	17,4	3,5	11,6
Bipitalia Ducato	8,4	4,9	0,0	6,1
Gruppo Linea	3,6	2,3	2,7	3,0
Compass	7,0	1,9	0,0	4,3
Consum.it	6,7	3,8	0,0	4,8
Fiat Auto Financial Services	0,5	0,0	0,0	0,3
Altri operatori	29,8	22,2	73,5	33,6
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0

Nota: I dati riportati in tabella sono basati sul campione Assofin, che rappresenta l'85% circa del totale nazionale elaborato dalla Banca d'Italia.

Fonte: elaborazioni AGCM su dati Assofin.

47. Al di là delle peculiarità connesse alle forme tecniche di erogazione del credito diretto, vi sono importanti similarità nelle caratteristiche di offerta del credito diretto in termini di: (i) rapporto tra domanda e offerta, (ii) canali distributivi utilizzati e (iii) tipologie di soggetti finanziatori. Infatti, per quanto riguarda le operazioni di finanziamento tramite prestiti personali, carte di credito e cessione del quinto dello stipendio, è sempre il cliente finale ad esprimere la domanda di finanziamento direttamente al soggetto erogatore o ai suoi canali distributivi. Inoltre, non sono coinvolti altri soggetti ed il credito viene erogato presso le sedi o le filiali dell'ente erogante. Il consumatore si reca generalmente in banca o presso la filiale di una istituzione finanziaria specializzata per richiedere un prestito personale o sottoscrivere una carta di credito. I finanziamenti contro cessione del quinto dello stipendio, sempre bilaterali e non vincolati all'acquisto di uno specifico bene/servizio, si caratterizzano per il fatto che le rate non possono superare la quinta parte del salario mensile e per l'intervento di un soggetto che fornisce la copertura assicurativa obbligatoria.

48. Quanto alle modalità di collocamento del credito diretto, la Tabella 6 illustra il peso relativo dei canali distributivi utilizzati per ciascun segmento del credito diretto. Si rileva che una frazione considerevole dei prestiti diretti (e, per le considerazioni sopra svolte, delle carte di credito) viene collocata tramite sportello proprio o di terzi; la cessione del quinto si caratterizza, invece, per un maggiore ruolo distributivo di agenti e mediatori. Tuttavia, il rapporto banca/cliente sta diventando sempre più rilevante anche per la cessione del quinto dello stipendio data l'importanza del legame spesso fidelizzato tramite altri servizi (quali la raccolta bancaria o altre forme di impieghi) con la banca e i relativi sportelli.

Tabella 6: Peso dei canali distributivi del credito diretto, incidenza in termini di flussi

	Prestiti Diretti	Cessione Quinto
Canale diretto sportello proprio	57,0	8,0
Canale diretto sportello altri	30,0	4,0
Agenti	13,0	50,0
Convenzionati	0,0	38,0

Totale	100,0	100,0
---------------	--------------	--------------

Fonte: elaborazioni AGCM su dati Assofin.

49. Per quanto riguarda gli enti finanziatori, non si rilevano sostanziali differenze tra le tipologie di operatori attive nei tre segmenti del credito diretto, che viene generalmente erogato sia dalle banche generaliste sia da istituzioni finanziarie specializzate.

50. Le condizioni di offerta vengono definite a livello centrale sulla base di elementi come il livello del rischio, l'importo erogato e la durata del finanziamento. Tuttavia, esiste una certa autonomia a livello di filiali, il che lascia presupporre che il *pricing* tenga anche conto delle condizioni competitive in ambiti geografici più circoscritti.

51. In ragione delle similarità sopra evidenziate tra i vari segmenti del credito diretto e delle possibili differenze di *pricing* a livello locale, si ritiene che il posizionamento delle parti possa essere utilmente analizzato facendo riferimento al mercato del credito diretto su base regionale.

52. Sulla base delle informazioni fornite dalle parti, la nuova entità verrà a detenere, in termini di consistenze, circa il [30-35]% del credito diretto a livello nazionale¹². Tale dato si ottiene aggregando la quota di circa il [20-25]% di ISP e quella di circa il [5-10]% di CRF. Inoltre, analizzando i dati a livello regionale, ambito geografico rilevante come sopra motivato e come fatto in numerosi precedenti dell'Autorità, si rilevano quote post-merger superiori al 30% in 11 regioni italiane. In particolare, la quota combined supererà il 40% in Veneto, risulterà compresa tra il 35% e il 40% in due regioni (Piemonte e Lombardia) e tra il 30% e in 35% in altre otto regioni (Calabria, Friuli Venezia Giulia, Lazio, Puglia, Valle d'Aosta, Campania, Marche e Sicilia).

53. Le posizioni sopra riportate con riferimento sia al credito finalizzato che al credito diretto devono essere apprezzate anche alla luce delle peculiarità dei rispettivi contesti competitivi. In particolare, in merito al credito finalizzato si rileva come i *dealers* abbiano spesso delle convenzioni in esclusiva con gli enti erogatori del finanziamento, circostanza che determina un contesto concorrenziale non particolarmente permeabile all'ingresso di nuovi concorrenti. Inoltre, i suddetti rapporti di esclusiva agevolano la creazione di legami fidelizzati con gli operatori già attivi, tanto più quando si tratta di operatori del credito con brand particolarmente noti quali quelli interessati dalla presente operazione.

54. Relativamente al credito diretto, tra i fattori che possono limitare la capacità di competere da parte di soggetti allo stato non presenti in tale mercato si evidenzia il fatto che questi ultimi, a differenza degli *incumbents*, non dispongono generalmente di ampi database della clientela passata. Tali database rappresentano un asset di assoluta rilevanza per l'erogazione del credito diretto in quanto costituiscono il punto di partenza di varie iniziative volte al collocamento di ulteriori servizi del credito al consumo.

VI.2.2 Mercati dei servizi di pagamento

55. I sistemi di pagamento ricomprendono, secondo il consolidato orientamento dell'Autorità, almeno due mercati distinti: quello delle carte di debito e quello delle carte di credito.

VI.2.2.1 Carte di debito

56. Le carte di debito rientrano nei sistemi di pagamento, con la peculiarità, però, di avere unicamente la funzione di pagamento, tra l'altro con un limite di spesa di solito molto contenuto. L'addebitamento sul conto corrente coincide di norma con la data in cui è avvenuta l'operazione di pagamento, a garanzia dei pagamenti futuri.

57. Per quanto riguarda la definizione geografica di tale mercato, le condizioni di emissione, collocamento e convenzionamento appaiono sufficientemente uniformi all'interno del territorio nazionale ed è nell'ambito di tale area che viene pertanto delimitato il mercato geografico rilevante.

58. In termini di numero di carte di debito emesse, il gruppo ISP risulta detenere, a livello nazionale e su dati stimati dalle parti, nell'anno 2006, circa il [15-20]% del mercato. Nello stesso periodo, il gruppo CRF ha emesso poco più dell'1% del totale carte di debito a livello nazionale.

VI.2.2.2 Carte di credito

59. Quanto alle carte di credito, le attività che rilevano lungo la filiera sono quelle di emissione delle carte di credito, collocamento delle medesime presso la clientela finale e di convenzionamento degli esercenti, comprensiva delle fasi tecniche di processing delle transazioni realizzate.

60. L'attività di emissione può essere svolta sia dalla stessa banca collocatrice delle carte sia da parte di un soggetto terzo, con il quale la banca collocatrice ha un accordo commerciale. In quest'ultimo caso, la banca effettua soltanto l'attività di collocamento presso la clientela finale delle carte di credito. La prestazione dei servizi di emissione e

¹² [Tale dato (fornito dalle parti) è diverso da quello fornito in Tabella 5 di fonte Assofin (che indica una quota post merger del 25,5% nel credito diretto (totale) a livello nazionale) per due ordini di ragioni. Da una parte il dato fornito da Assofin è un dato di flusso, mentre quello fornito dalle parti è un dato di stock (consistenze). Dall'altra, le elaborazioni presentate dalle parti includono anche i dati di alcune banche generaliste che non sono comprese nell'universo Assofin.]

gestione carta avviene a titolo oneroso, il che comporta dei costi per le banche collocatrici che vengono generalmente riversati sulla clientela finale.

61. L'ambito geografico può essere definito a livello nazionale in ragione dell'omogeneità delle condizioni di offerta dell'insieme dei descritti servizi sul territorio nazionale.

62. Con riferimento all'operazione in oggetto, si osserva che il gruppo ISP è attivo sia nella fase di emissione che in quella di collocamento di carte di credito. In particolare, il gruppo ISP colloca carte di credito emesse sia da CartaSi che da SETEFI, società *captive* del gruppo per la gestione delle carte di pagamento¹³. Il gruppo CRF colloca esclusivamente carte di credito emesse da CartaSi. Nel 2006 la quota di mercato del gruppo ISP è stata di circa il [10-15]% del totale carte in circolazione¹⁴; la quota di CRF è stata dello [inferiore all'1%] del totale carte emesse.

63. Le suddette quote devono essere analizzate alla luce del contesto competitivo tanto nella fase della mera emissione che in quella del collocamento. Più precisamente, la fase dell'emissione vede presenti attori diversi che vanno dalle società dedicate a tale unica funzione (come CartaSi, Key Client, Amex) alle banche dotate di proprie fabbriche prodotto; la fase del collocamento vede una gamma di soggetti attivi altrettanto ampia, essendo tutte le banche tipicamente collocatrici di carte di credito ai propri clienti.

64. L'analisi degli effetti dell'operazione in esame richiede tuttavia un particolare approfondimento, oltre a quello connesso alla posizione di mercato dell'entità post merger, in merito alla relazione tra CartaSi e ISP post concentrazione. Infatti, l'entità post merger deterrà una partecipazione nel capitale di CartaSi superiore al 41%, dato dalla quota detenuta da ISP precedentemente la presente concentrazione (a sua volta dovuta alla partecipazione in CartaSi detenuta da SanPaolo IMI mentre Banca Intesa aveva ceduto la propria quota) pari al 36,74% e a quella, pari al 5,26%, di CRF.

65. Posto che CartaSi rappresenta il principale operatore nella fase dell'emissione di carte di credito in Italia, con una quota di carte emesse di circa il 22% nel 2006¹⁵, due sono le tematiche approfondite nel corso dell'istruttoria. Da un lato, l'assetto di *governance* di CartaSi pre e post merger, dall'altro l'evoluzione delle dinamiche commerciali e strategiche nel mercato delle carte di credito.

66. Quanto al primo profilo, risulta che CartaSi abbia un CdA composto da 13 soggetti nel quale ISP è attualmente presente con due soli consiglieri e CRF con uno. Non risultano inoltre patti parasociali o di altra natura.

67. In merito al posizionamento nel mercato, è importante notare che la quota di carte emesse da CartaSi ha subito una notevole contrazione negli ultimi anni (Cfr. Figura 1). Ciò riflette (i) il cambiamento di strategia commerciale delle banche di maggiori dimensioni, sempre più orientate ad emettere carte di credito attraverso proprie società e (ii) la diretta concorrenza con società che offrono un servizio analogo come Amex e Key Client¹⁶.

68. La stessa ISP risulta tra le banche che hanno adottato la strategia commerciale di emettere, tramite proprie società prodotto, le carte di credito collocate dalle proprie reti. In particolare, Banca Intesa S.p.A. (pre fusione) è stata tra le prime banche ad emettere carte di credito in proprio; la stessa direzione dovrebbe essere intrapresa da ISP per quanto riguarda le carte di credito emesse da CartaSi e collocate da Sanpaolo IMI S.p.A. (pre fusione)¹⁷. Come sopra indicato, tali carte rappresentano il [1-5]% circa del totale carte emesse nel 2006.

