

## **C12550 - AUTOTORINO/MERCEDES-BENZ ROMA**

Provvedimento n. 30738

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 18 luglio 2023;

SENTITO il Relatore, Saverio Valentino;

VISTO il Regolamento (CE) n. 139/2004 del Consiglio, del 20 gennaio 2004, relativo al controllo delle concentrazioni tra imprese;

VISTA la legge 10 ottobre 1990, n. 287;

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

VISTA la comunicazione effettuata da Autotorino S.p.A. e pervenuta in data 27 giugno 2023;

VISTA la documentazione agli atti;

CONSIDERATO quanto segue:

### **I. LE PARTI**

**1.** Autotorino S.p.A. (di seguito anche "Autotorino") 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 motociclette 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 il 57% del capitale sociale, di cui il 10% direttamente e il 47% indirettamente tramite la società Vanini Holding S.r.l. ("Vanini Holding").

Il fatturato realizzato in Italia da Autotorino, nell'anno finanziario 2022, è pari a [1-2]\* miliardi di euro.

**2.** Mercedes-Benz Roma S.p.A. (di seguito anche "MBR" o "Target") è principalmente attiva nella vendita, a livello nazionale, di autoveicoli e van a società che esercitano attività di *leasing* finanziario o di noleggio. MBR opera, inoltre, nella provincia di Roma, nella distribuzione al dettaglio di: (i) autoveicoli per passeggeri; (ii) van; (iii) pezzi di ricambio per autoveicoli finalizzati al trasporto passeggeri e veicoli commerciali. MBR è, altresì, attiva, nella medesima provincia, nella prestazione di servizi di manutenzione e riparazione di autoveicoli per il trasporto passeggeri e veicoli commerciali. Queste attività verranno proseguite dalla Target successivamente al perfezionamento dell'operazione. MBR è controllata da Mercedes-Benz Italia S.p.A. e ha realizzato, nell'anno finanziario 2022, un fatturato pari a [100-532] milioni di euro.

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

**3.** L'operazione consiste nella vendita da parte di Mercedes-Benz Italia ad Autotorino delle azioni rappresentative dell'intero capitale sociale di MBR. All'esito dell'operazione, dunque, Autotorino sarà l'unica azionista di MBR. La *ratio* dell'operazione è, dunque, riconducibile alla volontà di Autotorino di estendere la propria attività di vendita al dettaglio di autoveicoli e van in un'area geografica in cui attualmente non è presente. A esito del perfezionamento dell'operazione, MBR cambierà denominazione sociale e concluderà con la venditrice i contratti *standard* dalla stessa utilizzati per regolare i rapporti con la propria rete di vendita. L'attività di vendita all'ingrosso a società che esercitano attività di *leasing* finanziario o di noleggio, invece, non verrà proseguita se non fino alla naturale scadenza dei contratti ancora in corso di esecuzione (31 dicembre 2024). Non sono previste restrizioni accessorie all'operazione.

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

**4.** L'operazione comunicata, in quanto finalizzata all'acquisizione del controllo esclusivo di un'impresa, costituisce una concentrazione ai sensi dell'articolo 5, comma 1, lettera b), della legge n. 287/1990. 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 532 milioni di euro e il fatturato totale realizzato, nell'ultimo esercizio a livello nazionale, da almeno due delle imprese interessate è stato superiore a 32 milioni di euro.

---

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

## IV. VALUTAZIONE DELL'OPERAZIONE

### **Il mercato del prodotto**

**5.** Sotto il profilo merceologico, i settori interessati dall'operazione in esame 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 e iv) la 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>1</sup>.

**6.** 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<sup>2</sup>.

**7.** 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 della presente operazione, comunque, non appare necessario addivenire ad una esatta delimitazione merceologica del mercato.

**8.** 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<sup>4</sup>.

**9.** 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.

**10.** Con riferimento al mercato *sub iv)*, seguendo gli orientamenti delineati dalla Commissione europea, 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<sup>5</sup>.

