

C12535 – IP ITALIANA PETROLI/ESSO ITALIANA

Provvedimento n. 30664

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 19 giugno 2023;

SENTITA la Relatrice Professoressa Elisabetta Iossa;

VISTO il Reg. (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 delle società Italiana Petroli S.p.A. pervenuta l'11 aprile 2023;

VISTA la richiesta di informazioni trasmessa a Italiana Petroli S.p.A. e Esso Italiana S.r.l. il 10 maggio 2023, con conseguente interruzione dei termini ai sensi dell'articolo 5, comma 3, del D.P.R. 30 aprile 1998, n. 217;

VISTE le informazioni e la documentazione inviate da Italiana Petroli S.p.A. il 19 e il 23 maggio 2023;

VISTA la delibera dell'Autorità del 13 giugno 2023;

VISTA la documentazione agli atti;

CONSIDERATO quanto segue:

I. LE PARTI

1. Italiana Petroli S.p.A. (di seguito, IP) è una società attiva nel settore della raffinazione, distribuzione e commercializzazione di prodotti petroliferi per autotrazione. IP è soggetta al controllo esclusivo di Api Holding S.p.A., società al vertice del gruppo API (di seguito, gruppo API). Il gruppo API opera a livello integrato nel ciclo petrolifero del *downstream*, dall'approvvigionamento del greggio, alla raffinazione, alla logistica, fino alla distribuzione e vendita dei prodotti, sia su rete ordinaria (stradale e autostradale) che sull'extra-rete (all'ingrosso e al dettaglio).

Nel 2021 il fatturato consolidato del gruppo API è stato pari a circa 4,6 miliardi di Euro, in misura nettamente prevalente realizzato in Italia.

2. Esso Italiana S.r.l. (di seguito, ESSO) è una società attiva nel settore *downstream* della raffinazione, commercializzazione e distribuzione di prodotti petroliferi. Il capitale sociale di ESSO è detenuto in maniera esclusiva dalla società di diritto belga Exxonmobil Petroleum & Chemical BVBA (gruppo ESSO). ESSO, attualmente, è presente nel mercato *retail* attraverso un modello organizzativo c.d. del grossista con marchio o *branded wholesale* (dato che nel febbraio 2018 ha ultimato la transizione dismettendo tutti i punti vendita su rete stradale e autostradale di sua proprietà).

Il fatturato (comprensivo delle vendite verso imprese controllate e controllanti) realizzato dal ramo di azienda oggetto di acquisizione nel 2021 è stato di circa [5-6]* miliardi di euro, di cui [5-6] miliardi di euro realizzati esclusivamente in Italia.

II. DESCRIZIONE DELL'OPERAZIONE

3. L'operazione comunicata consiste nell'acquisizione del controllo esclusivo, da parte di IP, di una società di nuova costituzione nella quale ESSO conferirà le proprie attività petrolifere c.d. *downstream*, al netto del ramo lubrificanti e prodotti chimici. Un accordo tra le Parti (*Sale & Purchase Agreement* - "SPA") è stato sottoscritto il 20 dicembre 2022 (di seguito anche, l'Operazione).

4. ESSO si impegna, in particolare, a conferire nella NewCo: (1) le proprie attività petrolifere *downstream* ancora presenti in Italia (al netto del ramo lubrificanti e prodotti chimici); (2) le sue partecipazioni nelle società Sarpom¹ (75,04%), Engycalor² (100%) e Disma³ (12,5%); (3) i suoi contratti di fornitura di bitume e altri prodotti (benzine e gasoli); (4) tutti i propri *assets* logistici, il magazzino idrocarburi e il proprio capitale circolante.

Le quote della NewCo saranno, quindi, acquisite interamente da IP che verrà a detenere il controllo esclusivo sul *business* di ESSO. IP ha sottolineato che l'operazione mira, in particolare, a conseguire: (i) importanti sinergie economiche e industriali e una riduzione dei costi necessari a contrastare il prevedibile calo dei volumi di vendita (dovuto all'aumento dei prezzi delle materie prime e alla progressiva elettrificazione del parco automobilistico); (ii) il

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

¹ [Sarpom S.r.l. detiene e gestisce la raffineria di Trecate per conto di ESSO (75%) e IP (25%).]

² [EngyCalor Energia Calore S.r.l. è proprietaria del deposito di Napoli.]

³ [Disma S.p.A. detiene il deposito di stoccaggio di carburante per aviazione da cui è rifornito l'aeroporto di Malpensa.]

rafforzamento dell'attività di IP nei mercati della logistica, grazie all'integrazione degli *asset* di ESSO; (iii) l'aumento della capacità di IP di gestire con maggiore efficacia le scelte future di riconversione degli impianti in ottica di transizione energetica e (iv) la capacità della società di ottenere importanti benefici ambientali quali il *downsizing* della raffineria di Ancona e la razionalizzazione della raffinazione nell'area tributaria della Pianura Padana con vantaggi emissivi per il sistema nazionale.

5. L'Operazione è cumulativamente subordinata all'ottenimento: (i) dell'autorizzazione da parte dell'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato e (ii) dell'autorizzazione *Golden Power* da parte della Presidenza del Consiglio dei Ministri (quest'ultima è stata rilasciata lo scorso 7 marzo 2023).

6. La sezione 27 dello SPA prevede una clausola di non concorrenza e dispone che ESSO si astenga per un periodo di cinque anni dallo svolgere in Italia attività in concorrenza con quelle oggetto del *business* ceduto.

Tale clausola, nella prospettazione delle Parti, sarebbe direttamente connessa alla realizzazione dell'Operazione, in quanto strumentale a garantire il valore integrale dell'impresa oggetto di acquisizione, consentendo a IP di attrarre la clientela di ESSO e di sfruttarne appieno il *know-how*. Per tale ragione, IP ritiene che la stessa debba ritenersi una restrizione accessoria all'Operazione in esame in quanto di durata temporale strettamente necessaria al completo trasferimento a IP del *know-how* di ESSO; geograficamente limitata al territorio (Italia) in cui il Gruppo ESSO forniva i prodotti/servizi oggetto di cessione prima del trasferimento del *business*; avente a oggetto solo i prodotti/servizi che costituiscono oggetto dell'attività di ESSO; diretta esclusivamente al gruppo ESSO.

III. QUALIFICAZIONE DELL'OPERAZIONE

7. L'Operazione è soggetta all'obbligo di notifica preventiva all'Autorità in quanto risultano soddisfatte entrambe le soglie di fatturato previste dall'articolo 16, comma 1, della legge n. 287/1990 come da ultimo modificate dalla legge n. 124/2017. L'Operazione non ha, invece, rilevanza europea, poiché sia IP che ESSO realizzano oltre i due terzi dei rispettivi fatturati in Italia (cfr. articolo 1, par. 2, del Regolamento (CE) n. 139/2004).

In conformità con quanto sopra descritto, l'operazione in esame 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 in quanto, pur ricorrendo le condizioni di cui all'articolo 1 del Regolamento (CE) 139/2004, ciascuna delle imprese interessate realizza oltre i due terzi del proprio fatturato totale UE in Italia (cfr. medesimo articolo 1 Regolamento (CE) 139/2004). L'Operazione 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 individualmente, nell'ultimo esercizio a livello nazionale da almeno due delle imprese interessate è stato superiore a 32 milioni di euro⁴.

8. I patti di non concorrenza sopra descritti saranno oggetto di approfondimento nel corso dell'istruttoria per valutarne l'accessorietà rispetto all'operazione notificata.

