

C12393 - ARNOLDO MONDADORI EDITORE/DE AGOSTINI SCUOLA

Provvedimento n. 29823

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 21 settembre 2021;

SENTITO il Relatore, Presidente Roberto Rustichelli;

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 della società Arnoldo Mondadori Editore S.p.A. pervenuta in data 25 agosto 2021;

VISTA la documentazione agli atti;

CONSIDERATO quanto segue:

I. LE PARTI

1. Arnoldo Mondadori Editore S.p.A., (di seguito, "Mondadori") è una società attiva nei settori dell'editoria di libri e di periodici. Per il tramite delle società Mondadori Education S.p.A. e Rizzoli Education S.p.A., Mondadori opera con numerosi marchi nell'editoria di testi scolastici.

Mondadori è quotata al Mercato MTA, segmento STAR organizzato e gestito dalla Borsa Italiana S.p.A., e controllata dalla società Finanziaria d'Investimento Fininvest S.p.A., con una partecipazione al capitale sociale pari al 53,299%. Fininvest è a capo di un gruppo attivo, oltre che nel settore dell'editoria libraria e periodica, anche in quello del cinema, della raccolta pubblicitaria e della televisione commerciale.

Nel 2020 Fininvest S.p.A. ha realizzato, a livello mondiale, un fatturato di 3,46 miliardi di euro, di cui [2-3]* in Italia. Mondadori, nel 2020, ha realizzato, a livello mondiale, un fatturato consolidato pari a 744 milioni di euro, di cui [511-700] in Italia.

2. De Agostini Scuola S.p.A. (di seguito DeA Scuola) è una società attiva, prevalentemente in Italia, nell'editoria scolastica adozionale, parascolastica, accademica e professionale e di dizionari con diversi marchi, tra cui *DeA Scuola*, *De Agostini* e *Utet Università*.

DeA Scuola è controllata al 100% da De Agostini Editore S.p.A. (di seguito De Agostini Editore), società aderente al Gruppo IVA B&D Holding.

Il fatturato realizzato nel 2020 a livello mondiale da DeA Scuola è stato pari a 70,8 milioni di euro, di cui [31-100] milioni in Italia.

II. DESCRIZIONE DELL'OPERAZIONE

3. L'operazione comunicata consiste nell'acquisto, da parte di Mondadori, dell'intero capitale sociale di DeA Scuola¹.

4. Le Parti hanno previsto un patto di non concorrenza in capo a De Agostini Editore per effetto del quale quest'ultima, per un periodo di [omissis] anni dalla data di esecuzione dell'operazione, non potrà esercitare in alcuna parte del territorio italiano - nemmeno per il tramite di interposta persona o di società controllata, direttamente o indirettamente, in proprio o per conto di terzi, a titolo oneroso o gratuito in qualsiasi modalità e forma - un'attività commerciale in concorrenza con l'attività svolta da DeA Scuola, in particolare, nei mercati dell'editoria scolastica, parascolastica e universitaria.

5. Le Parti hanno inoltre previsto un divieto di storno di dipendenti in capo a De Agostini Editore per un periodo di [omissis] anni dalla data di esecuzione dell'operazione. In particolare, nel suddetto periodo De Agostini Editore non potrà, nemmeno per il tramite di interposta persona o di società controllata, direttamente o indirettamente, in proprio o per conto di terzi, a titolo oneroso o gratuito in qualsiasi modalità e forma, incoraggiare, indurre o istigare, nemmeno indirettamente, alcun dipendente o collaboratore di DeA Scuola a dimettersi o altrimenti recedere dal rapporto che li legherà alla stessa DeA Scuola.

6. Sono infine previsti due distinti accordi di licenza in forza dei quali De Agostini Editore concede a DeA Scuola la sub-licenza esclusiva, non trasferibile e non sub-licenziabile rispettivamente dei marchi *De Agostini* e *Utet Università*

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

¹ [L'operazione di compravendita della società De Agostini Scuola S.p.A. potrebbe essere effettuata da altra società controllata da Mondadori e, in particolare, dalla società Mondadori Libri S.p.A..]

