C12715 - GRUPPO INTERGEEA/PROGLIO L'AUTOMOBILE

Provvedimento n. 31532

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 24 aprile 2025;

SENTITA la Relatrice, Professoressa Elisabetta Iossa;

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 effettuata da Gruppo Intergea S.p.A. pervenuta in data 3 aprile 2025;

VISTA la documentazione agli atti;

CONSIDERATO quanto segue

I. LE PARTI

1. Gruppo Intergea S.p.A. (di seguito, "Integea", Partita IVA 05417120010), controllata dalla holding LDP Investments S.r.l. (di seguito, "LDP") e a sua volta capogruppo del gruppo Intergea (di seguito collettivamente "Gruppo Intergea"), è una società attiva in Italia nella vendita al dettaglio di autoveicoli per passeggeri e veicoli commerciali nuovi e usati, nella fornitura di servizi di assistenza post-vendita e nella fornitura di ricambistica al dettaglio. Il Gruppo Intergea è titolare - tramite le sue concessionarie - di numerosi mandati di vendita per diverse case automobilistiche, operando per i marchi del Gruppo Stellantis (Abarth, Alfa Romeo, Chrysler, Citroën, DR, FIAT, Jeep, Lancia, Maserati, Opel, Peugeot), Volvo, Renault e Volkswagen.

2. Il fatturato consolidato realizzato dal Gruppo Intergea, nell'anno finanziario 2023, risulta pari a circa [1-2]* miliardi di euro, quasi interamente conseguito in Italia.

3. Proglio L'Automobile S.p.A. (Partita IVA 03513630040, di seguito, "Target" o "Proglio" e, insieme a Intergea, "le Parti") è una concessionaria automobilistica, anch'essa attiva nella commercializzazione e vendita di autoveicoli nuovi e usati, nella fornitura di servizi di assistenza *post* vendita e nella fornitura di ricambistica al dettaglio, con quattro sedi operative nei comuni di Alba, Borgo San Dalmazzo e Fossano (in provincia di Cuneo). Proglio risulta controllata da Progest Società Semplice di Proglio Franco & C. (di seguito, "Progest"), a sua volta controllata da una persona fisica.

4. Il fatturato realizzato dalla Target, nell'anno finanziario 2023, ammonta a circa [35-100] milioni di euro, interamente conseguito in Italia.

II. DESCRIZIONE DELL'OPERAZIONE

5. L'operazione comunicata (di seguito, "Operazione") consiste nell'acquisizione, da parte di Intergea, del controllo esclusivo su Proglio.

6. Il contratto stipulato tra le Parti prevede che, alla data del *closing*, la società la società Progest (attualmente titolare del 100% delle azioni della Target) ceda a Intergea il 75% delle azioni da essa detenute.

7. Le Parti hanno inoltre pattuito talune restrizioni consistenti nell'impegno da parte di Progest [omissis].

8. La *ratio* dell'Operazione, secondo quanto indicato dalla parte notificante, si rinviene nell'intenzione di Gruppo Intergea di consolidare la propria attività e raggiungere adeguate economie di scala.

III. QUALIFICAZIONE DELL'OPERAZIONE

9. L'Operazione, 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) 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 euro¹.

10. Il patto di non concorrenza e non sollecitazione sottoscritto dalle parti e descritto in precedenza 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

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

¹ [Cfr. Delibera n. 31495 del 18 marzo 2025.]

acquisita, temporalmente a un periodo di due anni, e non impedisca al venditore di acquistare o detenere azioni a soli fini di investimento finanziario².

IV. VALUTAZIONE DELL'OPERAZIONE

Il mercato del prodotto

11. Sotto il profilo merceologico, i mercati interessati dall'operazione sono quelli in cui opera la società oggetto di acquisizione, ossia³:

- i) la distribuzione al dettaglio di autoveicoli per passeggeri e commerciali;
- 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.