Figura 1: Quota di mercato di CartaSi nell'issuing di carte di credito sul periodo 2001-2005, (%)

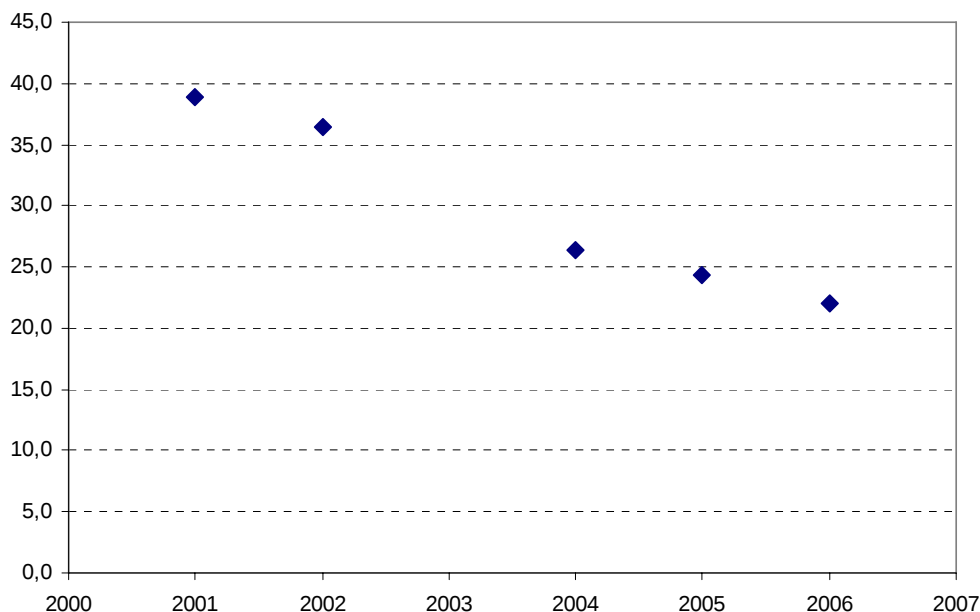
¹³ [In particolare, nell'ambito del gruppo ISP, la rete ex Intesa colloca prodotti SETEFI (con l'eccezione di circa [omissis] carte emesse da CartaSi), mentre la rete ex San Paolo IMI colloca carte CartaSi.]

¹⁴ [Tale quota include le carte di credito emesse da CartaSi S.p.A. e collocate dal gruppo ISP. Secondo i dati forniti dalle parti, tali carte rappresentano circa il [1-5]% del mercato.]

¹⁵ [Tale dato include le carte di credito emesse da CartaSi S.p.A. e collocate dal gruppo ISP di cui alla precedente nota n.14. Escludendo tali carte, la quota di mercato di CartaSi sarebbe pari a circa il [15-20]% del mercato.]

¹⁶ [Verbale audizione di CartaSi S.p.A., banca – doc. n. 38.]

¹⁷ [Verbale audizione di CartaSi S.p.A., banca – doc. n. 38.]



Fonte: elaborazioni AGCM su dati forniti da CartaSi e provvedimento AGCM n. 13434.

69. Si può quindi evidenziare una dinamica nella fase dell'emissione che vede sempre più attive le società produttrici di emanazione bancaria nonché di soggetti terzi in concorrenza rispetto a CartaSi. Anche la fase di collocamento è caratterizzata da un contesto in cui sono presenti numerosi e qualificati concorrenti.

VI.3 SETTORE DEL RISPARMIO GESTITO

70. Nell'ambito di questo settore sono ricompresi diversi mercati. Al fine della valutazione degli impatti competitivi della presente operazione sembrano rilevanti almeno due tipi di servizi connessi alla gestione del risparmio:

- i fondi comuni d'investimento mobiliare,
- la gestione su base individuale di patrimoni mobiliari (GPM) e in fondi (GPF).

71. I servizi offerti nell'ambito del risparmio gestito sopra indicati hanno, tipicamente e secondo vari precedenti dell'Autorità, una fase della gestione a monte e una fase della distribuzione a valle, ciascuna delle quali porta a individuare mercati distinti lungo la filiera, sia in termini geografici che di prodotto, di seguito specificati¹⁸.

72. ISP opera nel settore del risparmio gestito prevalentemente attraverso CAAM SGR S.p.A., società di cui ISP ha recentemente acquistato il controllo esclusivo¹⁹ e il Gruppo Eurizon. CAAM SGR S.p.A. e il Gruppo Eurizon offrono entrambi fondi comuni d'investimento e servizi di gestione individuale, sia GPM che GPF.

73. Il gruppo CRF è attivo nel settore del risparmio gestito prevalentemente attraverso CR Firenze Gestion Internationale S.A., società partecipata all'80% da CRF e per il rimanente 20% da ISP. CRF distribuisce anche prodotti di risparmio gestito di soggetti terzi, tra i quali si richiamano Eurizon, Anima SGR e Soprarno SGR, società partecipata al 47,5%.

VI.3.1 Mercato della erogazione di servizi della gestione collettiva del risparmio: i fondi comuni di investimento

74. Per fondo comune di investimento si intende, ai sensi dell'articolo 1 del Decreto Legislativo n. 58/98 ("TUF"), il patrimonio autonomo, suddiviso in quote, di pertinenza di una pluralità di partecipanti, gestito in monte. Il servizio di gestione collettiva del risparmio si realizza attraverso la promozione, istituzione/organizzazione di fondi comuni d'investimento e l'amministrazione dei rapporti con i partecipanti, nonché attraverso la gestione del patrimonio di fondi comuni d'investimento e Sicav, di propria o altrui istituzione, mediante l'investimento avente ad oggetto strumenti finanziari, crediti, o altri beni mobili o immobili. Ai sensi dell'articolo 33(1) del TUF, la prestazione del servizio di gestione collettiva del risparmio è riservata alle società di gestione del risparmio (SGR) e alle Sicav.

75. Rileva osservare che l'attività connessa ai fondi comuni di investimento presenta due fasi, quindi due mercati, distinte: la produzione e la distribuzione. Infatti, ciascuna di tali fasi risulta rilevante nel definire il prodotto, nel creare

¹⁸ [Si veda, ad esempio, il provvedimento C5196B – Banca di Roma/Bipop – Carire (in Bollettino 35-36/2002); C5078 – San Paolo IMI/Cardine Banca (in Bollettino n. 13/2002); C3597 – Banca Intesa/Banca Commerciale Italiana (in Bollettino 48/1999).]

¹⁹ [Cfr. Caso C8682 – Intesa Sanpaolo/CAAM Sgr.]

il rapporto con il cliente e nel muovere le principali variabili economiche sulle quali esercitare pressione concorrenziale rispetto agli altri operatori.

76. Con riferimento alla dimensione geografica, il mercato rilevante relativo alla fase della produzione/gestione è nazionale, in considerazione del fatto che la realizzazione di questo servizio è tipicamente condotta in maniera centralizzata e con condizioni d'offerta omogenee sull'intero territorio nazionale.

77. Nel mercato nazionale della produzione di fondi comuni di investimento, il gruppo ISP deteneva nel 2006 una quota pari al [25-30]%²⁰. Sempre nel 2006, il gruppo CRF deteneva una quota dell'[1-5]% (corrispondente all'attività di CR Firenze Gestion Internationale S.A.). La quota post-merger di ISP sarà pertanto pari al [25-30]% circa.

VI.3.2 Mercato dell'erogazione di servizi di gestione individuale: GPM+GPF

78. L'attività di gestione su base individuale di patrimoni mobiliari ("GPM"), prevista dall'articolo 1(5), lettera d), del TUF è svolta da banche, da imprese di investimento e da società di gestione del risparmio, sulla base di un incarico conferito dal cliente. Rispetto alle gestioni collettive, il patrimonio di ogni cliente resta distinto da quello degli altri. Specifica caratterizzazione assumono le gestioni patrimoniali in fondi ("GPF"), in cui le disponibilità finanziarie del cliente sono investite in quote di fondi comuni d'investimento.

79. Relativamente alle GPM e GPF risultano esistere, in base anche ai precedenti dell'Autorità, due mercati distinti con riferimento alla fase della produzione e alla fase della distribuzione.

80. Per quanto riguarda la dimensione geografica, il mercato rilevante relativo alla fase della produzione/gestione a monte risulta nazionale, essendo tipicamente centralizzata e omogenea su tutto il territorio del Paese l'attività di gestione individuale sia di patrimoni mobiliari che in fondi (GPM e GPF).

81. Con riferimento al profilo produttivo, nelle GPM+GPF, a livello nazionale, il gruppo ISP detiene una quota di mercato pari al [15-20]%²¹; mentre il Gruppo CRF detiene una quota dello [inferiore all'1%] (quote in termini di masse gestite). Quindi, la quota post acquisizione del Gruppo ISP sarà pari al [15-20]%.

VI.3.3 Mercato della distribuzione di servizi del risparmio gestito

82. In merito al mercato della distribuzione si rileva, in primo luogo, che tutti i prodotti del risparmio gestito, tra cui i fondi comuni e GPM+GPF, possono essere distribuiti tramite sportelli bancari. Le banche, le SIM e le SGR, per l'offerta fuori sede di fondi comuni e gestioni individuali, sono obbligate ad avvalersi di promotori finanziari, i quali possono collocare anche qualunque altro prodotto bancario e finanziario.

83. La dimensione geografica appare essere limitata ad un'area che non si estende oltre i confini provinciali, come dai precedenti dell'Autorità sopra richiamati.

84. L'impatto della concentrazione in esame appare di rilievo nel mercato distributivo dei servizi del risparmio gestito. Infatti, come emerge dalla Tabella 7, vi sono tre province in cui il nuovo gruppo bancario verrebbe ad avere una quota di mercato post merger di assoluta rilevanza e comunque, anche calcolata in termini aggregati tra i due prodotti (fondi comuni di investimento e GPM+GPF), superiore al 40% (Terni, Pistoia e La Spezia).

Tabella 7: Distribuzione di servizi del risparmio gestito (%), dati al 31/12/2006

Province	ISP	CRF	Combined
Terni	[40-45]	[10-15]	[50-55]
Pistoia	[15-20]	[35-40]	[50-55]
La Spezia	[20-25]	[25-30]	[50-55]

Fonte: dati forniti dalle parti

85. Emergono quindi tre province, tra l'altro già ravvisate anche nel settore bancario tradizionale, caratterizzate da posizioni rilevanti, superiori post merger al 50% e con apporti significativi connessi all'acquisizione del controllo esclusivo di CRF da parte di ISP.

86. Tra l'altro, si tratta di province già individuate per l'importanza della capacità distributiva di ISP e CRF nei mercati della raccolta bancaria e degli impieghi.

VI.4 SETTORE ASSICURATIVO

87. Secondo il consolidato orientamento dell'Autorità, i prodotti assicurativi possono essere distinti in funzione del rischio di cui assicurano la copertura²². Pertanto, relativamente all'operazione in esame i mercati rilevanti del prodotto sono

²⁰ [Si osservi che tali dati sono al netto delle cessioni realizzate da ISP in seguito all'ottemperanza alle misure dettate dall'Autorità nel provvedimento C8027 Banca Intesa/SanPaolo IMI.]

²¹ [Si osservi che tali dati sono al netto delle cessioni realizzate da ISP in seguito all'ottemperanza alle misure dettate dall'Autorità nel provvedimento C8027 Banca Intesa/SanPaolo IMI.]

rappresentati da ciascun ramo del settore dell'assicurazione vita²³, a loro volta suddivisi tra fase della produzione e fase della distribuzione.

88. La dimensione geografica dei mercati della produzione risulta generalmente nazionale in quanto non è dato riscontrare differenze sostanziali nelle abitudini di consumo e nella tipologia dei prodotti. Tuttavia, a livello distributivo il mercato geografico è ritenuto essere limitato ad ambiti territoriali più circoscritti, in ragione della circostanza che, per la maggior parte dei rami, la domanda è rappresentata da soggetti per i quali è importante il “servizio di prossimità” che il distributore può assicurare.

89. Nei rami assicurativi vita, il gruppo ISP opera nella fase produttiva tramite le seguenti società: (i) Intesa Vita S.p.A., controllata congiuntamente da ISP e da Alleanza Assicurazioni S.p.A. (società facente capo al Gruppo Generali), (ii) Eurizon Vita S.p.A. ed Eurizon Life Ltd.