(nonché del relativo nome a dominio utetuniversita.it), limitatamente all'attività del licenziatario svolta nel territorio nazionale e nel settore dell'editoria scolastica.

[Omissis].

III. QUALIFICAZIONE DELL'OPERAZIONE

7. L'operazione comunicata, in quanto comporta l'acquisizione del controllo di un'impresa, costituisce una concentrazione, ai sensi dell'articolo 5, comma 1, lettera b), della legge n. 287/90. Essa rientra nell'ambito di applicazione della legge n. 287/90, non ricorrendo le condizioni di cui all'articolo 1, del Regolamento CE n. 139/04, ed è soggetta all'obbligo di comunicazione preventiva disposto dall'articolo 16, 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 511 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 31 milioni di euro.

8. Il patto di non concorrenza, il divieto di storno di dipendenti e gli accordi di licenza sopra descritti possono essere qualificati come accessori alla concentrazione comunicata nella misura in cui contengono restrizioni direttamente connesse alla realizzazione dell'operazione e ad essa necessarie².

IV. VALUTAZIONI

IV.1 Il settore dell'editoria scolastica e parascolastica

9. Al settore dell'editoria scolastica afferiscono tutte le attività relative alla produzione e distribuzione dei testi utilizzati nelle scuole primarie e secondarie di primo e secondo grado (c.d. libri adozionali).

L'editoria parascolastica riguarda invece materiali con contenuti didattici - quali quaderni operativi, libri per i compiti delle vacanze, libri per i test Invalsi e classici e testi di narrativa per edizioni scolastiche - che svolgono essenzialmente una funzione ancillare rispetto ai temi ed ai contenuti trattati dai libri di testo scolastici.

IV.1.1 Il quadro regolamentare

10. Sotto il profilo regolamentare rileva in primo luogo ricordare che, ai sensi del Decreto Legislativo 16 aprile 1994, n. 297, recante "Approvazione del testo unico delle disposizioni legislative vigenti in materia di istruzione, relative alle scuole di ogni ordine e grado", i libri di testo sono adottati dal collegio dei docenti, in base alle richieste dei singoli docenti veicolate attraverso i consigli di classe e di interclasse. Il processo adozionale si svolge tra i mesi di febbraio e maggio di ciascun anno, a valere sull'anno scolastico successivo.

11. Inoltre, ai sensi dell'articolo 15 del Decreto Legge 25 giugno 2008, n. 112 riguardante "Disposizioni urgenti per lo sviluppo economico, la semplificazione, la competitività, la stabilizzazione della finanza pubblica e la perequazione tributaria" convertito, con modificazioni, dalla legge 6 agosto 2008, n. 133, i libri di testo sviluppano i contenuti essenziali delle Indicazioni nazionali dei piani di studio di fonte ministeriale³; il Ministro dell'istruzione, con decreto di natura non regolamentare, determina altresì il prezzo dei libri di testo della scuola primaria e i tetti di spesa dell'intera dotazione libraria per ciascun anno della scuola secondaria di I e II grado, nel rispetto dei diritti patrimoniali dell'autore e dell'editore.

12. Da ultimo rileva considerare che le modalità di pubblicazione dei libri di testo sono disciplinate dal D.M. 781/2013, il quale individua le seguenti modalità per l'adozione di libri di testo e risorse digitali integrative: libro di testo in versione cartacea accompagnato da contenuti digitali integrativi (Modalità mista di tipo A); libro di testo in versione cartacea e digitale accompagnato da contenuti digitali integrativi (Modalità mista di tipo B); libro di testo in versione digitale accompagnato da contenuti digitali integrativi (Modalità mista di tipo C).