12. Il mercato della distribuzione al dettaglio di autoveicoli per passeggeri interessa l'attività di distribuzione degli autoveicoli da parte dei concessionari 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. 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. 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 a una esatta delimitazione merceologica del mercato.

13. Nell'ambito del settore della commercializzazione di parti e accessori, del quale fa parte la ricambistica per autoveicoli, è possibile individuare due tipologie di prodotti, quelli originali e quelli equivalenti (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.

14. Inoltre, le diverse tipologie di ricambi per autoveicoli (guarnizioni, pastiglie, ammortizzatori, cinghie, candele, filtri, fanaleria, ecc.) non sono tra loro sostituibili dal lato della domanda finale che dipende, evidentemente, dall'intervento di manutenzione o riparazione da effettuare. Tuttavia, si registra, sempre dal lato della domanda, una significativa sostituibilità tra ricambi originali ed equivalenti (purché 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 (generalmente concessionarie e officine autorizzate) possono distribuire al dettaglio ricambi sia originali che equivalenti. Sempre dal lato dell'offerta, infine, gli operatori distribuiscono generalmente un'ampia gamma di parti di ricambio. Ai fini della presente operazione, comunque, non appare necessario addivenire a una esatta delimitazione merceologica del mercato.

15. Il mercato dei servizi di assistenza post vendita per autoveicoli risulta caratterizzato da un'estrema polverizzazione dell'offerta. L'attività di riparazione e manutenzione è, infatti, svolta da un'ampia gamma di operatori, quali: officine e concessionari rivenditori autorizzati, officine indipendenti, stazioni di servizio, centri auto specializzati, servizi rapidi di assistenza (l'attività di assistenza in garanzia è, invece, effettuata dagli stessi concessionari delle case automobilistiche ovvero da altri soggetti da queste autorizzati). Ai fini dell'Operazione, comunque, non appare necessario addivenire a una esatta delimitazione merceologica del mercato.

Il mercato geografico

16. Per quel che riguarda l'estensione geografica dei mercati individuati *supra*, si osserva che, in ragione dei comportamenti di acquisto dei consumatori e, in particolare, dall'importanza da questi attribuita alla prossimità dei punti di vendita e assistenza, si ritiene che essa debba essere locale⁴.

17. Nei diversi precedenti relativi ai mercati in questione⁵, l'Autorità ha definito i mercati locali sulla base dei confini amministrativi, individuando mercati aventi dimensione tendenzialmente provinciale, considerando altresì la possibilità

² [Cfr. *Comunicazione della Commissione europea sulle restrizioni direttamente connesse e necessarie alle concentrazioni (2005/C 56/03)*.]

³ [Cfr., tra gli altri, 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; 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 e M.9070 - Eurocar/Vicentini del 10 settembre 2018.]

⁴ [Cfr. C12637 - Gruppo Intergea/Autoghinzani Bergamo, cit., C12372 - Gruppo Bossoni-Agricar/Ramo di azienda fallimento Agricar Diesel, provvedimento n. 29653, del 4 maggio 2021, in Bollettino n. 21/2021.]

di definire mercati costituiti dalle aree intorno ai punti vendita percorribili entro un certo periodo di tempo (c.d. isocrona), così da tenere in debito conto la dimensione dei bacini di utenza dei singoli punti vendita delle imprese interessate e la propensione alla mobilità dal lato della domanda. Nel caso di specie, seguendo tale approccio, in considerazione dell'ambito di operatività della Target, il mercato geografico rilevante - per tutti i mercati merceologici qui sopra - risulta circoscritto in prima analisi alla provincia di Cuneo, all'interno della quale il business della Target è concentrato, e alla contigua provincia di Asti. Inoltre, è possibile ipotizzare l'esistenza di un bacino di utenza individuato dalle aree site intorno alle quattro sedi della Target (di cui tre ad Alessandria e una ad Asti), percorribili in 40-60 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*).

18. Ai fini dell'Operazione, tuttavia, non appare necessario addivenire a un'esatta delimitazione geografica del mercato in quanto ciò non muterebbe la valutazione dell'operazione.

