

## **C12749 - AUTOTORINO/BIANCHESSI AUTO**

Provvedimento n. 31718

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 4 novembre 2025;

SENTITO il Relatore, Saverio Valentino;

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

VISTA la legge 10 ottobre 1990, n. 287;

VISTO il D.P.R. 30 aprile 1998, n. 217;

VISTA la comunicazione pervenuta da Autotorino S.p.A. in data 27 agosto 2025;

VISTA la richiesta di informazioni, inviata in data 16 settembre 2025, con conseguente interruzione dei termini ai sensi dell'articolo 5, comma 3, del D.P.R. 30 aprile 1998, n. 217;

VISTE le informazioni aggiuntive inviate da Autotorino S.p.A., pervenute in data 13 ottobre 2025;

VISTA la documentazione agli atti;

CONSIDERATO quanto segue:

### **I. LE PARTI**

**1.** Autotorino S.p.A. (di seguito, "Autotorino" o "Acquirente"; P. IVA 10024610155) è una società attiva nella vendita al dettaglio di autoveicoli (per trasporto passeggeri e commerciali, nuovi e usati) e di ricambi, nonché nella fornitura di servizi *post* vendita, in diverse province del Nord Italia. La società è attiva in misura marginale anche nella vendita di motocicli in un numero ristretto di province del Nord Italia, e nella vendita di autoveicoli e van a società di noleggio/*leasing* su tutto il territorio nazionale. Autotorino è controllata da una persona fisica, che ne detiene circa il 57% del capitale sociale, di cui circa il 10% direttamente e circa il 47% indirettamente tramite la Vanini Holding S.r.l.. Il fatturato realizzato in Italia da Autotorino nell'anno finanziario 2024 è stato pari a [2-3]\* miliardi di euro.

**2.** Bianchessi Auto S.r.l. (di seguito, "Bianchessi Auto" o "Target"; P. IVA 00973450190) è una società attiva nella commercializzazione a favore di clienti finali di veicoli della gamma Toyota, Lexus, Kia, Mazda, Suzuki e Hyundai, compresi i veicoli nuovi e usati, nonché nella vendita di ricambi per auto e nella fornitura di assistenza *post* vendita nella provincia di Cremona. Il fatturato realizzato in Italia da Bianchessi Auto nell'anno finanziario 2024 è stato pari a [100-582] milioni di euro.

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

**3.** L'operazione comunicata consiste nella vendita da parte di Bianchessi Case S.r.l. e dei suoi soci persone fisiche (congiuntamente, i "Venditori") ad Autotorino delle azioni rappresentative dell'intero capitale sociale di Bianchessi Auto (di seguito, "Operazione").

**4.** Nel contratto di compravendita di quota, le Parti hanno inoltre pattuito talune restrizioni consistenti nell'impegno a carico dei Venditori, [omissis].

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

**5.** L'Operazione costituisce una concentrazione, ai sensi dell'articolo 5, comma 1, lettera b), della legge n. 287/1990, in quanto finalizzata all'acquisizione del controllo esclusivo di un'impresa. Essa rientra nell'ambito di applicazione della legge n. 287/1990 non ricorrendo le condizioni di cui all'articolo 1 del Regolamento (CE) n. 139/2004, ed è soggetta all'obbligo di comunicazione preventiva disposto dall'articolo 16, comma 1, della medesima legge in quanto il fatturato totale realizzato, nell'ultimo esercizio a livello nazionale, dall'insieme delle imprese interessate è stato superiore a 582 milioni di euro e il fatturato totale realizzato, nell'ultimo esercizio a livello nazionale, da almeno due delle imprese interessate è stato superiore a 35 milioni di euro.

**6.** Il patto di non concorrenza e non sollecitazione sottoscritto dalle Parti e descritto nel paragrafo precedente può essere ritenuto direttamente connesso e necessario alla realizzazione dell'Operazione, in quanto funzionale alla salvaguardia del valore dell'impresa acquisita, a condizione che esso sia limitato geograficamente all'area d'attività dell'impresa acquisita, temporalmente a un periodo di due anni, e non impedisca al venditore di acquistare o detenere azioni a soli fini di investimento finanziario<sup>1</sup>.

---

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

<sup>1</sup> [Cfr. Comunicazione della Commissione sulle restrizioni direttamente connesse e necessarie alle concentrazioni (2005/C 56/03).]