IV.1.2 La realizzazione e distribuzione dei libri di testo e del materiale parascolastico

13. Al di là del differente impatto del quadro regolamentare, sopra descritto, che rileva solo per i libri di testo, le filiere della produzione e distribuzione dei testi scolastici e del materiale parascolastico risultano del tutto affini.

14. Il processo di ideazione e pubblicazione di un testo con contenuti a scopo didattico (che generalmente include anche illustrazioni, riproduzioni, fotografie, mappe e tabelle, nonché contenuti con finalità esercitative) presenta una certa complessità e coinvolge gruppi di lavoro composti da diverse e qualificate competenze: didattiche, disciplinari, trasversali, digitali, comunicative, grafiche, ecc. Di regola, è l'editore che, tenuto conto delle indicazioni ministeriali, trasferisce all'autore o agli autori le coordinate progettuali imprescindibili dell'opera, unitamente ai criteri da seguire ai fini della realizzazione o dell'aggiornamento di un libro di testo (contenuti, dimensioni, peso e tipologia degli apparati esercitativi, registro linguistico, etc.).

² [Si veda "Comunicazione della Commissione sulle restrizioni direttamente connesse e necessarie alle concentrazioni (G.U.C.E. 2005/C-56/03 del 5 marzo 2005)", par. 36.]

³ [Le Indicazioni nazionali sono previste dal D.M. 254 del 16 novembre 2012 per le scuole del primo ciclo di istruzione (primaria e secondaria di primo grado), mentre quelle per la scuola secondaria di secondo grado sono disponibili al link <https://www.miur.gov.it/scuola-secondaria-di-secondo-grado>.]

15. In considerazione delle descritte modalità di adozione dei libri di testo, nella filiera dell'editoria scolastica assume particolare rilievo l'attività di promozione, che consiste nell'illustrazione delle principali caratteristiche e dei contenuti dei libri ai docenti, in modo tale che questi ultimi possano valutare se adottarli per l'attività di insegnamento ai propri studenti⁴. Tale attività, in effetti, rileva anche per il materiale parascolastico, che, pur in assenza di un formale meccanismo di adozione, viene comunque selezionato dagli insegnanti, che ne raccomandano l'acquisto.

La promozione viene svolta annualmente nell'arco temporale compreso tra i mesi di febbraio e maggio dai propagandisti presso gli istituti scolastici⁵. I propagandisti sono di regola soggetti indipendenti – inquadrati alternativamente come agenti o come promotori, nonché, con specifico riferimento alla scuola primaria, concessionari – che collaborano con gli editori in forza di accordi contrattuali che attribuiscono loro una specifica area geografica (provinciale o pluriprovinciale) e riconoscono una provvigione normalmente commisurata al volume delle adozioni di libri, ovvero al fatturato generato dalla relativa vendita⁶.

16. Completa la filiera dei libri scolastici e parascolastici la fase della distribuzione, che generalmente ciascun editore svolge per i libri del proprio catalogo (*in house*), nonché, in talune circostanze, anche per i testi di altri editori indipendenti (principalmente editori stranieri che editano libri di testo per lo studio delle lingue) che siano sprovvisti di proprie strutture distributive (in Italia)⁷. In particolare gli editori, una volta raccolte le informazioni relative alle scelte adozionali degli insegnanti, dispongono la stampa dell'opera adottata nelle quantità stimate e provvedono alla gestione logistica dei flussi commerciali⁸ con i rivenditori al dettaglio (librerie, cartolibrerie e piattaforme *online*) e all'ingrosso (grossisti specializzati, i quali acquistano ingenti quantità di libri di testo da più editori per poi rivenderle, a loro volta, prevalentemente alla GDO, ma anche alle librerie, alle cartolibrerie e alle piattaforme *online*⁹).

Per quanto riguarda la definizione dei rapporti economici, l'editore applica ai rivenditori (sia all'ingrosso che al dettaglio) uno sconto rispetto al prezzo di copertina, inteso a remunerare le funzioni dagli stessi svolte, mentre lo sconto eventualmente applicato dai rivenditori (tipicamente le catene della GDO) ai clienti finali rappresenta un onere a carico dei rivenditori stessi.