IV. VALUTAZIONE DELLA CONCENTRAZIONE

Premessa

9. L'Operazione in esame, che coinvolge due tra i principali gruppi petroliferi attivi nel territorio italiano, assume un indiscusso rilievo per l'intero settore posto a valle della raffinazione del petrolio e costituito, pertanto, dalla vendita nel Paese, di prodotti petroliferi e bitume. Tale vendita, oltre a originare dalle stesse raffinerie o dagli impianti e basi di carico dislocati nel territorio del Paese (come nel caso delle vendite dei prodotti petroliferi c.d. extra-rete e dei bitumi), avviene, nel caso dei carburanti per autotrazione, anche attraverso le reti di distribuzione al dettaglio diffuse nelle strade ordinarie e nelle autostrade italiane.

10. La portata dell'Operazione e, soprattutto, le caratteristiche della stessa, non possono, tuttavia, essere pienamente comprese senza tenere conto dei legami di tipo "verticale" tra i vari livelli delle filiere di distribuzione e dei rapporti contrattuali tra le compagnie petrolifere e gli altri soggetti che intervengono nella fase di distribuzione, in particolare quelli attivi nelle reti di distribuzione al dettaglio che utilizzano il marchio delle compagnie stesse e, parallelamente, si occupano di vendere in via esclusiva i carburanti da queste prodotti.

11. In particolare, pur esistendo nel territorio italiano una capillare rete di punti vendita a marchio ESSO, le Parti sostengono che, l'Operazione non comporta alcun tipo di sovrapposizione nella distribuzione su rete di carburanti, in quanto ESSO non risulta né proprietaria né in posizione di gestore di tali punti vendita e, dunque, non è in condizione di determinare il prezzo di vendita al dettaglio da essi praticato. La società ha, infatti, ceduto negli ultimi anni la proprietà di tali punti vendita a soggetti terzi, concludendo contestualmente con questi ultimi degli accordi di vendita all'ingrosso denominati contratti di "*branded wholesale*" ("BW") e ha stabilito che tali soggetti (detti a loro volta "*branded wholesaler*") convenzionino un certo numero di punti vendita con il marchio ESSO. La società ESSO ha, inoltre, fissato vincoli contrattuali di fornitura in esclusiva dei carburanti con proprio marchio [*omissis*]. ESSO sostiene di non essere attiva nella distribuzione al dettaglio, ma di effettuare unicamente delle vendite all'ingrosso ai grossisti (o "*branded wholesalers*").

⁴ [Cfr. provvedimento n. 30507 del 14 marzo 2023, in Bollettino n. 12/2023.]

La forma di distribuzione adottata da ESSO non appare, tuttavia, a tutti gli effetti, discostarsi significativamente dalle analoghe modalità distributive c.d. CODO (*Company Owned and Dealer Operated* - punti vendita di proprietà della compagnia e gestiti da un terzo rivenditore, che acquista i carburanti dalla compagnia) o DODO (*Dealer Owned and Dealer Operated* - punti vendita di proprietà di terzi e gestiti da rivenditori terzi che acquistano i carburanti della compagnia) che l'Autorità ha sempre valutato come parte della rete di distribuzione della società petrolifera che effettua il rifornimento in esclusiva dei punti vendita a proprio marchio (cfr. *infra*).

12. Seguendo una simile linea di ragionamento, le Parti hanno sostenuto che anche al gruppo acquirente IP siano in realtà attribuibili unicamente i punti vendita di cui abbia una gestione diretta, con esclusione dunque dei punti vendita che, pur utilizzando il marchio IP, non siano di fatto gestiti dalla compagnia (si tratta dei punti vendita CODO e DODO).

13. Riguardo a tali argomentazioni, si anticipa fin d'ora che esse non sono condivisibili o, comunque, non rendono possibile trascurare l'analisi delle sovrapposizioni orizzontali che l'Operazione potrebbe determinare nei mercati locali della distribuzione al dettaglio dei carburanti per autotrazione tra i punti vendita che utilizzano i marchi delle *merging parties*. Infatti, pur ammettendo che ESSO non abbia alcun controllo diretto delle politiche commerciali praticate dai punti vendita a proprio marchio e legati alla società unicamente dal contratto BW e che, parimenti, IP non abbia alcun controllo diretto delle politiche commerciali dei propri punti vendita di tipo CODO e DODO, la circostanza che tali punti vendita vendano in esclusiva prodotti delle rispettive compagnie non può essere ignorata e risulta, anzi, determinante.

14. Infatti, diversamente dai distributori non convenzionati - le cosiddette "pompe bianche" - tali impianti sono deputati esclusivamente alla vendita di prodotti delle compagnie di cui espongono il marchio. Pertanto, ogni unità aggiuntiva di carburante venduto da ciascun distributore convenzionato, rappresenta necessariamente un'unità aggiuntiva di carburante venduta all'ingrosso dalla compagnia petrolifera⁵. Per questo motivo, le compagnie non sono affatto indifferenti al livello di vendite - e, quindi, al livello di pressione competitiva - esercitato su questi ultimi. Allo stesso tempo le compagnie, in qualità di fornitori in esclusiva degli impianti, hanno facoltà di influenzare indirettamente il livello del prezzo di vendita al dettaglio tramite il prezzo all'ingrosso a esse praticato (direttamente o tramite l'intermediazione di grossisti appositamente contrattualizzati), che costituisce un limite minimo al prezzo di vendita finale selezionato dal gestore e che, allo stesso tempo, rappresenta un introito per la compagnia petrolifera. Quanto premesso implica che, in relazione ai punti vendita convenzionati che vendono carburante in esclusiva (o in via prevalente), le compagnie di fatto sostengono il medesimo *trade-off* tra livello di prezzo selezionato e quantità vendute che sosterebbero se fossero direttamente gestori degli impianti al dettaglio e, pertanto, sono limitate dallo stesso tipo di vincoli competitivi che gravano sui singoli gestori degli impianti, vincoli che devono essere apprezzati a livello locale, in coerenza con la sostituibilità tra i singoli impianti di distribuzione.

15. Nel contesto descritto, infatti, il livello di pressione competitiva locale sopportato da un impianto convenzionato (o un gruppo di impianti convenzionati localizzati in una certa area) induce la compagnia che lo rifornisce in esclusiva a limitare il livello di prezzo all'ingrosso praticato a tale impianto (o gruppo di impianti). Pertanto, la rimozione o l'attenuazione di tale pressione competitiva locale astrattamente attribuibile all'Operazione potrebbe indurre la compagnia ad accrescere il livello di tali prezzi all'ingrosso⁶.

16. In altri termini, nel momento in cui IP subentrasse a ESSO nelle forniture in esclusiva agli impianti a marchio ESSO, essa saprebbe che parte delle vendite che perderebbe nel caso in cui aumentasse i prezzi (al dettaglio o all'ingrosso) dei distributori a marchio IP sarebbe recuperata dalle vendite dei distributori a marchio ESSO (che, nello scenario *post-merger*, rappresenterebbero un ricavo per la stessa IP, essendo da questa forniti in esclusiva) e tale circostanza costituirebbe un incentivo a procedere a tale aumento di prezzo rispetto allo scenario *pre-merger*. Specularmente, a seguito della concentrazione, IP potrebbe trovare profittevole accrescere i prezzi (all'ingrosso) praticati ai distributori ESSO, da essa riforniti in esclusiva, poiché saprebbe che parte dei volumi persi a causa di tale aumento sarebbero recuperati dalla rete a marchio IP.

17. La portata di tali effetti, essendo legata alla sostituibilità tra i singoli impianti di distribuzione per i consumatori finali, dipende quindi dalle sovrapposizioni locali tra gli impianti di distribuzione e richiede, coerentemente, un'analisi di tali sovrapposizioni⁷. Pertanto, la valutazione degli effetti dell'Operazione non può prescindere da un'analisi di tal genere.