## IV. VALUTAZIONE DELL'OPERAZIONE

### ***Il mercato del prodotto***

**7.** Sotto il profilo merceologico, i settori interessati dall'Operazione sono quelli in cui opera la società oggetto di acquisizione, ossia: i) la distribuzione al dettaglio di autoveicoli per passeggeri e di veicoli commerciali nuovi e usati; ii) la distribuzione al dettaglio di ricambistica per autoveicoli per passeggeri e veicoli commerciali; iii) i servizi *post* vendita di assistenza, manutenzione e riparazione di autoveicoli; inoltre, alla luce delle attività dell'Acquirente è, altresì, possibile individuare il mercato iv) della distribuzione all'ingrosso di autoveicoli per passeggeri e di veicoli commerciali, nuovi e usati (nel caso di specie, a società che esercitano attività di *leasing* finanziario o di noleggio)<sup>2</sup>.

**8.** Il mercato *sub* i) interessa l'attività di distribuzione degli autoveicoli e dei veicoli commerciali nuovi e usati ai consumatori finali. Le case produttrici commercializzano, infatti, le proprie vetture attraverso imprese di distribuzione (società controllate o operatori terzi) le quali, a loro volta, si avvalgono di una rete di vendita alla clientela.

**9.** Nell'ambito di tale mercato si possono individuare diversi segmenti, distinguendo tra autoveicoli e veicoli commerciali, veicoli nuovi e usati, in base alle prestazioni, alle dimensioni e al prezzo delle autovetture commercializzate<sup>3</sup>. Tuttavia, frequentemente i distributori offrono diverse tipologie di prodotto (utilitarie, categoria media, categoria superiore, ecc.) e le differenze sono andate riducendosi negli anni in ragione della tendenza delle case automobilistiche a offrire sempre più accessori anche per le auto di media e piccola cilindrata. Ai fini dell'Operazione, comunque, non appare necessario addivenire a una esatta delimitazione merceologica del mercato.

**10.** Nell'ambito del settore *sub* ii), relativo alla commercializzazione al dettaglio di parti e accessori di ricambio per autoveicoli passeggeri e veicoli commerciali, è possibile individuare due categorie di prodotto: i ricambi originali e quelli equivalenti (ossia di qualità corrispondente). I pezzi di ricambio originali vengono commercializzati con il marchio della casa automobilistica; la ricambistica equivalente è, invece, fornita da operatori indipendenti del settore della componentistica (che possono anche rifornire le stesse case automobilistiche). I prezzi delle parti di ricambio equivalenti presentano un livello significativamente inferiore, che varia anche a seconda della tipologia di ricambio considerato.

Tuttavia, si registra, dal lato della domanda, una significativa sostituibilità tra ricambi originali ed equivalenti di qualità corrispondente (variabile in funzione dell'età e della classe economica di appartenenza del veicolo, nonché del tipo di ricambio). Dal lato dell'offerta, inoltre, i centri di assistenza delle case automobilistiche possono distribuire al dettaglio ricambi sia originali che equivalenti.

**11.** Il mercato dei servizi di assistenza *post* vendita per autoveicoli *sub* iii) risulta caratterizzato da forte frammentazione dell'offerta. L'attività di riparazione e manutenzione viene infatti svolta da un'ampia gamma di operatori, quali: a) officine e rivenditori autorizzati; b) officine indipendenti; c) stazioni di servizio; d) centri auto specializzati; e) servizi rapidi di assistenza. L'attività di assistenza in garanzia viene invece effettuata dai soggetti a ciò autorizzati dalle case automobilistiche.

**12.** Con riferimento al mercato *sub* iv), è possibile affermare che la distribuzione all'ingrosso di veicoli a motore costituisca un mercato distinto da quello della distribuzione al dettaglio dei veicoli a motore, dal momento che le vendite all'ingrosso tra professionisti presentano caratteristiche del tutto differenti da quelle che connotano le vendite di veicoli dal professionista al consumatore a livello di distribuzione.

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

**13.** Per quel che riguarda la rilevanza geografica, la dimensione dei mercati *sub* i), ii) e iii) può ritenersi locale, in considerazione dei comportamenti di acquisto dei consumatori e, in particolare, dell'importanza da questi attribuita alla prossimità dei punti di vendita e assistenza<sup>4</sup>.

**14.** Nei diversi precedenti relativi ai mercati in questione, l'Autorità ha definito i mercati locali di dimensione tendenzialmente provinciale pervenendo, di recente, a una definizione più puntuale che delimita gli ambiti locali tenendo conto della dimensione dei bacini di utenza dei singoli punti vendita delle imprese interessate e della propensione alla mobilità dal lato della domanda. A tale riguardo è possibile ipotizzare l'esistenza di un bacino di utenza individuato dalle aree site intorno ai concessionari della *Target* oggetto di acquisizione percorribili in 40 ovvero 60 minuti di tragitto in macchina per il mercato *sub* i) e in 20 minuti di tragitto in macchina per i mercati *sub* ii) e *sub* iii) (cc.dd. isocrone).