IV.2 I mercati rilevanti

17. Con riguardo alla definizione dei mercati rilevanti ai fini della valutazione della presente operazione, in primo luogo si osserva che la produzione e vendita di testi adozionali e di materiale parascolastico afferiscono a mercati distinti, benché tra loro interconnessi in ragione della funzione ancillare che il materiale parascolastico ricopre nei confronti dei libri di testo.

18. In merito ai testi adozionali, in alcune precedenti decisioni sia l'Autorità¹⁰ che la Commissione¹¹, in considerazione delle relazioni di sostituibilità che possono svilupparsi dal lato dell'offerta, hanno ritenuto che i libri di testo per le scuole di ogni ordine (*i.e.* scuola primaria, scuola secondaria di primo grado e scuola secondaria di secondo grado) appartenessero ad un unico mercato rilevante.

D'altra parte, la stessa Autorità in altri casi¹² ha distinto il mercato dell'editoria di testi per la scuola secondaria di primo e secondo grado da quello dell'editoria di libri per la scuola primaria in considerazione della diversa regolamentazione relativa, in particolare, alla definizione del prezzo dei libri e della distinzione tra i soggetti sui quali ricade l'onere economico dell'acquisto: le famiglie nella scuola secondaria e le amministrazioni comunali nella scuola primaria.

⁴ [L'attività di promozione dei testi scolastici per la scuola secondaria è oggetto del procedimento I848 - Problematiche concernenti l'attività di promozione nel mercato dell'editoria scolastica, avviato dall'Autorità con decisione del 1° dicembre 2020.]

⁵ [A differenza di quanto accade per i libri di varia, nella scolastica non vi è alcuna attività promozionale svolta dagli editori presso i canali di vendita.]

⁶ [Zanichelli Editore S.p.A. per la promozione si avvale anche di filiali che controlla direttamente (cfr. Provvedimento n. 28474 di avvio del citato procedimento I848).]

⁷ [La distribuzione di libri è stata più volte oggetto di approfondimento da parte dell'Autorità nell'ambito della valutazione di operazioni di concentrazione: cfr. decisione dell'Autorità del 4 dicembre 2014 nel caso C11975 Emmelibri – Effe2005 Gruppo Feltrinelli/Newco e, più di recente, decisione del 10 marzo 2020 nel caso C12274 EmmeEffe Libri/Centro Libri.]

⁸ [Si tratta di attività quali la presa in carico degli ordini e la gestione dei resi, la fatturazione, la spedizione degli ordini, la gestione dei rapporti con i clienti. Tali attività si svolgono tra i mesi di giugno e agosto secondo tempistiche predeterminate in considerazione della necessità di rendere disponibili i testi a ridosso dell'inizio di ciascun anno scolastico.]

⁹ [Marginalmente e isolatamente per la scuola primaria l'attività di distribuzione viene svolta anche da concessionari, i quali dispongono di depositi propri e gestiscono in autonomia e a proprio rischio la fase della vendita e, come anticipato, spesso svolgono anche attività di promozione.]

¹⁰ [Cfr. C5191 Istituto Geografico Libri/Tramontana-Markes Editore del 1998; C6584 Edmond Le Monnier/Texto del 2004; C7712 Pearson/Paravia Bruno Mondadori Editori del 2006; C12023 Arnoldo Mondadori Editore/Rcs Libri n. 25807 del 21 gennaio 2016. In tale ultimo caso, in particolare, l'Autorità, in relazione ai testi adozionali, ha escluso già in fase I che l'operazione potesse determinare la costituzione di una posizione dominante e, per tale ragione, il mercato non è stato oggetto di approfondimento istruttorio nella fase II, che invece ha riguardato altri mercati dell'editoria.]