18. Tale impostazione, del resto, è coerente con la prassi della Autorità, che ha, nei propri precedenti, incluso nelle proprie valutazioni anche i punti vendita (CODO, DODO) per i quali la compagnia petrolifera non fosse direttamente investita della fissazione del prezzo al dettaglio⁸. Nel paragrafo successivo relativo ai mercati rilevanti saranno esaminate le sovrapposizioni tra punti vendita anche con riferimento ai punti vendita che utilizzano il marchio delle

⁵ [Anche nei casi in cui dovesse permanere, a seguito dell'Operazione, un mercato all'ingrosso relativamente competitivo, infatti, le compagnie petrolifere sanno che i distributori che utilizzano il proprio marchio non potranno acquistare carburanti dalle compagnie concorrenti, ma saranno, in ogni caso, deputate alla distribuzione dei propri prodotti.]

⁶ [Anche *[omissis]*.]

⁷ [Tali effetti, ad esempio, non sarebbero in alcun modo sussistenti se le *merging parties* fossero intestatarie di reti di vendita al dettaglio collocate in aree diverse e lontane del Paese, i cui impianti non fossero quindi considerati sostituibili dagli automobilisti. Al contrario, essi potrebbero essere significativi nel caso in cui le reti di vendita insistessero nei medesimi territori e, quindi, riguardassero punti vendita considerati sostituibili dai consumatori.]

⁸ [Cfr. provvedimento n. 29824 del 14 settembre 2021, C12386 - Tamoil Italia/Repsol Italia, in Bollettino n. 39/2021]

Parti e non risultano tuttavia da queste gestiti o su cui le Parti stesse non abbiano facoltà di determinare il prezzo di vendita al dettaglio.

IV.1 I mercati rilevanti

19. In ragione dell'operatività dell'impresa acquisita, l'operazione determina sovrapposizioni orizzontali nei mercati della distribuzione extra-rete di prodotti petroliferi all'ingrosso e al dettaglio, in quelli della distribuzione al dettaglio di carburanti per autotrazione su rete stradale ordinaria e autostradale e nel mercato della commercializzazione di bitumi stradali tradizionali⁹.

IV.1.1 Mercati di vendita all'ingrosso e al dettaglio di prodotti petroliferi extra-rete

20. Le Parti risultano attive nei mercati di vendita extra-rete di prodotti petroliferi e, in particolare, di benzina, gasolio per autotrazione, gasolio agricolo, gasolio per riscaldamento, gasolio marino, GPL, kerosene, oli combustibili, dove ciascun prodotto rappresenta una distinta categoria merceologica¹⁰. Ciascuno di tali mercati, poi, può essere in linea teorica suddiviso in mercato extra-rete all'ingrosso e al dettaglio, sebbene tale distinzione possa in taluni casi risultare sfumata¹¹. Le Parti hanno, in ogni caso, distinto, nei dati forniti, i valori delle vendite effettuate nel segmento all'ingrosso (identificato come *business-to-business* - di seguito anche "B2B" -, ossia vendite effettuate dalle società petrolifere ai grandi rivenditori nell'ambito della fase primaria della distribuzione) e quelle effettuate nel segmento al dettaglio (identificato come *business-to-customers* - di seguito anche "B2C" -, ossia vendite extra-rete effettuate nei confronti di utilizzatori finali di tali prodotti petroliferi, includendo tra questi anche le singole stazioni di servizio e appartenenti a una fase secondaria della distribuzione)¹².

21. In ragione di quanto descritto in relazione ai distributori convenzionati con le compagnie petrolifere (ivi inclusi quelli convenzionati tramite i c.d. contratti BW), i mercati extra-rete B2B e B2C verso i clienti terzi (intermediari, consumatori finali o singoli impianti che non utilizzano il marchio della compagnia né hanno con essa vincoli di acquisto in esclusiva) non includono le cessioni di prodotto delle Parti ai distributori al dettaglio che espongono il proprio marchio e sono con esse a vario titolo convenzionate.

22. L'estensione geografica del mercato, in coerenza con la recente prassi dell'Autorità¹³, andrebbe individuata nei bacini di utenza tracciabili, utilizzando un determinato raggio, attorno a ciascun impianto utilizzato per la vendita dei suddetti prodotti petroliferi.

23. Le Parti hanno sostenuto, in sede di notifica, che l'estensione geografica dei mercati extra-rete B2B e B2C dei prodotti petroliferi è, rispettivamente, di tipo macro-regionale (per i mercati B2B) e provinciale (per i mercati B2C) e, utilizzando tale criterio, hanno fornito una stima delle proprie quote di mercato unicamente per i c.d. "mercati interessati", ossia per quelli in cui la quota congiunta delle Parti supera il 15%. In base a tali informazioni, a ogni modo, le Parti verrebbero a detenere, a seguito dell'Operazione, quote congiunte in più casi superiori al 40% e in molti casi superiori al 30% a livello B2B¹⁴ e una quota provinciale superiore al 70% a livello B2C per quel che riguarda la vendita di gasolio agricolo¹⁵. L'entità di tali valori suggerisce, *prima facie*, che l'Operazione, anche a voler seguire (*quod non*) l'impostazione della parte, risulta, comunque, potenzialmente idonea a produrre, almeno in talune zone, rilevanti effetti di natura concorrenziale nei mercati extra-rete B2B e B2C.

24. Tale impostazione non risulta, tuttavia, condivisibile, in quanto essa non riflette - né, alla luce della portata dell'Operazione e delle informazioni disponibili, può approssimare in alcun modo - il criterio utilizzato dall'Autorità nella prassi più recente, consistente in un'analisi di tipo sostanziale, che tiene conto delle effettive distanze di spedizione dei prodotti e quindi dell'effettivo vincolo rappresentato dai costi di trasporto, a prescindere dai confini di tipo amministrativo in cui sono ubicati gli impianti.

25. A tale scopo, l'Autorità ha richiesto alla Parte notificante, nella citata richiesta di informazioni interrutiva dei termini per la valutazione dell'Operazione notificata, informazioni necessarie alla costruzione di *catchment areas* tracciabili attorno agli impianti delle Parti. Analoghe richieste sono state inviate ad altri operatori di primo piano del

⁹ [Le *merging parties*, inoltre, risultano entrambe attive nei mercati della raffinazione e della logistica petrolifera, collocati a monte rispetto ai citati mercati di distribuzione e vendita dei prodotti petroliferi e bituminosi. Tuttavia, sia nel caso della raffinazione che in quello della logistica petrolifera, la totalità della produzione è di tipo *captive*, ossia viene correntemente utilizzata dalle Parti unicamente per le proprie vendite (rete ed extra-rete) nei mercati a valle dei prodotti petroliferi e bituminosi. Gli effetti dell'Operazione sui consumatori possono, pertanto, essere valutati considerando le sovrapposizioni delle stesse in questi ultimi mercati (al netto di eventuali effetti di tipo verticale).]

¹⁰ [Tali prodotti si distinguono tra loro per caratteristiche tecniche, regime fiscale e tipologia di impieghi.]

¹¹ [Cfr. provvedimento n. 28436 del 15 dicembre 2020, C12327 - Centro Calor/Restiani, in Bollettino n. 46/2020; provvedimento n. 29824 del 14 settembre 2021, C12386, cit..]

¹² [Con riferimento agli oli combustibili, le Parti hanno dichiarato di non essere attive nella vendita di oli combustibili e nella vendita al dettaglio (B2C) di GPL e kerosene, che ESSO non è attiva nella vendita extra-rete al dettaglio di gasolio marino e che le Parti non si sovrappongono in alcuna provincia nella vendita extra-rete al dettaglio di benzina.]

¹³ [Cfr. C12327 e C12386, cit..]

¹⁴ [Le quote macroregionali che superano il 40% si riferiscono, in particolare, alle vendite di gasolio per riscaldamento, GPL e gasolio marino computate a livello della macro-regione Nord-Ovest.]