Gli effetti dell'operazione

19. Proglio svolge l'attività di concessionaria ufficiale di autovetture dei marchi Volkswagen, Škoda e Opel presso quattro punti vendita situati in provincia di Cuneo (in particolare due ad Alba, uno a Borgo San Dalmazzo e uno a Fossano) 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 e geografica del mercato.

20. In particolare, per quanto riguarda il mercato *sub i)* relativo alla distribuzione degli autoveicoli e dei veicoli commerciali nuovi e usati ai consumatori finali, secondo i dati forniti dalla società notificante, a seguito dell'Operazione, l'entità deterrà quote di mercato in valore sempre inferiori al [5-10%] per i veicoli passeggeri e sempre inferiore al/all'[1-5%] per i veicoli commerciali (Tabella 1 *infra*).

Tabella 1 - Quote di mercato in valore nella distribuzione al dettaglio di autoveicoli per passeggeri e commerciali nuovi e usati nelle possibili definizioni geografiche del mercato⁶

Possibile definizione geografica del mercato della distribuzione al dettaglio di autoveicoli per passeggeri e commerciali nuovi e usati	Quota di mercato congiunta (veicolo passeggeri)	Quota di mercato congiunta (veicolo commerciali)
Provincia di Asti	[5-10%]	[<1%]
Provincia di Cuneo	[5-10%]	[<1%]
Isocrona di 40 minuti - centroide 1 [omissis]	[5-10%]	[<1%]
Isocrona di 60 minuti - centroide 1 [omissis]	[5-10%]	[<1%]
Isocrona di 40 minuti - centroide 2 [omissis]	[5-10%]	[<1%]
Isocrona di 60 minuti - centroide 2 [omissis]	[1-5%]	[<1%]
Isocrona di 40 minuti - centroide 3 [omissis]	[5-10%]	[<1%]
Isocrona di 60 minuti - centroide 3 [omissis]	[1-5%]	[<1%]
Isocrona di 40 minuti - centroide 4 [omissis]	[1-5%]	[<1%]
Isocrona di 60 minuti - centroide 4 [omissis]	[1-5%]	[<1%]

Fonte: le Parti

21. Per quanto riguarda il mercato *sub ii)* relativo alla distribuzione al dettaglio di ricambistica per autoveicoli per passeggeri e veicoli commerciali, Intergea non è attiva in tali mercati geografici e le quote di mercato della Target sono sempre inferiori al [5-10%] sia considerando isocrone di ampiezza pari a 20 minuti di auto dalle tre sedi della Target in cui sono svolte tali attività, che considerando il dato provinciale. Medesime considerazioni sono da svolgere per quanto riguarda il mercato *sub iii)*, relativo ai servizi *post* vendita di assistenza, manutenzione e riparazione di autoveicoli, in cui Intergea non è attiva e le quote di mercato della Target sono sempre inferiori a circa il [5-10%] considerando tutte le possibili definizioni geografiche del mercato.

22. 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.

⁵ [Cfr., tra gli altri, C12693 - Gruppo Intergea/Alessandria auto, cit.; C12637 - Gruppo Intergea/Autoghinzani Bergamo, cit.; C12596 - Bossoni Automobili/Baiauto, cit.; C12573 - PAG Italy/Sarma NewCo, cit.; C12550 - Autotorino/Mercedes-Benz Roma, cit. e C12300 - Eurocar Italia/Erre Esse, cit.; cfr. anche le decisioni della Commissione europea M.8963 - Eurocar/Bonaldi, cit. e M.9070 - Eurocar/Vicentini, cit..]

⁶ [Fonte: *ibidem*.]

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 nei mercati interessati e non comporta la costituzione o il rafforzamento di una posizione dominante;

RITENUTO, altresì, che il patto di non concorrenza e non 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 VICE SEGRETARIO GENERALE
Serena Stella

IL PRESIDENTE
Roberto Rustichelli