¹¹ [Cfr. decisione della Commissione del 7 gennaio 2004 nella concentrazione M.2978 Lagardere/Natexis/Vup.]

¹² [Cfr. decisione dell'Autorità del 24 aprile 2008 nel caso I692 Mercato della scolastica e la citata decisione dell'Autorità nel caso I848.]

19. Al riguardo, si osserva che le vendite di libri per la scuola secondaria rappresentano il [80-90]% delle vendite complessive di testi scolastici (vedi infra tabella 1); di conseguenza, il relativo mercato risulta in larga misura sovrapponibile all'intero mercato della scolastica.

20. In ogni caso, l'opportunità di distinguere i mercati in relazione agli ordini scolastici (mantenendo la scuola primaria separata dalla secondaria) è suggerita dalla circostanza per cui l'attività di gran parte degli editori italiani è specializzata o comunque focalizzata su un determinato ordine di scuola e, per conseguenza, i due ambiti merceologici presentano una struttura dell'offerta parzialmente differente (vedi infra tabelle 2 e 3). Infatti, i principali editori di testi per la scuola primaria (Giunti, Raffaello, Eli, Il Capitello) hanno un ruolo del tutto marginale nell'offerta di testi per la scuola secondaria. Per contro, il primo operatore nell'offerta di libri per la scuola secondaria (Zanichelli) è praticamente assente dal mercato della primaria. Analogamente, DeA Scuola, che nella secondaria è il quarto operatore, con una quota del [10-15]%, nella primaria appartiene alla frangia degli operatori minori con una quota del [1-5]%. Solo Pearson e Mondadori sono presenti con quote significative in entrambi gli ambiti merceologici.

21. Pertanto, dal punto di vista merceologico, il mercato rilevante ai fini della valutazione della presente operazione è quello dell'editoria scolastica per la scuola secondaria.

22. Infine, le evidenze disponibili non suggeriscono la necessità di procedere ad un'ulteriore segmentazione con riguardo ai libri digitali, i quali hanno ancora una presenza del tutto marginale. Infatti, a fronte della citata previsione legislativa in merito alle modalità di pubblicazione dei libri di testo, secondo i dati resi disponibili da AIE per l'anno 2020, il 94% dei testi viene adottato in versione cartacea accompagnato da contenuti digitali integrativi.

23. Dal punto di vista geografico, sia il mercato dell'editoria scolastica per la scuola secondaria sia quello dell'editoria parascolastica presentano ampiezza nazionale in considerazione della circostanza per cui l'universo di riferimento è rappresentato dai lettori di lingua italiana, nonché della specificità nazionale della descritta regolamentazione.

IV.3 Struttura e caratteristiche dei mercati

IV.3.1 Il mercato dell'editoria scolastica

24. Nell'ultimo triennio il valore dell'offerta di libri di testo scolastici ha mostrato un'ampiezza pressoché stabile – sia nel complesso, sia con riferimento alla distinta articolazione tra scuola primaria e secondaria – attestandosi, nel 2020, su un valore complessivo di [700-800] milioni di euro (cfr. tabella 1).

Tabella 1: Mercato dell'editoria scolastica – valore (milioni)

| | Scuola primaria | Scuola secondaria | Totale |
|-------------|------------------------|--------------------------|---------------|
| 2018 | [90-100] | [600-700] | [700-800] |
| 2019 | [90-100] | [600-700] | [700-800] |
| 2020 | [90-100] | [600-700] | [700-800] |

Fonte: AIE: Stima di mercato di editoria scolastica, giugno 2021

25. Su tale andamento incide fondamentalmente il *trend* decrescente della popolazione scolastica, che (secondo i dati ISTAT più aggiornati sul punto¹³) nell'anno scolastico 2018/19 ha registrato una flessione di oltre 77.000 unità, che rappresentano poco meno dell'1% dei circa 8,5 milioni di studenti presenti in tutti gli ordini scolastici. Peraltro, la particolare incidenza della contrazione nei cicli scolastici iniziali (- 40.000 studenti nella scuola dell'infanzia) lascia prevedere per il futuro una contrazione ancora più accentuata¹⁴.