90. Con riferimento ai profili distributivi, si segnala come ISP distribuisca le polizze di Intesa Vita solo attraverso gli sportelli che, anteriormente alla fusione tra Banca Intesa S.p.A. e SanPaolo IMI S.p.A., facevano parte della rete del Gruppo Banca Intesa. A propria volta, Eurizon Vita S.p.A. distribuisce la proprie polizze vita attraverso la rete di promotori di Banca Fideuram S.p.A. nonché attraverso gli sportelli che, anteriormente alla fusione tra Banca Intesa S.p.A. e SanPaolo IMI S.p.A., facevano parte della rete del Gruppo Sanpaolo IMI.²⁴

91. Quanto al gruppo CRF, esso è attivo nel mercato della produzione di assicurazioni vita attraverso la società prodotto, CentroVita S.p.A., controllata congiuntamente con il Gruppo BNP Paribas.

92. Sul versante distributivo, la rete di sportelli del Gruppo CRF distribuisce i prodotti di CentroVita S.p.A. e Cardif. La rete dei promotori del Gruppo CRF distribuisce, inoltre, i prodotti vita delle seguenti società: AIG Life Limited, Inora Life, Skandia Vita S.p.A., Valor Life, Investlife Luxembourg S.A., Lombard International Assurance S.A., BNL Broker Assicurazioni, Helvetia Vita S.p.A..

93. Nel mercato a monte della produzione nazionale, considerando che la produzione di Intesa Vita S.p.A., Eurizon Vita S.p.A. e Eurizon Life Ltd. non supera il 20% nei singoli rami vita I-III e V, l'operazione darà luogo ad un incremento modesto delle quote di mercato, detenendo CRF quote inferiori all'1-2% in tutti i rami assicurativi vita.

94. A livello distributivo la posizioni che meritano attenzione riguardano le province di La Spezia e Firenze, dove l'operazione di concentrazione consentirà alle parti di detenere una quota superiore al 30%.

VII LA POSIZIONE DEI TERZI

95. Qui di seguito, vengono brevemente richiamate le principali osservazioni acquisite nell'ambito del procedimento istruttorio relativamente ad alcuni dei mercati interessati dalla concentrazione in esame. Tali osservazioni hanno interessato principalmente il settore del credito al consumo e le carte di credito.

VII.1 CREDITO AL CONSUMO

96. Le osservazioni concernenti il settore del credito al consumo hanno riguardato i principali elementi caratterizzanti il contesto competitivo del credito diretto e il credito finalizzato; il grado di omogeneità delle condizioni di offerta sul territorio nazionale; i principali canali distributivi; le tipologie di beni e servizi acquistati con tali forme di finanziamenti e la loro incidenza a livello sia di singola impresa che di sistema.

97. In estrema sintesi, dalla documentazione acquisita in fase istruttorio risulta confermata la tesi presentata in fatto circa l'esistenza, in termini di servizio erogato, di due grandi tipologie di attività: il credito diretto e il credito finalizzato. La peculiarità distintiva di queste due tipologie di credito al consumo riguarda, in particolare, la modalità di erogazione, la quale è sostanzialmente basata su un rapporto bilaterale/diretto tra banca e cliente nel caso del credito diretto, ed invece di tipo “triangolare” banca-distributore-cliente finale nel caso di credito finalizzato²⁵.

98. Inoltre, mentre nel credito diretto la domanda è espressa direttamente dal consumatore/prenditore del prestito alla banca o società specializzata che lo eroga o che emette le carte di credito revolving, in base all'affidabilità, nel credito finalizzato la domanda è indiretta, nel senso che è originata dalla scelta di un bene presso il negoziante/rivenditore ed è l'ente finanziatore convenzionato con il rivenditore a corrispondere a quest'ultimo l'ammontare del finanziamento. Gli stessi operatori del settore hanno rilevato che “...laddove il cliente accede ad un prestito finalizzato l'operatore è generalmente una società specializzata (Banca o società finanziaria), laddove acceda ad un prestito personale, più frequentemente l'operatore scelto è una Banca generalista per motivi legati alla affidabilità e alla relazione già esistente con il cliente”²⁶.

²² [Dal punto di vista della domanda, secondo i precedenti dell'Autorità e quanto precisato anche dalla Commissione CE, la sostituibilità tra le diverse tipologie di rischio per le quali si può richiedere una copertura assicurativa risulta, infatti, estremamente ridotta.]

²³ [In merito alla individuazione di mercati del prodotto distinti per ciascun ramo vita del settore assicurativo si vedano, ad esempio, i provvedimenti Intesa-SanPaolo e Unicredit-Capitalia già citati in precedenza.]

²⁴ [Sempre con riferimento alla struttura distributiva del Gruppo ISP nel settore vita, si segnala come, in base al predetto Provvedimento, una parte consistente della rete del Gruppo ISP (sostanzialmente coincidente con la rete di sportelli del Gruppo ISP nel sud del Paese) dovrà distribuire in esclusiva i prodotti di una fabbrica prodotto di nuova creazione che verrà ceduta dal Gruppo ISP ad un terzo operatore.]

²⁵ [Cfr. risposta Linea – doc. n. 31.]

²⁶ [Cfr. risposta Unicredit Clarima Banca – doc. n. 49.]

99. Nell'ambito del credito diretto le risposte pervenute dai terzi hanno evidenziato l'esistenza di alcune specificità connesse al tipo di servizi quali i prestiti personali, le carte di credito *revolving* e la cessione del quinto²⁷.

100. I prestiti personali sono caratterizzati dal fatto che essi prevedono che il cliente ottenga direttamente dall'istituto erogante la disponibilità di una somma di denaro con cui, successivamente, potrà finanziare qualsiasi tipo di spesa familiare o acquisto. Non vi è, dunque, alcun collegamento tra la somma prestata ed il bene o servizio che si intende acquistare. La modalità distributiva di questa tipologia di finanziamento è basata sul canale bancario tradizionale e sulle società specializzate. Le banche spesso considerano i prestiti personali come un prodotto accessorio da fornire ai propri clienti. Le istituzioni finanziarie specializzate, invece, tipicamente erogano il prestito personale come *"prodotto utile per fidelizzare i clienti che avessero portato a buon fine un precedente finanziamento finalizzato"*²⁸. Questa tipologia di credito ha mostrato, dal 1994 al 2006, un peso crescente con una incidenza sui crediti totali erogati quasi triplicata passando dall'8% al 27%. Tra le motivazioni di tale crescita vi è tanto il cambiamento della domanda quanto l'evoluzione dell'offerta, soprattutto di banche generaliste che hanno incominciato a ritenere i prestiti personali un prodotto primario accanto a quelli tradizionali e le società specializzate che lo ritengono servizio "core" da sviluppare in parallelo a quello finalizzato. Le principali variabili competitive di questo segmento di attività includono la rete distributiva nonché il rapporto con la clientela basato anche su altri servizi precedentemente già offerti²⁹.

101. Le carte *revolving*, invece, sono una particolare forma di credito basata su linee di credito rotative utilizzabile presso negozi convenzionati e che consente di rateizzare i pagamenti. Anche in questo caso il rapporto che si instaura, come per i prestiti personali, è bilaterale tra banca o società finanziaria specializzata e cliente finale. E' infatti quest'ultimo che esprime la domanda di finanziamento ed il rapporto è direttamente instaurato con il soggetto finanziatore. Dalle risposte fornite dagli operatori di mercato, le carte *revolving* vengono spesso percepite dagli utilizzatori come una valida alternativa al prestito personale di breve termine con il vantaggio che evita o riduce le pratiche burocratiche legate all'istruttoria di un finanziamento tradizionale.

102. Un altro segmento del credito diretto è individuato nella cessione del quinto dello stipendio. Si tratta di forme di finanziamento erogato sia da banche generaliste tradizionali che da operatori specializzati. Si configura come un prestito personale con due peculiarità distintive. Una peculiarità riguarda la modalità di concessione, poiché prevede l'intervento del datore di lavoro, il quale provvede a rimborsare le rate tramite trattenuta diretta sulla busta paga e il soggetto che fornisce una copertura assicurativa obbligatoria. Tale complessità nella modalità di erogare il credito comporta costi di finanziamento tipicamente superiori alle altre forme tecniche di credito al consumo diretto.

La seconda peculiarità concerne, invece, la domanda poiché chi si rivolge a questo forma di finanziamento è normalmente un soggetto caratterizzato da merito di credito non eccellente e diversamente potrebbe non trovare risposta alle esigenze di finanziamento espresse.

In termini generali, alcuni operatori hanno rilevato che tale tipologia di finanziamento, seppur con le peculiarità tipiche del prodotto così come regolato dalle norme in materia, presenta tendenzialmente le caratteristiche dei prestiti personali. E' infatti un rapporto bilaterale dove la conoscenza del cliente, la capillarità della rete, la trasparenza dell'offerta, nonché alcuni eventuali servizi accessori, rappresentano le principali leve competitive. Infatti, è stato puntualizzato che *"nel finanziamento contro cessione del quinto dello stipendio il consumatore richiede un credito personale che prevede l'erogazione di una somma definita all'inizio del rapporto e la predisposizione di un piano di ammortamento a rate costanti che progressivamente riduce l'esposizione. Le caratteristiche fondamentali di questa forma di finanziamento sono che le rate non possono superare la quinta parte del salario mensile e che il versamento delle stesse viene effettuata direttamente alla società erogante dal datore di lavoro in virtù dell'avvenuta cessione appunto del quinto dello stipendio tramite trattenuta diretta sulla busta paga. La durata massima è fissata per legge a dieci anni"*³⁰.

103. Tutte le tre forme di erogazione sopra descritte – prestiti personali, carte revolving e cessione del quinto – sono però descritte come rapporti bilaterali attivati direttamente dalla domanda con l'ente finanziatore e con il ricorso tipico alle banche generaliste o alle società finanziarie specializzate senza alcuna indicazione della finalità. Per tali motivazioni tali segmenti secondo le risposte dei terzi sono riconducibili ad un mercato unico rappresentato dal credito al consumo diretto. Inoltre, il rapporto bilaterale, basato sulla ricerca attiva dal lato della domanda a livello locale, e spesso sulla base di un rapporto pregresso con la banca/società finanziaria specializzata, fa emergere la rilevanza della rete e dà fondamento ad una analisi circoscritta ai confini locali/regionali.

²⁷ [Cfr. risposta Assofin – doc. n. 32, risposta Prestitempo – doc. n. 33; risposta Compass – doc. n. 35, risposta Fidelity – doc. n. 36, risposta Santander Consumer bank – doc. n. 40 e risposta Unicredit Clarima Banca – doc. n. 49.]

²⁸ [Cfr. risposta Assofin – doc. n. 32.]

²⁹ [Cfr. si veda, ad esempio, la risposta Compass – doc. n. 35 e Unicredit Clarima Banca – doc. n. XXX laddove viene tra l'altro rilevato che "Il finanziamento personale prevede che la somma richiesta dal cliente sia erogata direttamente dalla società finanziatrice al cliente stesso. Il prestito è generalmente a tasso fisso e da rimborsare attraverso un piano di ammortamento a rate costanti.....I prestiti personali hanno avuto e continuano ad avere un tasso di crescita percentuale molto forte a scapito del credito finalizzato determinato oltre che da una maggiore consuetudine dei consumatori con lo strumento del finanziamento anche dalla assenza di vincoli nella destinazione della somma quindi dalla sua maggiore riservatezza nonché dalla probabile esperienza positiva avuta precedentemente con un finanziamento finalizzato".]

³⁰ [Cfr. in particolare risposta Unicredit Clarima banca – doc. n. 49.]

104. Il credito al consumo finalizzato, invece, è una forma di finanziamento connessa all'acquisto di beni di consumo o di servizi erogati a soggetti che sottoscrivono apposite richieste di finanziamento per il tramite di venditori convenzionati (c.d. *dealers* – esercizi commerciali ex. articolo 121 TUB) con le istituzioni finanziarie specializzate o banche generaliste. Il rapporto è quindi triangolare e motivato da una specifica domanda connessa all'acquisto di un bene o servizio. Inoltre, l'importo è erogato direttamente al fornitore del bene o servizio e il cliente si impegna a pagare l'ammontare secondo un piano di ammortamento finanziario a tasso fisso e a rate costanti in base a scadenze concordate.