<sup>2</sup> [Cfr., tra gli altri, C12740 - Baiauto/Ramo di azienda di Auto Grifone, provvedimento n. 31643, in Bollettino n. 31/2025; C12715 - Gruppo Intergea/Proglio L'Automobile, provvedimento n. 31532, in Bollettino n. 18/2025; C12693 - Gruppo Intergea/Alessandria Auto, provvedimento n. 31470 del 25 febbraio 2025, in Bollettino n. 10/2025; C12637 - Gruppo Intergea/Autoghinzani Bergamo, provvedimento n. 31228 del 28 maggio 2024, in Bollettino n. 24/2024; C12596 - Bossoni Automobili/Baiauto, provvedimento n. 31041 del 23 gennaio 2024, in Bollettino n. 6/2024; C12573 - PAG Italy/Sarma NewCo, provvedimento n. 30845 del 24 ottobre 2023, in Bollettino n. 43/2023; C12550 - Autotorino/Mercedes-Benz Roma, provvedimento n. 30738 del 18 luglio 2023, in Bollettino n. 30/2023 e C12300 - Eurocar Italia/Erre Esse, provvedimento n. 28273 del 17 giugno 2020, in Bollettino n. 27/2020; cfr. anche le decisioni della Commissione europea M.8963 - Eurocar/Bonaldi del 1° agosto 2018 ed M.9070 - Eurocar/Vicentini del 10 settembre 2018.]

<sup>3</sup> [Si veda, sul punto, la decisione della Commissione europea M.1406 - Hunday/KIA del 17 marzo 1999.]

<sup>4</sup> [Da ultimo, in tal senso, cfr. C12740 - Baiauto/Ramo di azienda di Auto Grifone, cit., C12715 - Gruppo Intergea/Proglio L'Automobile, C12693 - Gruppo Intergea/Alessandria Auto cit. e altri precedenti citati alla nota n. 2.]

**15.** Con riferimento al mercato *sub iv*), tenendo in considerazione anche alcuni precedenti, è possibile affermare che i relativi mercati abbiano una dimensione geografica più ampia rispetto alla distribuzione al dettaglio, in considerazione del fatto che la domanda proviene da operatori professionali attivi su tutto il territorio nazionale. Ai fini dell'Operazione, tuttavia, non appare necessario circoscrivere con esattezza l'estensione geografica dei mercati, in quanto ciò non inciderebbe sulla sua valutazione.

#### **Gli effetti dell'Operazione**

**16.** Bianchessi Auto svolge l'attività di concessionaria presso quattro punti vendita situati nella provincia di Cremona, nonché delle relative attività di vendita di accessori e ricambi e di assistenza e manutenzione. L'Operazione non appare determinare sensibili effetti per la concorrenza considerando qualsiasi definizione merceologica del mercato.

**17.** In particolare, per quanto riguarda il mercato *sub i*), relativo alla distribuzione degli autoveicoli per passeggeri e dei veicoli commerciali<sup>5</sup> nuovi e usati ai consumatori finali, secondo i dati forniti dalla società notificante, a seguito dell'Operazione, l'Acquirente deterrà nei mercati isocronali quote espresse in valore sempre inferiori al [15-20%], superando tale soglia in un solo caso e, comunque, con una quota non superiore al 25% (**Tabella n. 1** *infra*).

**Tabella n. 1 - Quote di mercato in valore nella distribuzione al dettaglio di autoveicoli per passeggeri e veicoli commerciali nuovi e usati nelle possibili definizioni geografiche del mercato per l'anno 2024<sup>6</sup>**

<b>Possibile definizione geografica del mercato della distribuzione al dettaglio di autoveicoli per passeggeri e commerciali nuovi e usati</b>	<b>Quota di mercato congiunta</b>	<b>Delta quota di mercato</b>
Isocrona di 40 minuti – centroide 1 Via Castelleone nn. 61, 63, 65, 67, 114, 116, Cremona (CR)	[15-20%]	[5-10%]
Isocrona di 60 minuti - centroide 1 Via Castelleone nn. 61, 63, 65, 67, 114, 116, Cremona (CR)	[10-15%]	[5-10%]
Isocrona di 40 minuti - centroide 2 Via G. Marengli n. 2-6, Castelveverde (CR)	[20-25%]	[5-10%]
Isocrona di 60 minuti - centroide 2 Via G. Marengli n. 2-6, Castelveverde (CR)	[10-15%]	[5-10%]
Isocrona di 40 minuti - centroide 3 Via Oriolo nn. 3-13 e Via E. Mattei n. 20, Madignano (CR)	[15-20%]	[5-10%]
Isocrona di 60 minuti - centroide 3 Via Oriolo nn. 3-13 e Via E. Mattei n. 20, Madignano (CR)	[10-15%]	[5-10%]
Isocrona di 40 minuti - centroide 4 - Strada Statale 415 Pallese, Castelleone (CR)	[15-20%]	[5-10%]
Isocrona di 60 minuti - centroide 4 - Strada Statale 415 Pallese, Castelleone (CR)	[10-15%]	[1-5%]