¹⁵ [Si tratta, in particolare, della quota delle vendite di gasolio agricolo computata a livello della provincia di Varese.]

mercato. Infine, l’Autorità ha sottoposto un questionario compilabile *online* ad alcuni acquirenti dei prodotti petroliferi venduti dalle Parti nei mercati extra-rete B2B e B2C nel quale, tra le altre cose, venivano richieste indicazioni utili alla costruzione delle citate *catchment areas*.

26. In base alle informazioni raccolte, anche con le suddette consultazioni massive dei soggetti interessati, è stato possibile desumere che la distanza media entro la quale avvengono le spedizioni di tali prodotti petroliferi – e, quindi, il raggio da utilizzare per la definizione degli impianti appartenenti a ciascuna *catchment area* – risulta pari a 150 km sia per i mercati B2B che per i mercati B2C. Ciò premesso, la definizione geografica dei mercati extra-rete, così come la valutazione degli effetti della Operazione nelle *catchment areas*, sarà oggetto di approfondimento nell’ambito della presente istruttoria.

IV.1.2 Mercati della distribuzione di carburanti per autotrazione su rete stradale e autostradale

27. A livello nazionale, l’Operazione comporta la costituzione del primo operatore in termini di consistenza della rete a proprio marchio, con una presenza ramificata su tutto il territorio italiano, e conseguentemente i principali operatori integrati, attivi su base nazionale, passeranno dunque da cinque a quattro.

28. La tabella 1 mostra le quote di ciascun operatore basate sul numero di impianti presenti sul territorio italiano. A seguito dell’Operazione notificata, le Parti rifornirebbero in via esclusiva il 29% degli impianti esistenti e risulterebbero essere il primo operatore sul territorio nazionale, a fronte del secondo operatore – ENI – con una quota in termini di numero di impianti a proprio marchio pari al 18%.

Tabella 1. Numero totale di impianti per bandiera in Italia (2023)

	Numero totale impianti (Marzo 2023)	% numero impianti sul totale
IP	4220	19%
Esso	2316	10%
Entità post-merger	6536	29%
Eni	4133	18%
Q8	2825	13%
Tamoil	1540	7%
Pompe bianche (in aggregato)	7334	33%
Totale	22368	100%

Fonte ed elaborazioni: elaborazione AGCM su dati *MISE*.

29. Il mercato della distribuzione di carburanti per autotrazione su rete stradale ordinaria, in base alla prassi dell’Autorità, risulta distinto dal mercato della distribuzione di carburanti per autotrazione su rete autostradale. Al contrario, tali mercati non presentano, al proprio interno, una segmentazione rispetto alla tipologia di carburante offerta¹⁶.

30. Le stazioni di rifornimento che operano, nella rete stradale e in quella autostradale, con i marchi (detti anche “colori” o “bandiere”) delle compagnie petrolifere sono generalmente raggruppabili nelle seguenti tipologie, in base alle possibili articolazioni degli assetti proprietari e gestionali¹⁷:

- punti vendita di proprietà della compagnia e da questa gestiti (*Company Owned and Company Operated* - “COCO”);
- punti vendita acquisiti in locazione dalla compagnia e da questa gestiti (*Company Leased and Company Operated* - “CLOCO”)
- punti vendita di proprietà della compagnia e gestiti da un terzo rivenditore, che acquista i carburanti dalla compagnia (*Company Owned and Dealer Operated* - “CODO”);
- punti vendita che la compagnia ha ricevuto in locazione da terzi e che tuttavia sono gestiti da un terzo rivenditore, che acquista i carburanti della compagnia (*Company Leased and Dealer Operated* - “CLODO”);
- punti vendita di proprietà di terzi e gestiti da rivenditori terzi che acquistano i carburanti della compagnia (*Dealer Owned and Dealer Operated* - “DODO”).
- punti vendita di proprietà di terzi e gestiti da rivenditori terzi in cui un rivenditore all’ingrosso (detto *branded wholesaler*) acquista i carburanti dalla compagnia e concede contestualmente al punto vendita stesso, in *sub-licenza*, l’uso del marchio della compagnia (“BW”).

¹⁶ [Cfr. *inter alia* C12386 cit., provvedimento n. 26909 del 20 dicembre 2017, C12131 – Anonima Petroli/TotalErg, in Bollettino n. 51/2017; provvedimento n. 27459 del 12 dicembre 2018, C12204 – Vega Carburanti/Carburanti 3.0, in Bollettino n. 49/2018.]

¹⁷ [Cfr. C12386, cit..]

31. Nei casi di gestione da parte di un terzo, i prezzi di cessione sono fissati generalmente attraverso due modalità: (1) la formula Listino, in cui la compagnia fornisce il carburante al gestore a un prezzo stabilito in base a uno sconto rispetto a un prezzo di dettaglio raccomandato dalla compagnia stessa (ma non direttamente vincolante per il gestore) e (2) la formula Platts+, che consiste in un prezzo di vendita predeterminato stabilito in base alla quotazione internazionale Platts dei prodotti petroliferi, a cui si aggiunge una componente ulteriore.

32. Con riferimento all'estensione geografica del mercato, in coerenza con la prassi adottata nei precedenti, occorre definire l'ampiezza del mercato tenendo conto degli effettivi nessi di sostituibilità esistenti tra impianti dal punto di vista dei consumatori finali. Dal punto di vista del consumatore, infatti, la concorrenza si realizza a livello locale, tra i diversi impianti dislocati sul territorio. Pertanto, i mercati locali sono stati identificati facendo ricorso alla definizione delle *catchment area*, i.e. aree geografiche individuate attorno agli impianti di una delle Parti (c.d. "centroidi") in base a un certo raggio, definibile in termini di distanza o di tempo di percorrenza.

33. Tale raggio, nella prassi più recente dell'Autorità, è stato posto pari a 20 km per la rete stradale ordinaria e a 100 km per la rete autostradale. Anche al fine di verificare la congruità di tale raggio, e quindi l'ampiezza del mercato in esame, l'Autorità ha commissionato alla società SWG una ricerca di mercato (*survey*), realizzata tramite la somministrazione di un questionario a un campione rappresentativo - su base nazionale - di consumatori che si riforniscono abitualmente di carburanti¹⁸.

34. Tramite la *survey*, è stato quindi indagato il loro comportamento in termini di abitudini di spostamento, in particolare, chiedendo ai rispondenti di indicare la distanza in minuti di guida¹⁹ che avrebbero percorso per trovare un'alternativa all'impianto dove hanno fatto l'ultima volta rifornimento nel caso in cui l'avessero trovato chiuso²⁰.

35. A tale riguardo, le risposte alla *survey* hanno evidenziato la distribuzione dei tempi di percorrenza riportata nella tabella seguente, da cui si evince come un'ampia maggioranza dei consumatori - circa l'88% - si spostino per cercare una stazione di rifornimento sulla rete ordinaria entro una distanza di quindici minuti dall'impianto chiuso.

Tabella 2 -- Mobilità dei consumatori su rete ordinaria

Tempo di guida	Quota in termini di numero di rispondenti (%)
Fino a 5 minuti	26%
Fino a 10 minuti	37%
Fino a 15 minuti	25%
Fino a 20 minuti	8%
Fino a 30 minuti	2%
Oltre 30 minuti	1%

Fonte ed elaborazioni: elaborazione AGCM su dati *survey* SWG

36. Le risposte fornite dai consumatori nella *survey* consentono, quindi, di affermare che gli acquisti di carburanti su rete ordinaria non si estendano oltre i confini di isocrone di 15 minuti e, su tale base, in linea con la prassi dell'Autorità, è possibile definire il mercato geografico rilevante.