105. Sottostante al credito finalizzato vi è quindi un rapporto di convenzionamento tra istituto erogatore e rete di esercizi commerciali. Variabile strategica per tale tipo di attività è quindi la rete e l'assistenza con i *dealers* dal punto di vista commerciale/marketing e di prodotti innovativi in termini di formule finanziarie. L'esistenza di tale triangolazione grava, ovviamente, nel definire il pricing, nel senso che il costo del canale distributivo incide nella fissazione del prezzo del finanziamento: gli interessi praticati variano non solo a seconda del valore del bene finanziato e dunque degli importi erogati e delle durate contrattuali ma anche in relazione agli obiettivi commerciali del soggetto finanziatore e dei commercianti convenzionati.³¹

106. Tale tipologia di finanziamento, in base ai dati forniti dagli operatori di mercato, sono la componente principale delle attività ricomprese nel settore del credito al consumo, rappresentando il 39% del nuovo erogato nel corso del 2006³². Tuttavia, la quota di questa forma di credito al consumo è andata riducendosi gradatamente nel tempo a favore del credito diretto pur rappresentando ancora oggi una parte strategica del *business* degli operatori nel mercato e uno strumento di potenziale sviluppo per altri prodotti alla clientela. I clienti di un prestito finalizzato che abbiano avuto una performance positiva, infatti, vengono solitamente contattati per l'offerta di altri finanziamenti (prestiti personali, carte di credito *revolving*).

La contrazione appare comunque di rilievo e dovuta alla preferenza verso il credito diretto, in particolare verso il segmento carte di credito *revolving*.

107. I terzi che hanno fornito risposte in merito all'attività di erogazione credito al consumo finalizzato rilevano anche una certa specializzazione per tipologia di prodotto, in particolare quello rivolto all'acquisto di autoveicoli (dove il dealer è il concessionario) rispetto ad altri beni di consumo durevoli (come elettrodomestici e *dealers* della GDO). Anche i dati quantitativi supportano la tesi che l'erogazione di credito al consumo finalizzato rappresenta un unico mercato, distinto da quello diretto, composto però da potenziali segmenti in funzione del bene al quale è rivolto. Sul punto, tuttavia, si osservi che, se da un lato emergono società molto specializzate nel credito al consumo finalizzato per autoveicoli, dall'altro il tipo di finanziamento non appare differenziato nella sua struttura in funzione del bene: l'erogazione avviene in modo centralizzato nazionale in base alla applicazione di meccanismi di stima del rischio di credito/affidabilità del cliente. L'uniformità del prodotto ed il fatto che il pricing dipenda anche dalla relazione di convenzionamento banca/dealers consentono di ritenere appropriata l'analisi del contesto competitivo a livello nazionale.

108. Circa i possibili effetti connessi all'operazione in esame e sul contesto competitivo nel credito finalizzato in generale è stato tra l'altro rilevato che³³ *"...mentre il mercato dei finanziamenti auto è dominato solo in parte dalle finanziarie 'captive' (ossia emanazione delle case costruttrici) e la competizione tra le finanziarie di credito al consumo è comunque forte, per quanto riguarda le reti di esercizi di elettronica di consumo vi sono posizioni dominanti da parte di due finanziarie (Agos e Findomestic) che detengono i principali accordi. Le banche generaliste sono, in genere, non interessate a questo segmento, che presuppone forte know how e alta capacità di servizio"*. Sempre con riferimento al contesto competitivo è stato osservato che: *"Il documento C8939 dell'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato riteniamo evidenzi con chiarezza i rischi di una riduzione del livello di concorrenza sui mercati nei quali Intesa Sanpaolo S.p.A. (ISP) e Cassa di risparmio di Firenze (CRF) operano....In tutti i segmenti l'aggregato si classificherebbe come leader con una quota di mercato almeno tripla rispetto a quella del player immediatamente successiva, la sola eccezione è data dal segmento auto dove Fiat Auto Financial Services (FAFS) detiene al momento il 12,5% del mercato....Oltre alle concentrazioni territoriali...riteniamo degno di nota il fatto che l'aggregato post merger rafforzerebbe notevolmente la presenza su mercati paralleli e sinergici rispetto a quello del credito al consumo: il mercato della raccolta (con quasi 60000 filiali sul territorio italiano), il settore assicurativo, il mercato degli impieghi e quello del risparmio gestito"*³⁴.

109. Sempre con riferimento ai potenziali effetti dell'operazione in esame, un altro operatore³⁵ ha rilevato che *"...riteniamo che l'operazione di concentrazione di cui in argomento porterebbe ad un'alterazione significativa del contesto concorrenziale, determinando un forte impatto su tutti i segmenti del credito al consumo. Infatti, una volta*

³¹ [Sul punto si veda, in particolare la risposta Prestitempo – doc. n. 33. Inoltre, anche la risposta Unicredit Clarima banca – doc. n. 49 rileva che *"Rispetto quindi al prestito personale la somma erogata non viene versata al mutuatario ma sulla base di una precisa delega di quest'ultimo direttamente al fornitore del bene o del servizio oggetto del finanziamento. I suddetti fornitori stipulano infatti specifiche convenzioni con le società finanziatrici in forza delle quali possono proporre alla propria clientela finanziamenti rateali che verranno valutati dalle società finanziatrici secondo autonomi e insindacabili criteri. Il dealer riceve dalla società finanziatrice una provvigione per l'attività svolta che costituisce con i tassi praticati ai clienti e le modalità e le tempistiche del rimborso uno dei principali fattori di competizione"*.]

³² [Risposta Assofin – doc. n. 32.]

³³ [Cfr. risposta Compass – doc. n. 35.]

³⁴ [Cfr. risposta Compass – doc. n. 35.]

³⁵ [Cfr. risposta Unicredit Clarima banca – doc. n. 49.]

realizzata l'acquisizione di Banca CR Firenze, Intesa Sanpaolo avrebbe una forte presenza azionaria nei primi due player del mercato del credito al consumo (Findomestic Banca SpA e Agos SpA) oltre a possedere completamente uno dei primi cinque operatori del mercato sopra citato (Neos Banca SpA)".

VII.2 CARTE DI CREDITO

110. In merito all'attività di erogazione e collocamento di carte di credito, sono state acquisite informazioni non tanto in merito al mercato, rispetto al quale non sono pervenute osservazioni e nemmeno rilievi in difformità rispetto alle definizioni utilizzate dall'Autorità nei precedenti istruttori, quanto sulla struttura di CartaSi dal momento che l'operazione in esame potrebbe avere un impatto sulla medesima.

111. Dalle informazioni acquisite³⁶ CartaSi è posseduta al 100% da Si Holding (SIH). Dal punto di vista dell'azionariato, SIH è posseduta da 35 banche azioniste delle quali solo 7 con quote superiori al 2%. Si tratta di Intesa Sanpaolo (36,7%), MPS (24,5%), UBI (9,5), Unicredit (9,2%), Carifirenze (5,3%), Carige (5,3%) e Sofibar (2,1%). Le rimanenti 28 banche azioniste hanno quote comprese tra l'1,8% (Cassa di Risparmio di Bolzano) e meno dello 0,002% (Banca Popolare di Intra, oggi del gruppo Veneto Banca); ciò dimostra la frammentazione del capitale sociale. Dal punto di vista delle banche clienti di CartaSi l'assetto è molto diverso, con un numero di soggetti superiore al numero degli azionisti. Ciò è dovuto al fatto che CartaSi è nata come società di sistema con funzione di circuito di riferimento per esigenze di terziarizzazione.

112. L'evoluzione dell'assetto di CartaSi tra banche azioniste e banche clienti sta cambiando, stando all'attività istruttoria condotta, in tre direzioni sia in termini di strategia commerciale che di partecipazione all'azionariato. Secondo la stessa SIH: *"La prima è quella delle banche di grandi dimensioni, le quali si stanno orientando ad emettere carte di credito tramite proprie società, come ad esempio Intesa pre fusione con la propria fabbrica prodotto SETEFI, la quale è sempre più orientata ad una strategia commerciale autonoma da CartaSi. Ciò è del resto provato da quanto sta avvenendo con la stessa Intesa che sta progressivamente sostituendo le carte emesse da CartaSi con carte emesse da SETEFI. Lo stesso Sanpaolo IMI, che era uno dei partner di riferimento di CartaSi nell'innovazione, è allo stato in una fase di stasi progettuale. La seconda direzione è quella intrapresa da numerose banche medie e piccole che hanno deciso di emettere in proprio, o attraverso altre società tipo KEYCLIENT, carte di credito e di uscire dall'azionariato di CartaSi come, ad esempio, BNL, BPM, Banco Popolare e ICCREA. Infine la terza direzione è quella presa da alcune banche di piccola e media dimensione che, in ragione delle dimensioni più modeste, continuano a ricorrere a CartaSi per l'outsourcing dei servizi di emissione e in alcuni casi di rimanerne azionista, con un ruolo rilevante nella definizione degli indirizzi strategici. Relativamente a quest'ultimo punto... il CdA di SIH si compone di 13 membri, attualmente 12 dopo le dimissioni di un componente non sostituito. Di questi all'ora Sanpaolo ne ha segnalati tre di cui uno dimessosi e appunto non sostituito"*.

113. Viene quindi escluso, anche per l'assenza di patti parasociali, l'esercizio di forme di controllo in capo a ISP ed effetti sulla governance a seguito della concentrazione con CRF.

114. Quanto all'attività svolta, la stessa CartaSi sottolinea la sua parte di erogatore di servizi a monte, quindi non in concorrenza diretta a valle con la domanda finale. Sempre con riferimento all'attività svolta, l'istruttoria ha rilevato che il gruppo CartaSi è principalmente attivo nell'attività di *issuing* che pesa per circa il 70% dei ricavi di CartaSi e in quella di *acquiring* che pesa per il rimanente 30% circa. Le carte in circolazione emesse da CartaSi sono circa 6980000 corrispondenti all'11% del totale carte di credito e debito emesse e al 21% delle sole carte di credito. CartaSi opera in modalità B2B, nel senso che presta il proprio servizio di emissione a favore delle banche clienti e non al consumatore finale, ad eccezione di una quota residuale servita direttamente.

115. Nel fornire questo servizio, CartaSi fissa i costi per la gestione delle carte e la transazione per le banche collocatrici, lasciando a queste ultime la fissazione dei prezzi nei confronti della clientela finale. In questo senso CartaSi non compete direttamente per la conquista dei clienti finali, per i quali centrale è il canale distributivo, ma è in diretta concorrenza con società che offrono lo stesso servizio come AMEX, SETEFI e KEYCLIENT. Ad esempio, ICCREA ha recentemente deciso di servirsi di KEYCLIENT per l'*issuing* delle carte di credito collocate dalle banche del credito cooperativo. L'attività di *issuing* di CartaSi è quindi emersa come fase condizionata dall'assenza di capacità distributiva diretta e quindi CartaSi, in presenza di una banca che è sia cliente che proprietaria di una fabbrica prodotto, non può incidere in modo del tutto efficace nella scelta del brand da parte del cliente finale.

VIII. LA POSIZIONE DELLE PARTI

116. Relativamente all'operazione in oggetto le parti hanno formulato diverse osservazioni e presentato valutazioni, come da documentazione agli atti, con riferimento ai profili concorrenziali caratterizzanti alcuni mercati rilevanti³⁷.

117. In particolare, in merito al mercato della raccolta bancaria ISP ha sostenuto che anche nelle province nelle quali la quota aggregata supererà valori non marginali, dovrebbe permanere una forte pressione competitiva nei

³⁶ [Cfr. verbale Si Holding – doc. n. 38.]

³⁷ [Cfr. formulario notificato dalle parti – doc. n. 2 e verbale di audizione ISP – doc. n. 24.]

confronti nella banca *post-merger* e che gli effetti della concentrazione dovrebbero risultare tali da non comportare restrizioni significative.

118. A Viterbo, ISP esclude problemi concorrenziali conseguenti alla concentrazione in quanto la quota aggregata sarà solo marginalmente superiore al livello del 30% ritenuto critico nei precedenti provvedimenti istruttori, l'incremento apportato da CRF è contenuto e risultano presenti numerosi concorrenti in grado di esercitare una pressione concorrenziale rispetto a ISP.