**18.** Considerando il solo mercato degli autoveicoli per passeggeri, medesime conclusioni possono essere tratte osservando le quote di mercato a livello provinciale, per la provincia di Cremona, espresse in volume di veicoli passeggeri immatricolati e usati, laddove la nuova entità deterrebbe una quota congiunta del [15-20%].

**19.** Per quanto riguarda, invece, specificamente la distribuzione di veicoli commerciali, le Parti hanno dichiarato che i marchi rappresentati da Autotorino e/o Bianchessi nelle isocrone considerate non hanno veicoli commerciali (ossia, BMW, MINI, Suzuki, Mazda, Lexus), oppure rappresentano una percentuale marginale del volume d'affari complessivo del *brand* (ossia, Toyota e Hyundai). In particolare, secondo le Parti, le concessionarie di Autotorino presenti nella provincia di Cremona e nelle isocrone considerate distribuiscono marchi che non producono veicoli commerciali. Di conseguenza, l'Operazione non dà luogo ad alcun incremento di quota di mercato e non ha alcun impatto concorrenziale con riguardo alla distribuzione di veicoli commerciali, determinando una mera sostituzione tra operatori esistenti.

**20.** Peraltro, tali mercati sono caratterizzati da numerosi altri qualificati concorrenti.

**21.** Per quanto riguarda il mercato *sub ii*), relativo alla distribuzione al dettaglio di ricambistica per autoveicoli per passeggeri e veicoli commerciali, lo stesso risulta fortemente frammentato e caratterizzato dalla presenza prevalente di operatori locali. Autotorino, nella provincia di Cremona, risulta attiva marginalmente con due punti vendita e, in seguito all'Operazione, deterrebbe una quota di mercato nelle possibili configurazioni geografiche del mercato inferiore al 10%.

<sup>5</sup> [Le Parti hanno rappresentato che due dei quattro punti vendita Target non distribuiscono veicoli commerciali, ma unicamente veicoli passeggeri.]

<sup>6</sup> [Fonte: dati delle Parti.]

**22.** Analogamente, anche con riferimento al mercato dei servizi di assistenza *post* vendita per autoveicoli *sub* iii), Autotorino risulta attiva marginalmente con due punti vendita nella provincia di Cremona, in un contesto frammentato che vede la presenza di numerosi operatori di mercato. Le quote di mercato congiunte *post* Operazione risultano, pertanto, inferiori al 20% sia a livello provinciale che isocronale.

**19.** Su mercato *sub* iv) della vendita all'ingrosso di autoveicoli per passeggeri e di veicoli commerciali a società di noleggio/leasing, risulta attiva esclusivamente Autotorino che, attraverso due società interamente controllate, importa e distribuisce all'ingrosso unicamente autoveicoli a marchio INEOS, XPENG e KGM. Sia con riferimento ai veicoli per passeggeri che per i veicoli commerciali, l'acquirente vanta quote di mercato a livello nazionale inferiori all'1%. Di conseguenza, l'Operazione non solleva preoccupazioni concorrenziali in merito a potenziali relazioni verticali tra le Parti.

**20.** Alla luce delle considerazioni sopraesposte, l'Operazione non appare idonea a ostacolare la concorrenza nei mercati interessati e a determinare la costituzione o il rafforzamento di una posizione dominante.

RITENUTO, pertanto, che l'Operazione non ostacola, ai sensi dell'articolo 6, comma 1, della legge n. 287/1990, in misura significativa la concorrenza effettiva nel mercato interessato e non comporta la costituzione o il rafforzamento di una posizione dominante;

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

#### DELIBERA

di non avviare l'istruttoria di cui all'articolo 16, comma 4, della legge n. 287/1990.

Le conclusioni di cui sopra saranno comunicate, ai sensi dell'articolo 16, comma 4, della legge n. 287/1990, alle imprese interessate e al Ministro delle Imprese e del Made in Italy.

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

IL SEGRETARIO GENERALE

*Guido Stazi*

IL PRESIDENTE

*Roberto Rustichelli*