37. Per quel che riguarda la rete autostradale, la *survey* commissionata dall'Autorità ha permesso di verificare la congruità dell'ampiezza del mercato del prodotto in questione finora considerata. In particolare, è emerso come i

¹⁸ [L'indagine ha coinvolto un campione di oltre duemila consumatori che provvedono direttamente al rifornimento del proprio mezzo a motore (in assoluta prevalenza autovetture). L'indagine è stata svolta sia tramite interviste telefoniche (metodologia "CATI") che online ("CAWI").]

¹⁹ [È stato chiesto di indicare una distanza in termini di minuti di guida al fine di tenere conto di differenze tra aree geografiche in termini sia di caratteristiche topografiche del territorio sia di condizioni di traffico.]

²⁰ [Per ricavare il raggio delle *catchment areas*, la domanda posta ai consumatori è stata la seguente: "Pensi ora all'ultima stazione di servizio dove ha fatto rifornimento sulla rete stradale ordinaria, escludendo quindi la rete autostradale. Nel caso in cui tale stazione fosse stata chiusa, come avrebbe scelto una stazione alternativa ipotizzando che non avesse urgenza di fare rifornimento?". Questa domanda è stata rivolta ai consumatori che avevano indicato in precedenza come, a fronte della chiusura dell'impianto dove avevano fatto l'ultima volta rifornimento i) avrebbero cercato una stazione di servizio altrettanto conveniente o ii) si sarebbero recati presso una stazione di servizio altrettanto conveniente che già conoscevano ("Pensi ora all'ultima stazione di servizio dove ha fatto rifornimento sulla rete stradale ordinaria, escludendo quindi la rete autostradale. Nel caso in cui tale stazione fosse stata chiusa, come avrebbe scelto una stazione alternativa ipotizzando che non avesse urgenza di fare rifornimento?").]

consumatori, per cercare una stazione di rifornimento alternativa a quella trovata chiusa in autostrada, sono disposti nel 94% dei casi a viaggiare fino a 60 km²¹ (v. tabella seguente).

Tabella 3 -- Mobilità dei consumatori su rete autostradale

Tempo di guida	Quota in termini di numero di rispondenti (%)
Fino a 20 Km	40%
Fino a 40 Km	35%
Fino a 60 Km	19%
Fino a 80 Km	4%
Oltre 80 Km	2%

Fonte ed elaborazioni: elaborazione AGCM su dati survey SWG

38. Pertanto, alla luce delle risposte fornite dai consumatori nella *survey* si ritiene che la corretta dimensione geografica del mercato degli acquisti di carburanti su rete autostradale sia individuata dall'area delimitata entro un raggio di 60 chilometri dagli impianti situati al centro delle *catchment areas*.

39. Ciò premesso, per quel che riguarda la distribuzione di carburanti su rete stradale la posizione delle Parti è stata esaminata nell'ambito di mercati locali definiti come isocrone centrate sugli impianti di IP. In particolare, sulla base del *dataset* fornito dalle Parti, il numero di impianti di IP situati su rete ordinaria – e, quindi, il numero di mercati locali – consiste in un totale di 19.744 impianti distribuiti sul territorio nazionale, per un totale di 28 miliardi di litri erogati, come mostrato nella tabella 4.

Tabella 4: Numero totale di impianti ricadenti sulle isocrone centrate sugli impianti IP e totali litri erogati per bandiera di tali impianti (2022)²²

	Numero totale impianti (2022)	% numero impianti sul totale	Volume totale venduto (litri) (2022)	% volume venduto sul totale venduto
IP	[omissis]	[15-20%]	[omissis]	[10-15%]
Esso	[omissis]	[10-15%]	[omissis]	[10-15%]
Entità post-merger	[omissis]	[30-35%]	[omissis]	[20-25%]
Eni	[omissis]	[15-20%]	[omissis]	[20-25%]
Q8	[omissis]	[10-15%]	[omissis]	[15-20%]
Tamoil	[omissis]	[5-10%]	[omissis]	[5-10%]
Pompe bianche (in aggregato)	[omissis]	[30-35%]	[omissis]	[30-35%]
Totale:	[omissis]	100%	[omissis]	100%

Fonte: dati delle parti forniti il 19/05/2023 elaborati da AGCM.

40. Dunque, a seguito dell'operazione di concentrazione, la nuova entità risulterebbe essere complessivamente, nei mercati locali definiti in termini di isocrone centrate sugli impianti IP, il primo operatore sulla rete ordinaria, con una quota di mercato in termini di numero di impianti nei quali viene erogato in esclusiva il proprio prodotto pari al [30-35%] di molto superiore rispetto a quella del secondo operatore Eni ([15-20%]).

²¹ [Ai rispondenti è stato chiesto, innanzitutto, di indicare come avrebbero cercato una pompa di benzina alternativa e, a coloro che i) avrebbero proseguito in autostrada fino a trovare una stazione di servizio altrettanto conveniente o ii) si sarebbero recati presso una stazione altrettanto conveniente già individuata dai display comparativi presenti lungo il percorso autostradale o che già conoscevano, è stata rivolta la seguente domanda volta a comprendere la loro disponibilità a muoversi: "E per quanti km sarebbe stato disposto a proseguire per trovare una stazione di servizio altrettanto conveniente?"]

²² [Si nota che il totale degli impianti non coincide con il totale nazionale, ma solo con il totale degli impianti che ricadono nelle isocrone centrate sugli impianti IP su rete stradale ordinaria. Il dataset del MISE indica un totale di 21.933 impianti sul territorio nazionale, di cui 2.260 a marchio ESSO. Dunque, il 90% degli impianti a marchio ESSO ricade in una isocrona di IP.]

41. IP ed ESSO operano, anche indirettamente, nella distribuzione di carburanti attraverso reti distributive variamente configurate sotto il profilo proprietario, gestionale e contrattuale. Come già accennato sopra, alcuni impianti "convenzionati" a marchio IP e gli impianti recanti il marchio ESSO, pur non essendo di proprietà dell'entità *post-merger*, risulterebbero a questa legati da contratti di esclusiva. In linea con i precedenti dell'Autorità, dunque, l'analisi del mercato rilevante in esame è stata effettuata considerando la consistenza delle reti e i volumi erogati concernenti: (i) sia gli impianti di proprietà, (ii) sia gli impianti a marchio legati da vincoli contrattuali di vendita in esclusiva dei carburanti della compagnia.

42. Come spiegato in precedenza (cfr. *supra*), nella definizione del mercato geografico, la concorrenza nel mercato a valle della vendita di carburante al dettaglio si svolge nell'ambito di una dimensione locale. Pertanto, è stata svolta un'analisi volta a valutare se l'operazione di concentrazione in esame possa comportare un impedimento significativo del corretto funzionamento dei diversi mercati locali coinvolti.

43. In particolare, sulla base dei dati attualmente disponibili, è stata svolta un'analisi delle quote di mercato su tutti i mercati locali. Il numero di mercati locali in cui le Parti si sovrappongono risulta essere 3.407, a fronte di un totale di 3945 isocrone (circa l'86%)²³.

44. La tabella seguente fornisce i dati medi degli indicatori strutturali nei mercati locali in cui le Parti si sovrappongono. Da tale tabella emerge che l'entità *post-merger* verrà a detenere una quota di mercato in media pari al 35% in termini di numero di impianti, e del 29% in termini di volumi²⁴. Inoltre, i valori medi dell'HHI *post merger* e del delta HHI sono sempre molto elevati, risultando ampiamente superiori, rispettivamente, alle soglie di 2000 e 250.