119. Analogamente, a Firenze le parti sostengono l'assenza di profili problematici conseguenti al *merger* e ciò, in particolare, per la presenza di un concorrente particolarmente rilevante e radicato localmente quale Monte dei Paschi di Siena, con oltre il 22% del totale sportelli nella provincia, quindi con una presenza di poco inferiore a quella che deterrà la banca *post merger*.

120. A Pistoia le parti evidenziano la scarsa rilevanza dell'apporto incrementale, inferiore al 5% tanto in termini di raccolta che di sportelli locali. Inoltre, anche in tale provincia appaiono presenti altri gruppi bancari di dimensioni, per quanto inferiori a ISP dopo l'acquisizione di CRF, tali da rendere impossibile l'esercizio di potere di mercato.

121. Quanto a Terni e La Spezia, le parti, pur confermando i dati quantitativi che vedono la banca *post merger* superare il 45-50% ed il 60-65%, rispettivamente, in termini di raccolta sottolineano la peculiare morfologia del territorio. Quest'ultimo dato sarebbe, in entrambe le province, tale da rendere molto disomogenea la distribuzione della popolazione, conseguentemente degli sportelli, con la conseguenza che le quote tanto delle parti che dei *competitors* non esprimerebbero necessariamente l'effettiva pressione concorrenziale. Sarebbero inoltre presenti operatori di dimensione nazionale e quindi dotati delle necessarie risorse (commerciali, finanziarie, etc.) per attuare una politica concorrenziale aggressiva nei confronti di ISP.

122. Alla luce di tali considerazioni, le parti ritengono che l'operazione non sia idonea a determinare, in alcuno dei mercati interessati della raccolta, effetti tali da restringere in modo significativo e durevole la concorrenza.

123. Le considerazioni svolte per la raccolta bancaria vengono ribadite da ISP anche per i mercati provinciali degli impieghi alle famiglie consumatrici e degli impieghi alle famiglie produttrici-PMI. Quanto al mercato degli impieghi alle imprese di medie e grandi dimensioni a livello regionale, ISP osserva che in nessun caso viene superata la quota del 40% e che la clientela corporate ha tipicamente rapporti con più banche quindi è in posizione di poter scegliere le condizioni più vantaggiose e innescare spinte competitive. In merito agli impieghi agli enti pubblici, le parti sottolineano che solo nella regione Lazio viene superato il 40% ma che si tratta di una domanda dotata di un elevato potere contrattuale e con un incremento trascurabile.

124. ISP formula osservazioni volte ad escludere rischi restrittivi e di costituzione o rafforzamento di posizione dominante anche nei mercati relativi al risparmio gestito. In particolare, a livello distributivo le parti confermano che la quota congiunta *post merger* supererà il 50% a Terni, Pistoia e La Spezia. Tuttavia, ISP precisa che la valutazione dei profili distributivi deve essere condotta anche alla luce della maggior contendibilità dei servizi del risparmio gestito rispetto alla raccolta bancaria e ciò per l'esistenza di canali diversi e ulteriori rispetto a quello bancario. Inoltre, tali province sono esposte alla pressione competitiva di vari altri operatori dotati di reti nazionali.

125. Quanto alla fase produttiva a monte nell'*asset management*, ISP rileva l'assenza di apporti connessi al *merger* tali da far emergere problematiche concorrenziali. Da notare, a giudizio di ISP, è anche il recente ingresso di nuovi operatori indipendente dalla parte stessa, quali Crédit Agricole.

126. Il settore del credito al consumo viene analizzato dalle parti separatamente, anche in base ai precedenti dell'Autorità, nei due segmenti del credito finalizzato e del credito diretto, il primo, a livello regionale (per il ruolo delle banche erogatrici) ed il secondo nazionale (per l'omogeneità del servizio offerto). Ancor più in dettaglio, ISP ha affermato che *"...appare corretto distinguere tra credito diretto e credito finalizzato, in quanto diverse sono le modalità di contatto con la domanda. Nel caso del credito finalizzato, il finanziamento viene richiesto presso la catena distributiva contestualmente all'acquisto del bene e quindi è il rapporto tra quest'ultima e la società che offre il finanziamento ad essere un elemento competitivo importante; rapporto che tra l'altro, è tipicamente in esclusiva. Quanto invece al credito diretto, centrale è il rapporto tra società erogatrice e cliente finale; ciò in quanto tali finanziamenti vengono collocati prevalentemente tramite agenti, filiali e mailing. Con riferimento al prodotto, si tratta di un prodotto con una struttura standardizzata, dove l'elemento di differenziazione è costituito dalla valutazione del rischio di credito (che può variare tra operatori). I player sono generalmente nazionali, salvo alcuni operatori locali, soprattutto attivi nella cessione del quinto dello stipendio. Con riferimento al contesto competitivo, ... è importante tanto l'elemento prossimità dal lato della domanda quanto, dal lato dell'offerta, la dimensione nazionale degli operatori"*³⁸.

127. In tale settore ISP rileva di essere attiva tramite Agos – sottoposta al controllo congiunto con il Gruppo Crédit Agricole e già oggetto di impegni in base al provvedimento di chiusura istruttoria Intesa/SanPaolo³⁹ – e Neos Banca – controllata in esclusiva –; CRF è presente tramite Findomestic – controllata congiuntamente con BNP Paribas e oggetto di una complessa situazione creatasi tra i soci in ordine alla governance.

128. L'impatto concorrenziale della presente operazione, a giudizio di ISP, tanto nel credito diretto che in quello finalizzato non dovrebbe far emergere problematiche concorrenziali. In merito al credito diretto a livello regionale le quote

³⁸ [Cfr. verbale ISP – doc. n. 24.]

³⁹ [Cfr C8027 Banca Intesa/SanPaolo IMI – in Bollettino n. 49/2006.]

non dovrebbero risultare tali da consentire alcun esercizio di potere di mercato, essendo comprese tra un minimo del 15-20% in Basilicata ad un massimo del 35-40% in Veneto, quindi mai particolarmente elevate e comunque non superiori al 40%.

129. Quanto al credito finalizzato, la sovrapposizione nazionale dell'attività delle parti è ritenuta da ISP tale da non modificare le dinamiche concorrenziali e ciò anche per la presenza di numerosi e qualificati operatori dotati di notevoli risorse e capacità competitiva.

130. Un ulteriore profilo oggetto di considerazioni da parte di ISP riguarda le carte di pagamento, le quali ricomprendono, secondo le parti, sia le carte di debito che le carte di credito essendo entrambe strumenti alternativi al contante e che consentono di effettuare l'addebito dell'importo di ciascuna transazione direttamente sul conto corrente dell'acquirente e il corrispondente accredito su quello del venditore. Le carte di credito starebbero, secondo ISP, acquisendo sempre più la funzione di prelievo di contante e le carte di debito quella di mezzo di pagamento.

131. In considerazione della quota detenuta in termini di carte di credito emesse, inferiore al 10-15% a seguito dell'operazione, nonché della presenza di altri operatori come, ad esempio, CartaSi e Unicredit (nel ruolo di emissione e/o collocamento), ISP ritiene che l'operazione non sia idonea a determinare nel mercato delle carte di credito la costituzione o il rafforzamento di una posizione dominante tale da eliminare o restringere in modo significativo e durevole la concorrenza. Più in generale, ISP osserva come il mercato del sistema dei pagamenti sia in rapida evoluzione dal punto di vista sia tecnologico, che normativo e regolamentare, fenomeno questo che dovrebbe far superare alcune possibili barriere tra i vari mercati europei.

132. Inoltre, ISP sottolinea due profili di interesse nell'analisi competitiva: da un lato il fatto che *"... in merito alla governance di CartaSi, nulla dovrebbe cambiare con l'aumento della partecipazione detenuta da ISP dal 38 al 41% rispetto alla situazione già analizzata in occasione della fusione tra Banca Intesa e Sanpaolo IMI"*; dall'altro, che *"[omissis]"*⁴⁰.

133. Infine, nel settore assicurativo vita, ISP ritiene di nessun impatto il merger in esame, sia nel mercato della produzione distintamente per singoli rami (nazionali), che della distribuzione (provinciale) in quanto l'acquisizione di CRF non altera in maniera sostanziale le posizioni già detenute.

IX. IL PARERE DELL'ISVAP

134. Con parere pervenuto all'Autorità in data 11 gennaio 2008, l'ISVAP ha rappresentato, ai sensi dell'articolo 20, comma 4, della legge n. 287, quanto segue⁴¹: *"In relazione al verificarsi di riflessi anticoncorrenziali sul mercato assicurativo vita derivanti dall'operazione di acquisizione in oggetto, questa Autorità prende atto degli impegni assunti da ISP e della valutazione favorevole degli stessi da parte di codesta AGCM e rileva che, per quanto attiene il mercato della produzione vita, la posizione di ISP, a seguito dell'acquisizione di CRF, risulta non significativamente modificata, mentre con riguardo al mercato della distribuzione le criticità risultano superate dall'attuazione del piano di cessione di sportelli presentato da ISP. Ciò considerato, questa Autorità ritiene che l'operazione, anche in virtù degli impegni prospettati dalle parti, non sia idonea a modificare gli assetti concorrenziali nei mercati della produzione e distribuzione dei prodotti assicurativi in Italia."*

X. VALUTAZIONE DELLA CONCENTRAZIONE

135. Alla luce delle risultanze istruttorie sopra riportate l'operazione in oggetto comporta gli effetti di seguito descritti nei distinti mercati rilevanti del prodotto e geografici.ù

X.1 MERCATI BANCARI TRADIZIONALI

136. I mercati bancari tradizionali interessati dalla presente operazione risultano essere quello della raccolta, quello degli impieghi alle famiglie consumatrici e quello degli impieghi alle famiglie produttrici-PMI, essendo le aree di attività dove la concentrazione comporterà i principali effetti competitivi in termini di sovrapposizione ed incremento delle posizioni relative delle parti, nonché di attrazione della clientela mediante la rete sportelli.

X.1.1 Mercato della raccolta

137. Considerando il mercato della raccolta bancaria, l'operazione in esame conduce alla costituzione di una posizione dominante, o di rafforzamento, nelle province in cui si avrà in capo alla entità post merger⁴²:

- una quota aggregata superiore al 30% ed una differenza dal primo operatore superiore al 10%, e
- un HHI (calcolato sulla raccolta) superiore a 1000 e inferiore a 2000, con un delta non inferiore a 250 o,
- un HHI superiore a 2000 con un delta di attenzione non inferiore a 150.

138. La Tabella 8 riporta le province nelle quali i criteri sopra riportati sono tutti pienamente soddisfatti, in misura anche ben superiore ai limiti indicati. Si tratta delle province di La Spezia, Terni e Pistoia.

⁴⁰ [Cfr. verbale ISP – doc. n. 24.]

⁴¹ [Cfr. parere dell'ISVAP – doc. n. 64.]

⁴² [In merito al livello HHI da considerare si vedano gli "Orientamenti relativi alla valutazione delle concentrazioni orizzontali a norma del regolamento del Consiglio relativo al controllo delle concentrazioni tra imprese", in GUCE 2004/C 31/03.]

139. Infatti, sia la quota aggregata post- merger, che il distacco dal principale concorrente e i dati relativi al grado di concentrazione e sua variazione (HHI e delta relativo) evidenziano chiaramente livelli e variazioni tali da ritenere che la posizione che ISP verrà a detenere nelle province di La Spezia, Terni e Pistoia sarà tale, che a seguito dell'operazione di concentrazione con CRF, si determinerà la costituzione o il rafforzamento di una posizione dominante.

Tabella 8: Quote detenute nel mercato della raccolta (%), dati al 31/12/2006

Province	ISP	CRF	Combine d	Δ con il 2° operatore	HHI	Δ HHI
La Spezia	[15-20]	[45-50]	[60-65]	[50-55]	2.555,3	1.622,7
Terni	[30-35]	[10-15]	[45-50]	[30-35]	2.230,0	1.147,8
Pistoia	[1-5]	[30-35]	[35-40]	[15-20]	1.584,3	257,6

Fonte: elaborazioni AGCM su dati forniti dalle parti e da Banca d'Italia (BI)

140. Con riferimento, invece, alle province di Firenze e Viterbo non si ravvisa il rischio di costituzione o rafforzamento di una posizione dominante in quanto: a Viterbo l'indice di concentrazione HHI e suo incremento sono tali da non superare le soglie di attenzione, dimostrando l'esistenza e il permanere di un contesto competitivo non alterato dopo la concentrazione; a Firenze rileva la presenza di un secondo operatore, oltre al primo rappresentato da ISP post merger, particolarmente qualificato tanto per la storica presenza nel territorio locale quanto per le dimensioni (come dimostra il distacco con ISP ben inferiore al 10%).