### **Il mercato geografico**

**11.** 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>6</sup>. Nei diversi precedenti relativi ai mercati in questione, l'Autorità ha definito i mercati locali sulla base dei confini amministrativi, individuando mercati aventi dimensione tendenzialmente provinciale. Nel caso di specie, seguendo tale approccio, in considerazione dell'ambito di operatività della società oggetto di acquisizione, il mercato geografico rilevante potrebbe ritenersi circoscritto alla provincia di Roma.

<sup>1</sup> [Cfr., tra gli altri, provvedimento n. 28273 del 17 giugno 2020, C12300 - Eurocar Italia/Erre Esse; provvedimento n. 27594 del 12 marzo 2019, C12219 - Eurocar Italia/Saottini Auto; provvedimento n. 27458 del 12 dicembre 2018, C12203 - Eurocar/Dorigoni; provvedimento n. 26906 del 13 dicembre 2017, C12137 - PAG Italy/Ramo di Azienda di Staremilia; provvedimento n. 22264 del 30 marzo 2011, C10979 - TT Holding/Autostella e provvedimento n. 20359 del 1° ottobre 2009, C10265 - TT Holding/Camar; cfr. anche le Decisioni della Commissione europea del 1° agosto 2018, COMP/M.8963 - Eurocar/Bonaldi e del 10 settembre 2018, COMP/M.9070 - Eurocar/Vicentini.]

<sup>2</sup> [Cfr. provvedimento n. 15874, del 24 agosto 2006, C7920 - Autogerma/Rami d'azienda di Mario Ignesti e figli-Autosirio-Nuova Cap-Centro usato Sangallo.]

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

<sup>4</sup> [Cfr. provvedimento n. 29653, del 4 maggio 2021, C12372 - Gruppo Bossoni-Agricar/Ramo di azienda fallimento Agricar Diesel.]

<sup>5</sup> [Cfr. provvedimento n. 20404, del 22 ottobre 2009, C10287 - Subaru Europe/Subaru Italia. ]

<sup>6</sup> [Cfr. provvedimento n. 29653, del 4 maggio 2021, C12372 - Gruppo Bossoni-Agricar/Ramo di azienda fallimento Agricar Diesel, cit..]

**12.** In alternativa, è possibile definire 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 di MBR 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 *iii*) (di seguito, le isocrone)<sup>7</sup>.

Con riferimento al punto *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<sup>8</sup>. Ai fini della presente operazione, tuttavia, non appare necessario circoscrivere con esattezza l'estensione geografica dei mercati, in quanto ciò non inciderebbe sulla valutazione dell'operazione in esame.

### ***Gli effetti dell'operazione***

**13.** Con riferimento ai mercati *sub i*), *ii*) e *iii*) occorre considerare che Autotorino non è attiva nella provincia di Roma. Pertanto, l'operazione comporta la mera sostituzione di un operatore con un altro e non determina alcun mutamento della struttura concorrenziale.

Inoltre, le quote detenute da MBR nei suddetti mercati risultano modeste:

- nel mercato della distribuzione al dettaglio di autoveicoli per passeggeri, la quota di MBR risulta pari al [1-5%];
- nel mercato della distribuzione al dettaglio di veicoli commerciali, la quota di MBR risulta pari al [5-10%];
- nel mercato della distribuzione al dettaglio di ricambistica per autoveicoli per passeggeri e veicoli commerciali, la quota di MBR risulta pari al [1-5%];
- nel mercato della fornitura di servizi di assistenza post-vendita, la quota di MBR risulta pari al [1-5%].

Nel mercato *sub iv*) della vendita di autoveicoli per passeggeri a società di noleggio/*leasing*, all'esito dell'operazione il Gruppo Autotorino andrà a detenere una quota di mercato pari al [1-5%]. Occorre comunque precisare che Autotorino cesserà le attività in parola allo scadere dei contratti ancora in corso di esecuzione.

Infine, è opportuno tenere presente che in tutti i mercati interessati dall'operazione sono attivi numerosi e qualificati concorrenti.

**14.** Alla luce delle considerazioni sopraesposte, la concentrazione in esame 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 in esame 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

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*

---

<sup>7</sup> [Ibidem.]

<sup>8</sup> [Cfr. provvedimento n. 20404, del 22 ottobre 2009, C10287 - Subaru Europe/Subaru Italia, cit..]