Tabella 5. Dati medi degli indicatori strutturali dei mercati locali in cui le parti si sovrappongono

Numero di impianti				Volumi			
QdM media entità <i>post merger</i>	QdM media 2° operatore *	HHI <i>post-merger</i>	Delta HHI	QdM media entità <i>post merger</i>	QdM media 2° operatore*	HHI <i>post-merger</i>	Delt a HHI
35%	26,2%	2927	520	29%	25,9%	2802	396

Fonte: dati delle parti forniti il 19/05/2023 elaborati da AGCM.

(Sono considerati solo sovrapposizioni in cui la quota di mercato di ESSO è strettamente superiore al 2%.)

*Quota di mercato del secondo operatore quando l'entità *post merger* risulta il primo operatore.

45. La tabella seguente indica la distribuzione delle quote di mercato che verrà a detenere l'entità *post-merger*, in termini sia di numero di impianti sia di volumi erogati, nei mercati geografici in cui sussiste una sovrapposizione tra le Parti.

In particolare, sulla base dei dati forniti dalle Parti, emerge che la quota di mercato congiunta (in termini di numero di impianti) risulta superiore al 25%²⁵ in 2.803 isocrone (circa l'82% delle isocrone con sovrapposizioni) e in 2182 isocrone (64%) se si considerano i volumi erogati. Inoltre, una quota combinata - se si considera il numero di impianti - superiore al 40% si riscontra in 935 mercati locali e in 488 se tali quote sono calcolate in termini di volumi. Infine, i mercati con sovrapposizioni in cui la quota è maggiore del 50% sono 191, considerando il posizionamento delle Parti in termini di consistenza di impianti con il proprio marchio e 114 in termini di volumi.

46. Questo scenario non muta in misura sostanziale anche tenendo conto dei valori che l'indice HHI e il delta HHI verrebbero ad assumere a valle dell'operazione (v. seconda riga della tabella), considerando quelle situazioni in cui si registrerebbe anche: *i*) un HHI superiore o pari a 1.000 e inferiore o uguale a 2.000, con un delta di attenzione non inferiore a 250 o *ii*) un HHI superiore a 2.000 con un delta non inferiore a 150²⁶. Il numero di isocrone con una quota di mercato - in termini di numero di impianti - superiore al 25% e con gli indici HHI superiori alle soglie sopra descritte risulterebbe pari a 2.781 e a 2.161 in termini di volumi. Considerando quote superiori al 40% e al 50%, invece, la situazione non cambierebbe in alcun modo rispetto al quadro che si ricava soltanto dall'analisi delle quote di mercato²⁷.

²³ [Ai fini dell'individuazione dei mercati locali, sono stati considerati tutti gli impianti IP indipendentemente dai loro rapporti contrattuali con la Parte. In altri termini, i mercati locali sono stati definiti sulla base di catchment area (CA) centrate su tutti gli impianti che espongono il marchio IP, anche se gestiti o di proprietà di terzi.]

²⁴ [Si specifica che i volumi degli impianti sono quelli effettivi soltanto per quanto riguarda IP, mentre per le stazioni di rifornimento a marchio ESSO e per i concorrenti sono valori stimati da IP.]

²⁵ [D'ora in avanti si considerano sempre delta delle quote di mercato non residuali, vale a dire superiori al 2%.]

²⁶ [In merito al livello di HHI *post merger* e delta HHI da considerare, cfr. 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.]

²⁷ [Si noti che si accorpano a un unico operatore tutti gli operatori di pompe bianche. Tale assunzione, che incide solo sul livello assoluto dell'HHI pre- e post-concentrazione, e non sul livello del delta, permette di avere una misura conservativa dell'HHI *post-concentrazione*.]

Tabella 6: Numero di mercati locali in cui le parti si sovrappongono e distribuzione delle quote di mercato²⁸

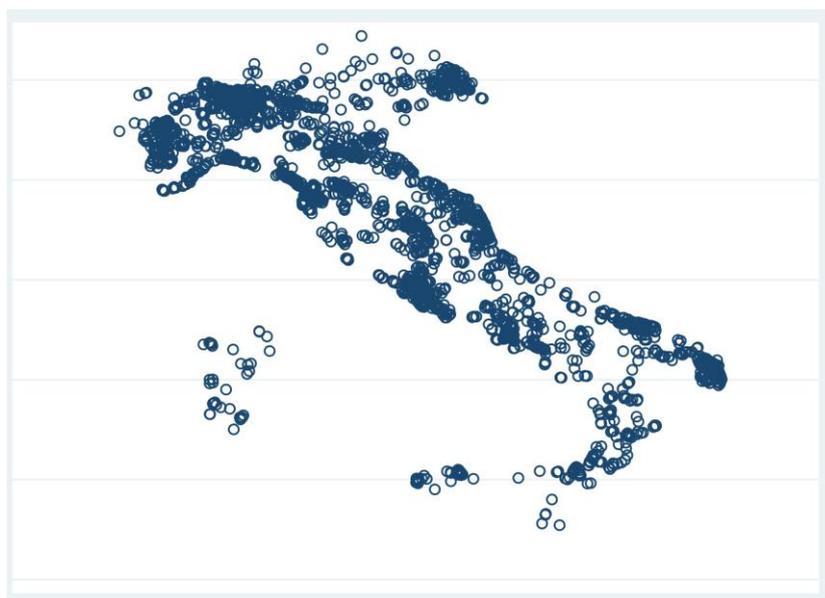
	Numero di impianti			Volumi		
	QdM > 25%	QdM > 40%	QdM > 50%	QdM > 25%	QdM > 40%	QdM > 50%
N. mercati locali	2803	935	191	2182	488	114
N. mercati locali con <i>anche</i> $1000 \leq HHI \leq 2000$ e delta $HHI \geq 250$ O $HHI > 2000$ e delta $HHI \geq 150$	2781	935	191	2161	488	114
N. mercati locali con sovrapposizioni	3407					

Fonte: dati delle parti forniti il 19/05/2023 elaborati da AGCM.

*Sono considerate solo le sovrapposizioni in cui la quota di mercato di ESSO è strettamente superiore al 2%.

47. Le figure 1 e 2 sottostanti illustrano dove sono localizzate le isocrone su rete ordinaria con una quota di mercato combinata superiore al 25% e 40% rispettivamente. Le aree potenzialmente problematiche sono distribuite in tutto il territorio italiano, in maniera relativamente omogenea, ancorché con il maggior numero di aree problematiche situate al Centro e, a seguire, al Nord-ovest e al Sud, come illustrato nella tabella 7.

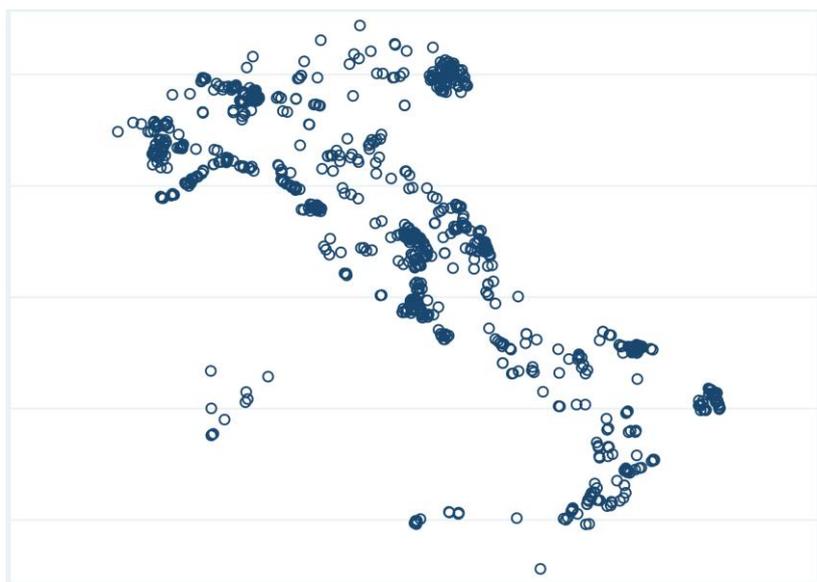
Figura 1. Distribuzione delle isocrone con sovrapposizioni e quote di mercato (in termini di numero di impianti) superiori al 25%.