- +

X.1.2 Impieghi

142. L'operazione in esame comporta la costituzione o rafforzamento di posizione dominante nel mercato degli impieghi alle famiglie produttrici nelle province di La Spezia, Terni e Pistoia e nel mercato degli impieghi alle famiglie consumatrici nelle province di La Spezia e Terni.

143. In particolare, nel mercato degli impieghi alle famiglie produttrici la banca post merger verrà a detenere una quota superiore al 50% in provincia di La Spezia, e quote comprese tra il 35% e il 40% a Terni e Pistoia.

Nel mercato degli impieghi alle famiglie consumatrici, invece, ISP disporrà di una quota del [45-50]% a La Spezia e del [40-45]% nella provincia di Terni.

144. Quanto ai mercati degli impieghi alle imprese di media-grande dimensione e degli impieghi agli enti pubblici, la struttura e le quote delle parti post merger non sembrano tali da comportare effetti restrittivi di rilievo. Infatti, in tutti i mercati regionali dove sono presenti entrambe le parti interessate dalla presente operazione, la nuova entità post merger verrebbe a detenere quote sempre inferiori al 30% circa, sia per gli impieghi alle imprese medio grandi, sia per gli impieghi agli enti pubblici. Le uniche eccezioni sono la regione Sardegna per il mercato degli impieghi alle imprese medio grandi, dove la nuova banca deterrà circa il [30-35]% del mercato, e la regione Lazio per il mercato degli impieghi agli enti pubblici, dove l'entità risultante dalla concentrazione avrà circa il [40-45]% del mercato.

145. Si rileva, tuttavia, che in entrambi i casi l'apporto del merger è estremamente contenuto e pari allo [inferiore all'1%] circa e pertanto si esclude che dall'operazione in esame possa emergere una posizione dominante nel mercato degli impieghi alle imprese di media-grande dimensione e nel mercato degli impieghi agli enti pubblici.

X.2 ALTRI MERCATI CREDITIZI E SISTEMI DI PAGAMENTO

146. Interessati dalla presente operazione sono i mercati del credito al consumo, nonché i mercati dei servizi di pagamento.

X.2.1 Credito al consumo

147. Relativamente al settore del credito al consumo, gli elementi acquisiti in istruttoria hanno evidenziato come la valutazione degli effetti della concentrazione in esame debba essere condotta distintamente nel mercato del credito diretto e in quello del credito finalizzato. Ciò in ragione dell'esistenza di differenze significative tra i due suddetti mercati soprattutto in termini di rapporto tra domanda e offerta, modalità di collocamento e relative condizioni commerciali.

148. In estrema sintesi, mentre il credito diretto (prestiti personali, carte revolving e cessione del quinto dello stipendio) si fonda sul rapporto bilaterale finanziatore/cliente finale, non prevede l'intervento di intermediari e viene tipicamente erogato presso le filiali dell'ente finanziatore, nel credito finalizzato il rapporto è di tipo triangolare. In quest'ultimo caso, infatti, l'erogazione avviene da parte della banca o società finanziaria specializzata a favore di dealers convenzionati ai quali il consumatore finale si rivolge per l'acquisto di un bene specifico. Diversamente dal rapporto bilaterale, che caratterizza il credito diretto, nel descritto rapporto triangolare il cliente finale interagisce con l'ente finanziatore esclusivamente per il pagamento delle rate.

149. Con riferimento ai canali distributivi del credito al consumo si rileva che mentre il credito diretto è collocato prevalentemente tramite sportelli bancari o agenzie delle società finanziarie specializzate, quello finalizzato vede centrale il ruolo dei dealers convenzionati.

150. Quanto alle condizioni economiche dei servizi del credito al consumo, le risultanze istruttorie hanno evidenziato come, nel caso del credito diretto, esse vengano definite a livello centrale ma con margini rilevanti di autonomia a livello locale di filiale; nel caso, invece, del credito finalizzato le condizioni economiche sono fissate prevalentemente sulla base di *credit scores*, che sono tendenzialmente uniformi a livello nazionale.

151. L'insieme degli elementi sopra descritti conduce quindi ad esaminare gli effetti dell'operazione in esame distintamente nel mercato del credito diretto a livello regionale e nel mercato nazionale del credito finalizzato.

152. Relativamente al mercato del credito diretto, la nuova entità disporrà di una quota di mercato superiore al 41% in Veneto e compresa tra il 35% e il 40% in Piemonte e Lombardia. Si tratta di posizioni che, per la notorietà dei brand posseduti da ISP e CRF, per la gamma dei servizi offerti e per il distacco dagli altri concorrenti, consentono di ravvisare una posizione dominante in capo a ISP. In altre otto regioni (Calabria, Friuli Venezia Giulia, Lazio, Puglia, Valle d'Aosta, Campania, Marche e Sicilia), ISP disporrà di quote comprese tra il 30% e il 35%, che, pur non consentendo di imputare la costituzione o il rafforzamento di una posizione dominante in capo alla banca post merger, la qualificano indubbiamente come operatore leader.

153. Le suddette posizioni a livello regionale vanno apprezzate anche alla luce del fatto che ISP, a seguito dell'acquisizione del controllo esclusivo di CRF, diventerà il primo operatore nell'erogazione di credito diretto a livello nazionale, raggiungendo oltre il [30-35]% in termini di consistenze. Elemento di rilievo è anche il fatto che ISP, per effetto della concentrazione, diventerà il primo operatore in ciascuna delle forme tecniche di erogazione del credito al consumo diretto (prestiti personali, carte revolving e cessione del quinto dello stipendio), con notevoli possibilità di esercitare attività di cross-selling tra i suddetti segmenti.

154. Con riferimento al credito finalizzato, la concentrazione in esame consentirà alla banca post merger di diventare il primo operatore con una quota a livello nazionale pari al 23,4% in termini di flussi e al [15-20]% in termini di consistenze. Si tratta di posizioni che, pur non consentendo di imputare a ISP una posizione dominante, consentono di attribuirgli un ruolo di assoluto rilievo sia per il distacco con il secondo concorrente la cui quota è inferiore a un terzo a quella di ISP-CRF sia per la posizione di assoluta leadership nel segmento del credito finalizzato per beni diversi dagli autoveicoli.

155. Le valutazioni sopra riportate e che hanno condotto a ravvisare delle posizioni dominanti in capo a ISP devono anche essere poste in relazione con alcune peculiarità del contesto competitivo del credito al consumo in termini delle caratteristiche degli operatori coinvolti e delle condizioni di accesso e crescita nei suddetti mercati.

156. Sul primo punto si osservi che ISP opererà, a seguito della concentrazione, attraverso tre società finanziarie specializzate (Findomestic, Agos e Neos Banca) caratterizzate da elevati livelli di notorietà del brand e ampia omogeneità nella tipologia di servizi offerti. Ciò vale soprattutto per Findomestic e Agos che, oltre ad essere gli operatori leader nella concessione di prestiti personali e nei finanziamenti tramite carte revolving, sono tra gli operatori più presenti nelle catene distributive. Si rileva inoltre che l'entità post merger potrà beneficiare anche della capacità di fornire un'offerta completa di credito diretto in quanto, oltre a Agos che Findomestic, ISP opererà anche attraverso Neos, che è il principale operatore nell'erogazione di finanziamenti contro la cessione del quinto dello stipendio.

157. Sul secondo punto, ISP godrà del vantaggio di operare con un più ampio *dataset* e con una rete di *dealers* tipicamente in esclusiva ancora più estesa, elementi questi che rendono non agevole l'ingresso di nuovi operatori e che consentono a chi li detiene l'esercizio di potere di mercato.

X.2.2 Mercati dei servizi di pagamento

158. I sistemi di pagamento ricomprendono, secondo il consolidato orientamento dell'Autorità, almeno due mercati distinti: quello delle carte di debito e quello delle carte di credito.

X.2.2.1 Carte di debito

159. L'operazione in esame non produrrà effetti restrittivi della concorrenza nel mercato delle carte di debito. Ciò in ragione della non particolarmente significativa quota di mercato post merger ([15-20]%), dello scarso apporto incrementale al merger attribuibile all'attività di CRF ([inferiore all'1%]) e della presenza di numerosi e qualificati concorrenti, tra i quali il gruppo Unicredit.

160. L'operazione non appare quindi idonea a determinare la costituzione o rafforzamento di posizione dominante nel mercato delle carte di debito.

X.2.2.2 Carte di credito

161. Con riferimento al mercato delle carte di credito così come definito nella parte in fatto, l'attività istruttoria consente di escludere il rischio che si venga a costituire o a rafforzare una posizione dominante in capo ad ISP per le ragioni che seguono.

162. In primo luogo, l'operazione in esame comporterà un incremento marginale (inferiore all'1%) della quota di carte di credito emesse da ISP. Tale quota, quantificabile in circa il [10-15]% del mercato⁴³, non raggiungeva livelli particolarmente significativi già nello scenario pre-merger.

163. In secondo luogo, l'attività istruttoria ha escluso effetti restrittivi della concorrenza derivanti dalla partecipazione del 41% nel capitale sociale di CartaSi che ISP verrà a detenere dopo l'acquisizione di CRF. Posto che ISP già deteneva il 37% circa di CartaSi (di provenienza di Sanpaolo IMI S.p.A.) senza per questo avere un ruolo di rilievo nella governance (attualmente ha soltanto due membri nel CdA su tredici), l'operazione in esame non appare idonea ad incidere in maniera sostanziale sugli equilibri tra gli azionisti e negli organi di governo della società instauratisi nello scenario pre-merger. Si noti inoltre che, essendo Si Holding una società a capitale "chiuso" e caratterizzata da un azionariato "s sofisticato", sembra attenuato il rischio che si determini quella particolare dinamica, tipica di alcune società quotate, per la quale, a causa della frammentazione dell'azionariato e della partecipazione alle assemblee solo di un ristretto numero degli aventi diritto, il voto espresso da azionisti di minoranza può talvolta essere sufficiente ai fini dell'approvazione delle delibere assembleari⁴⁴.

164. In terzo luogo, gli effetti dell'operazione in esame derivanti dalla partecipazione di ISP in CartaSi devono essere posti in relazione anche con il processo di cambiamento delle strategie commerciali delle banche azioniste e clienti di CartaSi. Tali strategie prevedono un maggior ricorso a proprie società prodotto o ad altri soggetti quali, ad esempio, Amex e Key Client per l'emissione di carte di credito e ciò porterà ad un progressivo ridimensionamento del ruolo di CartaSi nell'attività di emissione. Un'indicazione della pressione competitiva esercitata da questi operatori può essere fornita dalla recente decisione di Iccrea Banca, l'Istituto Centrale del Credito Cooperativo, di servirsi di Key Client per l'issuing delle carte di credito collocate dalle banche del credito cooperativo⁴⁵.

165. I processi di cambiamento di cui sopra appaiono particolarmente in linea con l'esperienza di ISP essendo stata Banca Intesa S.p.A. tra le prime a dotarsi di una propria società prodotto (SETEFI) con conseguente riduzione al ricorso dei servizi di emissione della società consortile CartaSi.

166. Alla luce delle suddette considerazioni si può quindi affermare che la posizione di ISP in CartaSi tanto in termini di partecipazione al capitale sociale quanto in termini di numero di carte di credito emesse da quest'ultima società non conduce a ritenere che, per effetto della presente operazione, verranno a prodursi alterazioni sostanziali nel mercato delle carte di credito.

167. Si esclude pertanto che l'operazione in esame possa dare luogo alla creazione o al rafforzamento di una posizione dominante nel mercato delle carte di credito in capo a ISP.

X.3 SETTORE DEL RISPARMIO GESTITO

168. L'operazione di concentrazione in esame comporta effetti rilevanti, con rischio di costituzione o rafforzamento di posizione dominante, in diversi mercati della distribuzione di servizi del risparmio gestito a livello provinciale.