Fonte: dati delle parti forniti il 19/05/2023 elaborati da AGCM.

²⁸ [Si nota che, rispetto al dataset fornito dalle Parti, l'AGCM ha ommesso dal conteggio delle quote di mercato tutti gli impianti situati su rete autostradale - svincoli compresi-, per un totale di 1.280 osservazioni cancellate dal dataset, includendo invece quelli situati sui raccordi.]

Figura 2. Distribuzione delle isocrone con sovrapposizioni e quote di mercato (in termini di numero di impianti) superiori al 40%.



Fonte: dati delle parti forniti il 19/05/2023 elaborati da AGCM.

Tabella 7. Numero di mercati locali con sovrapposizioni e con quote di mercato superiori al 25% (esclusi i mercati con incremento di ESSO \leq 2%) per macroarea categoria di quota di mercato

Macroaree	Numero di impianti			Volume		
	QdM > 25%	QdM > 40%	QdM > 50%	QdM > 25%	QdM > 40%	QdM > 50%
Nord-est	367	140	28	273	64	17
Nord-ovest	794	224	30	617	93	20
Centro	875	299	69	727	172	42
Sud	650	238	54	484	139	29
Isole	117	34	10	81	20	6

Fonte: dati delle parti forniti il 19/05/2023 elaborati da AGCM.

48. Con riferimento alla distribuzione autostradale, il *dataset* fornito dalle Parti per la costruzione delle isocrone centrate sugli impianti IP situati su rete autostradale consiste in un totale di [omissis] impianti distribuiti sul territorio nazionale, per un totale di [omissis] litri erogati, come mostrato nella tabella seguente.

Tabella 8. Numero totale di impianti ricadenti sulle isometriche centrate sugli impianti IP e totali litri erogati per bandiera di tali impianti (2022) ²⁹

	Numero totale impianti (2022)	% numero impianti sul totale	Volume totale venduto (litri) (2022)	% volume venduto sul totale venduto
IP	[omissis]	[25-30%]	[omissis]	[20-25%]
Esso	[omissis]	[10-15%]	[omissis]	[5-10%]
Entità post-merger	[omissis]	[35-40%]	[omissis]	[30-35%]
Eni	[omissis]	[20-25%]	[omissis]	[25-30%]
Q8	[omissis]	[15-20%]	[omissis]	[20-25%]
Tamoil	[omissis]	[5-10%]	[omissis]	[5-10%]
WP	[omissis]	[10-15%]	[omissis]	[5-10%]
Totale:	[omissis]	100%	[omissis]	100%

Fonte: dati delle parti forniti il 19/05/2023 elaborati da AGCM.

49. Dunque, a seguito dell'Operazione di concentrazione, la nuova entità risulterebbe essere, complessivamente, il primo operatore anche sulla rete autostradale, con una quota di mercato in termini di numero di impianti ([35-40%]) di molto superiore rispetto al secondo operatore Eni ([20-25%]).

50. Come illustrato per la rete ordinaria, anche per la rete autostradale l'Autorità ha svolto un'analisi a livello locale per individuare le aree geografiche in cui si avrebbe un impedimento del corretto funzionamento del mercato a seguito dell'Operazione.

51. La tabella successiva riporta i valori medi degli indicatori strutturali nei mercati locali di sovrapposizione, da cui si evince che la quota congiunta delle Parti si attesta intorno al 45% (39% in termini di erogato), a fronte di una quota del secondo operatore – quando l'entità *post merger* risulta il primo operatore - pari al 26,6% (27,5% con quote di mercato in volumi). Inoltre, il valore medio dell'HHI si colloca intorno a 3660 (3679 con quote espresse in volume) mentre il delta HHI risulta pari in media a 951 (703 con quote espresse in volume).

Tabella 9. Dati medi degli indicatori strutturali dei mercati locali in cui le parti si sovrappongono

Numero di impianti				Volumi			
QdM media entità <i>post merger</i>	QdM media 2° operatore *	HHI post-merger	Delta HHI	QdM media entità <i>post merger</i>	QdM media 2° operatore*	HHI post-merger	Delt a HHI
45%	26,6%	3660	951	39%	27,5%	3679	703

Fonte: dati delle parti forniti il 19/05/2023 elaborati da AGCM.

*Qdm del secondo operatore quando l'entità *post merger* risulta il primo operatore.

52. Come riporta la tabella seguente, il numero di mercati locali - definiti come aree geografiche ricomprese entro un raggio di 60 km dagli impianti IP - in cui le Parti si sovrappongono sono 58, su un totale di 90 (circa 64%). Di questi mercati, le Parti registrano una quota di mercato congiunta superiore al 25% in 55 mercati locali (46 se le quote sono espresse in termini di volumi erogati), una quota maggiore del 40% in 41 mercati (23 se si considera il volume erogato) e superiore al 50% in 15 mercati (14 in termini di volumi erogati).

53. Il numero di aree potenzialmente problematiche non muta se si prendono in considerazione anche i risultati che emergono dall'analisi degli altri indicatori strutturali, *i.e.* l'HHI *post*-concentrazione e il delta HHI.

²⁹ [Si nota che il totale degli impianti non coincide con il totale nazionale, ma solo con il totale degli impianti che ricadono nelle isocrone centrate sugli impianti IP su rete autostradale. Il dataset del MISE indica un totale di 445 impianti sul territorio nazionale, di cui 56 a marchio ESSO. Dunque, il 63% degli impianti a marchio ESSO ricade in una isocrona autostradale di IP.]

Tabella 10. Numero di mercati locali in cui le parti si sovrappongono e distribuzione delle quote di mercato³⁰

	Numero di impianti			Volumi		
	QdM > 25%	QdM > 40%	QdM > 50%	QdM > 25%	QdM > 40%	QdM > 50%
N. mercati locali	55	41	15	46	23	14
N. mercati locali con anche $1000 \leq HHI \leq 2000$ e delta $HHI \geq 250$ O $HHI > 2000$ e delta $HHI \geq 150$	55	41	15	46	23	14
N. mercati locali con sovrapposizioni	58					

Fonte: dati delle parti forniti il 19/05/2023 elaborati da AGCM

54. Similmente a quanto accade per la rete ordinaria, la distribuzione dei centroidi con una quota di mercato combinata *post*-concentrazione superiore al 25% risulta essere maggiormente concentrata al Nord-ovest, con 31 aree con quota di mercato superiore al 25%, 24 con quota di mercato superiore al 40% e 8 con quota di mercato superiore al 50%, guardando alle quote di mercato costruite sulla base del numero di impianti.

Tabella 11. Numero di mercati locali con sovrapposizioni e con quote di mercato superiori al 25% (esclusi i mercati con incremento di $ESSO \leq 2\%$) per macroarea e categoria di quota di mercato

Macroaree	Numero di impianti			Volume		
	QdM > 25%	QdM > 40%	QdM > 50%	QdM > 25%	QdM > 40%	QdM > 50%
Nord-est	8	6	3	6	5	2
Nord-ovest	31	24	8	26	21	7
Centro	11	8	2	11	7	2
Sud	5	3	2	3	2	2
Isole	0	0	0	0	0	0

Fonte: dati delle parti forniti il 19/05/2023 elaborati da AGCM

55. La concentrazione in esame, così come notificata, è idonea a determinare la costituzione di un soggetto che sarà di gran lunga il più grande operatore nazionale nella vendita di carburanti su rete. A livello locale – sulla base dei dati disponibili – l'operazione comporterà un aumento della concentrazione significativo in diverse centinaia di isocrone, diffuse su tutto il territorio nazionale, in cui l'entità risultante dalla concentrazione sarà il primo operatore. L'esatta identificazione delle isocrone potenzialmente problematiche, comunque, potrà essere effettuata nel corso dell'istruttoria, sulla base dei dati puntuali sui volumi erogati a livello di impianto da parte tutti gli operatori attivi nei diversi mercati interessati.

56. I mutamenti della struttura dei mercati derivanti dall'operazione in esame appaiono idonei a determinare potenziali effetti unilaterali significativi, anche nella forma della creazione e/o del rafforzamento di una posizione dominante nella vendita di carburanti su rete stradale e autostradale. La concentrazione, in particolare, appare potenzialmente idonea a determinare il rischio di un aumento dei prezzi dei carburanti erogati sulla rete con marchio IP e/o sulla rete con marchio ESSO, sia attraverso il controllo della definizione del prezzo finale praticato e/o consigliato, sia attraverso il controllo del prezzo di cessione dei carburanti ai distributori convenzionati che fanno parte delle reti distributive dei due operatori.

IV.1.3 Mercato della commercializzazione di bitumi stradali tradizionali

57. L'Operazione determina, infine, sovrapposizioni orizzontali nel mercato della commercializzazione dei bitumi stradali tradizionali³¹. I bitumi tradizionali sono miscele di idrocarburi e composti organici che costituiscono, per

³⁰ [Si nota che, per la rete autostradale, sono stati lasciati ai fini del calcolo delle quote di mercato, tutti gli impianti individuati dalle Parti, quindi anche potenzialmente alcuni impianti situati su rete ordinaria.]

impianti appositamente configurati, uno dei possibili prodotti del processo di raffinazione petrolifera. L'impiego dei bitumi riguarda prevalentemente l'attività di pavimentazione stradale e l'impermeabilizzazione edilizia³².

58. Per quanto riguarda la dimensione geografica del mercato, essa risente della circostanza per cui il bitume dovrebbe preferibilmente mantenere una certa temperatura durante il processo di trasporto. Pertanto, pur non essendoci un limite geografico in senso tecnico alla distanza di spedizione del prodotto, esso è trasportato più facilmente a brevi distanze e nelle stagioni più calde. Anche in questo caso, a ogni modo, la dimensione geografica del mercato dovrebbe essere determinata con un criterio sostanziale che tenga conto, a prescindere dai confini amministrativi, dei bacini di utenza tracciabili attorno a ciascun punto vendita, adottando l'effettiva distanza entro cui il prodotto viene generalmente venduto. Tale distanza, in alcuni precedenti dell'Autorità, è stata ipotizzata pari a circa 300 km, pur riconoscendo la possibilità che, di fatto, le imprese possano essere in grado di servire qualsiasi cliente sul territorio italiano³³. Del resto, a causa dell'eccesso di capacità presente nel mercato italiano, oltre la metà della produzione viene esportata all'estero.

59. Le Parti, in sede di notifica, hanno, comunque, analizzato la propria posizione in un'ottica macroregionale, affermando che l'unica macro-regione in cui l'Operazione determina sovrapposizioni di tipo orizzontale è la macro-area Sud, in cui esse verrebbero a detenere una quota di mercato congiunta inferiore al 30% (e in calo negli ultimi anni), a fronte di una quota superiore al 50% attribuita al gruppo Eni nella medesima area. Le Parti hanno poi affermato che non vi sono altri impianti collocati entro 300 km dall'unico impianto, situato a Napoli, utilizzato da ESSO per la vendita di bitumi all'interno della suddetta macroregione e che sia IP che i terzi concorrenti effettuano le proprie vendite nell'area Sud tramite trasporto via nave o via gomma. Tale circostanza dimostra, ad avviso delle Parti, che *catchment area* di raggio pari a 300 km non permettono di rappresentare adeguatamente la dimensione geografica del mercato in esame.

60. Inoltre, IP ha fornito il valore delle proprie vendite nel territorio della macro-regione Sud, effettuate a partire dalla raffineria di Falconara (situata a circa 430 km dal deposito di ESSO a Napoli). Alla luce di tali informazioni, è possibile stimare che, anche in una *catchment area* costruita con un raggio maggiore di 300 km (e, quindi, capace di includere, quantomeno, la base di partenza delle vendite di bitume di IP nei confronti dei clienti situati nella macro-regione Sud) che dovrebbe, pertanto, includere quantomeno l'impianto di Eni localizzato a Taranto (e, quindi, a una distanza da Napoli appena superiore a 300 km), le Parti arriverebbero, in ogni caso, a detenere una quota congiunta inferiore al 35% (livello che, probabilmente, deve intendersi a sua volta sovrastimato, in quanto non tiene in considerazione l'eventuale presenza di altri operatori all'interno di tale bacino di utenza)³⁴. L'Operazione, pertanto, anche adottando un'ottica di tipo sostanziale, non appare idonea a comportare la costituzione o il rafforzamento di una posizione dominante delle Parti o un ostacolo significativo alla concorrenza nel mercato dei bitumi tradizionali.

RITENUTO, pertanto, che l'operazione in esame appaia suscettibile di ostacolare, ai sensi dell'articolo 6, comma 1, della legge n. 287/1990, in modo significativo la concorrenza effettiva, in particolare a causa della costituzione o del rafforzamento di una posizione dominante nei mercati della vendita all'ingrosso dei prodotti petroliferi extra-rete (distinti per ciascuna tipologia di prodotto), nei mercati della vendita al dettaglio dei prodotti petroliferi extra-rete (distinti per ciascuna tipologia di prodotto), nel mercato della distribuzione di carburanti per autotrazione su rete stradale ordinaria e nel mercato della distribuzione di carburanti per autotrazione su rete autostradale, nonché nelle relative articolazioni locali di ciascuno di tali mercati;

DELIBERA

a) l'avvio dell'istruttoria, ai sensi dell'articolo 16, comma 4, della legge n. 287/1990, nei confronti delle società Italiana Petroli S.p.A. e Esso Italiana S.r.l.;

b) la fissazione del termine di giorni dieci, decorrente dalla data di notificazione del presente provvedimento, per l'esercizio da parte dei legali rappresentanti delle Parti, ovvero da persone da esse delegate, del diritto di essere sentiti, ai sensi dell'articolo 14, comma 1, della legge n. 287/1990, precisando che la richiesta di audizione dovrà pervenire alla Direzione Trasporti, Energia e Ambiente del Dipartimento per la Concorrenza 2 di questa Autorità, almeno tre giorni prima della scadenza del termine sopra indicato;

c) che il responsabile del procedimento è il dottor Giuseppe Quinto;

d) che gli atti del procedimento possono essere presi in visione presso la Direzione Trasporti, Energia e Ambiente del Dipartimento per la Concorrenza 2 di questa Autorità dai rappresentanti legali delle Parti, nonché dai soggetti aventi un interesse giuridicamente rilevante o da persona da essi delegata;

³¹ [ESSO non risulta attiva nei bitumi stradali modificati.]

³² [Cfr. provvedimento n. 22322 del 20 aprile 2011, I732 – Aumento prezzi bitume, in Bollettino n. 16/2011 e C12131, cit..]

³³ [Cfr. I732, cit..]

³⁴ [Tale stima è resa possibile dalla disponibilità del dato delle vendite di bitumi effettuate da Eni da tale impianto.]

e) che il procedimento deve concludersi entro quarantacinque giorni decorrenti dalla data di delibera del presente provvedimento.

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

IL SEGRETARIO GENERALE
Guido Stazi

IL PRESIDENTE
Roberto Rustichelli