169. Come da numerosi precedenti dell'Autorità⁴⁶, due sono le fasi centrali nel valutare gli effetti competitivi: la produzione a monte, la quale definisce le caratteristiche principali del prodotto (in modo omogeneo a livello nazionale) e la distribuzione a valle, dove si esercita il proprio potere di mercato nell'instaurare il rapporto con il cliente per il collocamento del prodotto, nel fissare alcune variabili (spesso commissione di ingresso e di uscita) e nell'esprimere la capacità di penetrazione a livello locale rispetto ai concorrenti.

170. Quanto ai mercati della produzione di prodotti del risparmio gestito, l'operazione in esame comporta la costituzione di un operatore che avrà una quota del [25-30]% circa nell'offerta/gestione di fondi comuni d'investimento, e una quota del [15-20]% circa nell'offerta di servizi di gestione patrimoniale su base individuale (GPM+GPF). Nonostante si tratti di quote di mercato non trascurabili, ISP non diventerà operatore dotato di potere di mercato per effetto dell'operazione in esame in quanto gli apporti di CRF non appaiono particolarmente significativi. Si rileva inoltre che tali mercati si caratterizzano per la presenza di altri operatori qualificati e con posizioni di rilievo.

171. Considerando i mercati della distribuzione di servizi del risparmio gestito a livello provinciale, emerge che l'operazione di concentrazione in esame consentirà ad ISP di acquisire posizioni di assoluto rilievo nelle province di Terni, Pistoia e La Spezia. In particolare, in ciascuna di queste province ISP diventerà il primo operatore con una quota combinata superiore al 50% del mercato. Si rileva, inoltre, che l'esercizio di potere di mercato nei citati ambiti provinciali da parte di ISP appare particolarmente concreto a seguito dell'operazione in esame in quanto CRF rappresenta un competitor di rilievo nelle province individuate.

172. Tenuto conto che ISP disporrà di un'ampia rete tanto di sportelli che di promotori con un potenziale di capacità di penetrazione particolarmente ampio, appare corretto sostenere che la concentrazione in esame comporterà la costituzione o il rafforzamento di una posizione dominante nei mercati della distribuzione di servizi del risparmio gestito nelle province di: Terni, Pistoia e La Spezia.

⁴³ [Percentuale data dalla somma dell'[5-10]% circa di carte emesse da SETEFI e del [1-5]% circa di carte emesse da CartaSi.]

⁴⁴ [Risposta di ISP alla richiesta di informazioni dell'Autorità – doc. n. 50.]

⁴⁵ [Verbale audizione di CartaSi S.p.A., banca – doc. n. 38.]

⁴⁶ [Cfr. prec. nota n. Errore. Il segnalibro non è definito..]

X.4 SETTORE ASSICURATIVO RAMI VITA

173. L'operazione in esame non conduce a ravvisare effetti restrittivi della concorrenza nei mercati assicurativi rami vita per le ragioni che seguono.

174. Quanto ai mercati nazionali della produzione ISP opererà, a seguito dell'operazione in esame, oltre che attraverso Intesa Vita S.p.A., Eurizon Vita S.p.A. e Eurizon Life Ltd., anche mediante la società CentroVita S.p.A., società attualmente controllata congiuntamente da CRF e BNP Paribas. L'impatto di tale acquisizione appare tuttavia contenuto e tale da non modificare il contesto competitivo in tutti i mercati produttivi dei rami vita (I, III e V), essendo l'apporto del merger dell'ordine dell'[1-5] %.

175. Analogamente, dalle risultanze istruttorie emerge che l'operazione in esame, pur determinando in alcune province un apporto in termini di capacità distributiva non trascurabile (in particolare si tratta di La Spezia e Firenze), non consentirà ad ISP di esercitare un potere di mercato tale da considerarlo operatore dominante in nessun mercato distributivo a livello provinciale. Infatti, tanto le quote raggiunte con l'acquisizione di CRF nei citati ambiti provinciali (inferiori al 35%,) che la presenza di qualificati operatori non conducono ad individuare una significativa riduzione della pressione competitiva nei suddetti mercati.

XI. CONCLUSIONI

Alla luce delle analisi sopra riportate, l'Autorità ritiene che vi siano diversi mercati nei quali la realizzazione dell'operazione di concentrazione in esame determina la costituzione o rafforzamento di una posizione dominante; si tratta dei mercati rilevanti connessi a: raccolta bancaria, impieghi alle famiglie consumatrici, impieghi alle famiglie produttrici-PMI, credito al consumo, distribuzione di fondi comuni di investimento e distribuzione di gestioni individuali di patrimoni (GPM e GPF).

XII. PROSPETTATIVA DEGLI IMPEGNI

176. In data 17 dicembre 2007, al fine di risolvere i profili problematici connessi alla realizzazione dell'operazione in esame, ISP ha assunto impegni, da essa stessa qualificati di "natura strutturale", di seguito descritti⁴⁷.

177. In primo luogo, ISP si impegna a realizzare una *"...riduzione della rete distributiva del Gruppo ISP nelle province ove l'impatto dell'Operazione è più significativo. Ciò consentirà di alleggerire la posizione del Gruppo ISP nei mercati della raccolta e degli impieghi, nonché nei mercati caratterizzati - a livello distributivo - da un'incidenza significativa del canale bancario (e.g. asset management e polizze vita). In questi ultimi mercati, inoltre, la riduzione degli sportelli del Gruppo ISP produrrà un effetto virtuoso anche sul versante produttivo"*.

178. In secondo luogo: *"[A]l fine di ridurre gli effetti della sovrapposizione orizzontale dell'attività delle parti nel credito al consumo, ISP intende inoltre procedere alla dismissione della propria partecipazione nella joint venture AGOS. Ciò avverrà in tempi assai più rapidi rispetto a quelli prefigurati in occasione della presentazione degli impegni relativi alla fusione tra Banca Intesa S.p.A. e Sanpaolo IMI S.p.A."*

179. Più in dettaglio, gli impegni assunti da ISP risultano così strutturati:

1) Cessione di un adeguato numero di sportelli

ISP si impegna a: *"stipulare con uno o più soggetti terzi indipendenti non azionisti, entro [omissis] mesi dalla data di notifica del provvedimento di autorizzazione dell'Operazione, contratti per la cessione di complessivi 29⁴⁸ sportelli, ubicati nelle province di La Spezia (15 sportelli), Terni (11 sportelli) e Pistoia (3 sportelli). L'esecuzione di detti contratti di cessione dovrà intervenire entro [omissis] mesi dalla data di notifica del provvedimento di autorizzazione dell'Operazione⁴⁹"*.

Con riferimento alle modalità di attuazione del presente impegno, si segnala che la procedura di dismissione prevede anzitutto l'identificazione di uno o più rami d'azienda da cedere ai sensi dell'articolo 58 del Testo Unico Bancario. Il perimetro di ciascun ramo d'azienda verrà di volta in volta puntualmente identificato nel contratto di cessione e comprenderà tutti i contratti stipulati dalla banca con i clienti dello sportello (i.e. tutti i rapporti attivi e passivi), ad eccezione delle esclusioni concordate tra le parti (a titolo esemplificativo, si escludono normalmente i crediti in sofferenza) e dei rapporti non soggetti a cessione (quali, ad esempio, gli impieghi erogati a fronte di agevolazioni da parte di enti pubblici)".

ISP specifica sul punto che *"Il ramo d'azienda includerà inoltre i contratti di lavoro con i dipendenti della banca cedente operanti presso gli sportelli oggetto di cessione, i mobili, gli arredi, la dotazione di macchinari elettronici (computer, ATM, ecc.), i contratti di affitto relativi agli spazi occupati (qualora i locali siano di proprietà della banca cedente si*

⁴⁷ [Cfr. versione definitiva impegni ISP – doc. 51.]

⁴⁸ [Si è ipotizzato che la raccolta di uno sportello in ciascuno dei mercati rilevanti considerati sia pari alla raccolta media su base provinciale degli sportelli del Gruppo ISP. Pertanto, il numero di 29 sportelli, così determinato, potrà subire variazioni nei casi in cui gli sportelli effettivamente ceduti avessero consistenze significativamente diverse (in eccesso o in difetto) rispetto alla raccolta media per provincia.]

⁴⁹ [Tale scansione temporale si rende necessaria alla luce della necessità, per tutte le parti interessate, di ottenere le autorizzazioni regolamentari previste dalla normativa vigente.]

potrà procedere alla cessione di tali locali o, in alternativa, alla locazione degli stessi all'acquirente del ramo d'azienda), tutti gli ulteriori contratti stipulati dalla banca cedente con terzi per garantire l'operatività degli sportelli oggetto di cessione, nonché - se del caso - i fondi, tra cui quelli a copertura del rischio fisiologico.

Con riferimento agli effetti del presente impegno sui contratti di collocamento in essere, si segnala come ISP cesserà di collocare i propri prodotti vita e di asset management attraverso gli sportelli oggetto di cessione.

Il perimetro del ramo d'azienda non comprenderà il diritto di utilizzare la denominazione e gli altri segni distintivi della banca cedente, per cui l'acquirente dovrà provvedere a modificare, in tempi (brevi) concordati tra le parti, le insegne e tutta la modulistica utilizzata presso gli sportelli. Inoltre, alla data di cessione, la banca cedente dovrà trasferire sui sistemi informativi della banca cessionaria tutte le informazioni necessarie a gestire i rapporti con la clientela degli sportelli ceduti (saldi dei rapporti alla data, movimenti dei rapporti relativi ad un periodo di tempo precedente alla cessione concordato tra le parti, ecc.).

La cessione degli sportelli (rectius: dei rami d'azienda) sarà attuata attraverso procedure trasparenti e non discriminatorie, così da consentire al venditore di massimizzarne il valore e il ritorno.

L'avvenuta cessione degli sportelli di cui sopra sarà tempestivamente comunicata all'Autorità, specificando l'identità degli acquirenti, i quali - in ogni caso - dovranno essere banche autorizzate dall'Autorità di vigilanza. Non può peraltro escludersi che gli sportelli siano ceduti in blocco ad un unico acquirente".

Nella prospettazione di tali impegni ISP puntualizza che: "[L]'individuazione geografica dei predetti sportelli è stata [quindi] effettuata considerando le province in cui la quota post-merger del Gruppo ISP sarà superiore al 30%, in termini sia di raccolta che di sportelli, ovvero superiore al 40% in altri mercati rilevanti, quali quelli della distribuzione di prodotti di asset management e di polizze vita. Si è inoltre tenuto conto di altri criteri, quali inter alia il grado di concentrazione del mercato, l'entità della preesistente presenza di una delle parti nei contesti geografici considerati, nonché la presenza di concorrenti qualificati.

Quanto al numero di sportelli oggetto di cessione, esso è stato individuato in base ad un metodo che ha consentito di individuare (e valorizzare) le maggiori criticità a livello locale.

Alla luce di tali elementi, le parti ritengono che la cessione di complessivi 29 sportelli, nelle province di La Spezia, Terni e Pistoia, consenta di superare nei predetti mercati ogni possibile criticità sotto il profilo concorrenziale".

2) Dismissione della partecipazione in AGOS S.p.A.

ISP si impegna a: "dismettere, entro [omissis], la propria partecipazione in AGOS S.p.A., società attualmente sottoposta al controllo congiunto di ISP e Crédit Agricole.

Con riferimento alla modalità e alla tempistica di attuazione del presente impegno, si precisa che, in data 11 dicembre u.s., il Consiglio di Gestione di ISP ha dato mandato al Consigliere Delegato di ISP per concordare con il gruppo Crédit Agricole lo scioglimento anticipato della joint venture AGOS, tramite la vendita al Gruppo Crédit Agricole dell'intera partecipazione detenuta da ISP in AGOS (pari al 49% del relativo capitale sociale).

E' previsto che [omissis]

180. In merito a tale impegno, ISP puntualizza che: "esso è volto a neutralizzare i supposti effetti anticoncorrenziali della concentrazione con riferimento alla sovrapposizione orizzontale dell'attività di ISP e di CRF nel credito al consumo. Per effetto della completa fuoriuscita di AGOS dal perimetro del Gruppo ISP, tali effetti di sovrapposizione orizzontale si ridurranno infatti in modo significativo... Il Gruppo ISP rimarrebbe attivo nel credito al consumo attraverso Neos e Findomestic [omissis], con quote tali da non destare alcun tipo di preoccupazione sotto il profilo concorrenziale...".

XIII. LA VALUTAZIONE DEGLI IMPEGNI

181. Gli impegni prospettati dalle parti in data 17 dicembre 2007 devono essere esaminati sia singolarmente che nella loro globalità al fine di valutarne l'impatto nei vari mercati sui quali la presente operazione produrrà effetti restrittivi della concorrenza.

Cessione sportelli

182. Relativamente all'attività bancaria tradizionale la cessione degli sportelli prospettata dalle parti permette di eliminare gli effetti restrittivi della concorrenza nelle province ove l'impatto della concentrazione risulta più significativo.

183. In particolare, la cessione degli sportelli inciderà nei mercati della raccolta bancaria e nei mercati degli impieghi (in particolare degli impieghi alle famiglie consumatrici e degli impieghi alle famiglie produttrici-PMI) nelle aree provinciali maggiormente esposte a effetti restrittivi, in termini di costituzione o rafforzamento di posizione dominante. Inoltre, dato il ruolo del canale bancario nel collocamento di altri prodotti/servizi, tale cessione è da valutare anche rispetto alla distribuzione nel settore dell'asset management e assicurativo vita.

184. Le aree geografiche così come la riduzione della quota di mercato, quindi il numero sportelli da cedere, sono state individuate e definite considerando le province in cui la quota post-merger della nuova banca avrà una posizione di rilievo nella raccolta e/o negli impieghi (superiore al 30%). Inoltre, sono state considerate anche le province in cui l'entità post

merger avrà una quota significativa in altri mercati, superiore al 40%, in particolare nel settore del risparmio gestito - precisamente nei fondi comuni di investimento e nelle gestioni patrimoniali individuali (GPM e GPF).

185. L'entità prevista per la cessione sportelli è stata individuata in modo tale da: (i) neutralizzare l'impatto della operazione, riducendo la quota delle parti in misura pari al minor apporto del merger, laddove la nuova banca avesse oltre il 30% (nella raccolta e impieghi) e/o il 40% (nell'asset management) e le parti avessero già superato tali livelli prima della operazione; (ii) ridurre la quota della nuova entità al 30% e/o al 40% (rispettivamente nella raccolta – impieghi e nell'asset management) laddove le parti avessero, già prima della concentrazione, quote inferiori⁵⁰.

186. L'effetto della suddetta cessione deve essere apprezzato anche alla luce dell'importanza del canale sportelli nell'attività distributiva di vari prodotti. Infatti, in considerazione del ruolo essenziale degli stessi per offrire alla clientela servizi di natura finanziaria in senso lato (finanziari, di risparmio gestito e assicurativi), la cessione contribuirà a risolvere i problemi concorrenziali dell'operazione anche negli altri mercati sopra indicati, ove l'operazione produce effetti restrittivi.

187. Rileva, inoltre, osservare che, per una valutazione positiva degli impegni, appare necessario, conformemente ai principi antitrust nazionali e comunitari, che la cessione degli sportelli sia effettuata ad un soggetto terzo, idoneo ad esercitare un'effettiva pressione competitiva sull'entità post-merger.

188. In quest'ottica l'impegno alla cessione di 29 sportelli, così come prospettata nell'Allegato A al presente provvedimento ed in base ad un'ipotesi di raccolta media per provincia a terzi indipendenti non azionisti con modalità trasparenti e non discriminatorie appare da valutare in termini positivi⁵¹. Anche la tempistica appare adeguata a rimuovere i problemi concorrenziali in un arco breve, dando ai soggetti acquirenti un periodo sufficiente alla stipula dei contratti e alla loro esecuzione.

Impegno rispetto al settore del credito al consumo

189. In merito all'impegno relativo al settore del credito al consumo esso appare adeguato, da un lato, ad evitare sovrapposizioni tali da determinare rischi di costituzione o rafforzamento di una posizione dominante in capo alla banca post merger; dall'altro, a incentivare lo sviluppo di un contesto più competitivo con la crescita di una società finanziaria specializzata effettivamente e completamente terza rispetto a ISP.

190. Infatti, la dismissione dell'intera partecipazione detenuta da ISP nella *joint venture* Agos appare un impegno idoneo ad evitare che la concentrazione in esame comporti la costituzione, in capo alla banca post merger, di una posizione dominante nei mercati del credito al consumo. Tale dominanza è fondata sul controllo di ben tre società: Agos, Findomestic e Neos, due delle quali di primaria rilevanza non solo in termini di quote detenute, come indicato in fatto e in valutazioni, ma anche per la notorietà e storicità dei rispettivi marchi (Agos e Findomestic) e per la notevole omogeneità nella tipologia di servizi erogati e nelle strategie commerciali. La dismissione della partecipazione detenuta da ISP in Agos comporterà una riduzione della quota di mercato di ISP del [1-5]% nel credito diretto a livello nazionale del [5-10]% a nel credito finalizzato.

191. Inoltre, la cessione di Agos appare da valutare positivamente dal momento che lo scioglimento della *joint venture* avverrà secondo una tempistica molto ravvicinata e con una procedura che risulta essere già in una fase molto avanzata: il 27 dicembre 2007 - dopo le delibere dei CdA di ISP e Crédit Agricole -, è stato raggiunto l'accordo volto a disciplinare l'acquisto da parte del Gruppo Crédit Agricole del 49% del capitale sociale di Agos facente capo a ISP e la dismissione avverrà entro [omissis].

192. Rileva anche considerare, per la valutazione degli impegni, che la società acquirente, Crédit Agricole, in forza degli impegni già assunti da ISP in altro procedimento istruttorio, dovrebbe qualificarsi e diventare nel tempo soggetto autonomo da ISP, quindi soggetto con adeguati incentivi ad esercitare rilevanti pressioni competitive nei mercati interessati, tra i quali, quelli rientranti nel settore del credito al consumo⁵².

193. Infine, l'Autorità auspica che l'assetto futuro nei mercati del credito al consumo sia caratterizzato da sempre maggiore pressione concorrenziale e ciò anche grazie ad una più chiara struttura negli assetti di *governance* degli operatori principali, tale da far crescere operatori terzi con adeguati incentivi a competere tra loro. In questa direzione è da valutare positivamente, e come tale da auspicare che avvenga in tempi ragionevolmente rapidi, [omissis]⁵³.

⁵⁰ [Come in altri precedenti (quali, ad esempio, C8027 Intesa/SanPaolo e C8660 Unicredit/Capitalia), vi può essere un marginale scostamento dai limiti sopra specificati ma si tratta di differenze contenute e, nel caso in esame, anche motivate dal metodo di individuazione degli sportelli da cedere che ha consentito di condurre una analisi puntuale delle maggiori criticità a livello locale e quindi superare le sovrapposizioni in aree molto circoscritte.]

⁵¹ [Il numero indicato potrebbe subire variazioni, in aumento o in diminuzione, in fase di calcolo definitivo della raccolta effettivamente realizzata da ogni singolo sportello nella singola provincia, ma sempre rispettando l'effetto di riduzione, in termini percentuali, della raccolta bancaria indicato negli impegni.]

⁵² [In questa direzione vanno gli impegni già assunti da ISP nel provvedimento C8027 Intesa SanPaolo aventi per oggetto la riduzione della partecipazione di Crédit Agricole nella nuova banca ISP e lo scioglimento delle diverse joint venture (in particolare nell'asset management e del credito al consumo) secondo tempistiche specificate.]

⁵³ [Cfr. versione definitiva degli impegni di ISP – doc. n. 51]

RITENUTO che, sulla base degli elementi emersi nell'istruttoria, l'operazione in esame è suscettibile di essere vietata ai sensi dell'articolo 6, commi 1 e 2, della legge n. 287/90 e che gli impegni assunti dalle parti, se effettivamente attuati, sono idonei ad eliminare gli effetti pregiudizievoli della concorrenza nei mercati sopra individuati

RITENUTO che l'operazione di concentrazione comunicata è autorizzata subordinatamente alla piena ed effettiva esecuzione di tutte le misure prescritte nel presente provvedimento;

DELIBERA

di autorizzare l'operazione di concentrazione consistente nell'acquisizione del controllo di Cassa di Risparmio di Firenze S.p.A da parte di Intesa Sanpaolo S.p.A., comunicata in data 13 novembre 2007, prescrivendo, ai sensi dell'articolo 6, comma 2, della legge n. 287/90, le seguenti misure:

- a) Intesa Sanpaolo S.p.A. ceda un numero di sportelli pari a 29 unità, in base ad una ipotesi di raccolta media per sportello nella provincia - così come indicato nell'allegato A del presente provvedimento -, attraverso procedure trasparenti e non discriminatorie, secondo meccanismi competitivi, ad uno o più terzi indipendenti non azionisti della nuova banca. La stipulazione dei contratti di cessione dovrà avvenire, secondo le modalità descritte nel presente provvedimento, entro *[omissis]* mesi dalla data di notifica del presente provvedimento e l'esecuzione degli stessi entro *[omissis]* mesi dalla medesima data;
- b) Intesa Sanpaolo S.p.A. dismetta l'intera propria partecipazione in AGOS S.p.A. entro *[omissis]*, con modalità che prevedono, tra l'altro, la risoluzione dei patti parasociali nonché le immediate dimissioni dei membri degli organi di gestione di AGOS S.p.A. designati da Intesa Sanpaolo S.p.A.;
- c) Intesa Sanpaolo S.p.A. dovrà far pervenire all'Autorità, entro novanta giorni decorrenti dalla notifica del presente provvedimento, una prima relazione in merito all'esecuzione delle presenti misure. Successivamente, Intesa Sanpaolo S.p.A. dovrà inviare tempestivamente e progressivamente dettagliate informative sulle modalità con le quali sarà adottata, nel rispetto della tempistica prevista nel presente provvedimento, ciascuna misura sopra indicata. Intesa Sanpaolo S.p.A. dovrà altresì fornire all'Autorità una immediata e adeguata informativa riguardo l'evoluzione della *governance* di Findomestic Banca S.p.A., nonché l'esito dell'arbitrato avente ad oggetto quest'ultima società.

Il presente provvedimento verrà notificato agli interessati, comunicato alla Banca d'Italia e all'Isvap e pubblicato ai sensi di legge.

Avverso il presente provvedimento può essere presentato ricorso al TAR Lazio, ai sensi dell'articolo 33, comma 1, della legge n. 287/90, entro il termine di sessanta giorni dalla data di notificazione del provvedimento stesso, ovvero può essere proposto ricorso straordinario al Presidente della Repubblica, ai sensi dell'articolo 8, comma 2, del Decreto del Presidente della Repubblica 24 novembre 1971, n. 1199, entro il termine di centoventi giorni dalla data di notificazione del provvedimento stesso.

IL SEGRETARIO GENERALE
Luigi Fiorentino

IL PRESIDENTE
Antonio Catricalà

Tavola riassuntiva delle cessioni di sportelli

Province		IMPEGNI	RACCOLTA			IMPIEGHI (famiglie consumatrici + produttrici)			GESTITO		
		Cessioni di sportelli	Preesistente presenza di <u>una</u> delle due parti	QdM aggregata post -merger	Qdm post cessione sportelli	Preesistente presenza di <u>una</u> delle due parti	QdM aggregata post -merger	Qdm post cessione sportelli	Preesistente presenza di <u>una</u> delle due parti	QdM aggregata post -merger	Qdm post cessione sportelli
1	Pistoia	3	[30-35]%	[35-40]%	[30-35]%	[20-25]%	[30-35]%	[25-30]%	[35-40]%	[50-55]%	[45-50]%
2	La Spezia	15	[45-50]%	[60-65]%	[45-50]%	[25-30]%	[45-50]%	[35-40]%	[25-30]%	[50-55]%	[35-40]%
3	Terni	11	[35-40]%	[45-50]%	[35-40]%	[30-35]%	[40-45]%	[30-35]%	[40-45]%	[50-55]%	[40-45]%