In tale contesto, la domanda di libri dipende sostanzialmente dalle decisioni dei docenti di sostituire i testi in adozione.

26. Dal lato dell'offerta, l'editoria scolastica presenta un grado di concentrazione piuttosto elevato, anche per effetto di alcune operazioni di aggregazione che nel tempo si sono succedute¹⁵.

Al netto degli effetti delle menzionate operazioni di crescita esterna, le quote di mercato dei singoli operatori risultano alquanto stabili nel tempo. La tabella 2 di seguito riportata mostra la struttura del mercato dell'editoria scolastica per la scuola secondaria ricostruita a partire dai dati AIE relativi alle adozioni¹⁶. Circa il [70-80]% dell'offerta risulta concentrato in capo ai primi quattro operatori.

¹³ [Cfr. ISTAT, *Annuario Statistico Italiano 2020, Capitolo 7* (<https://www.istat.it/it/files//2020/12/C07.pdf>).]

¹⁴ [In prospettiva, secondo quanto dichiarato dal Ministro dell'Istruzione alle Commissioni riunite Cultura e Istruzione, nei prossimi dieci anni la riduzione sarà pari a 1,4 milioni di studenti, pari a circa il 17% degli iscritti di oggi (www.ansa.it/sito/notizie/topnews/2021/05/04/bianchi-tra-10-anni-14-milioni-di-studenti-in-meno_85d301100c46-4522-98ba-78ad6d09cde3.html).]

¹⁵ [Tra le più rilevanti si ricordano: l'acquisizione nel 2016 di Istituto Italiano Edizioni Atlas da parte di Zanichelli Editore S.p.A.; l'acquisizione sempre nel 2016 dell'attuale Rizzoli Education da parte del Gruppo Mondadori (cfr. C12023, cit.); l'acquisizione nel 2018 di S.E.I. (Società Editrice Internazionale S.p.A.) da parte di La Scuola S.p.A.; l'acquisizione nel dicembre 2020 della casa editrice Cetem-Principato da parte di Eli S.r.l.]

¹⁶ [Databank fornisce quote di mercato in valore elaborate a partire dai dati di fatturato dichiarati dai singoli editori. Tale fonte si riferisce soltanto al mercato complessivo di tutti gli ordini scolastici.]

Tabella 2: mercato dell'editoria per la scuola secondaria – quote 2018 – 2020

| | 2018 | | 2019 | | 2020 | |
|---------------------------|-----------------|--------------------|-----------------|--------------------|-----------------|--------------------|
| Gruppi editoriali | Sezioni | % | Sezioni | % | Sezioni | % |
| Zanichelli-Loescher-Atlas | [omissis] | [25-30]% | [omissis] | [25-30]% | [omissis] | [25-30]% |
| Gruppo Mondadori | [omissis] | [20-25]% | [omissis] | [20-25]% | [omissis] | [20-25]% |
| Pearson | [omissis] | [10-15]% | [omissis] | [10-15]% | [omissis] | [10-15]% |
| DeA Scuola | [omissis] | [10-15]% | [omissis] | [10-15]% | [omissis] | [10-15]% |
| CR4 | [75-80]% | | [75-80]% | | [75-80]% | |
| SEI - La Scuola | [omissis] | [5-10]% | [omissis] | [5-10]% | [omissis] | [5-10]% |
| Hoepli | [omissis] | [1-5]% | [omissis] | [1-5]% | [omissis] | [1-5]% |
| Lattes | [omissis] | [1-5]% | [omissis] | [1-5]% | [omissis] | [1-5]% |
| Eli | [omissis] | [1-5]% | [omissis] | [1-5]% | [omissis] | [1-5]% |
| Il Capitello | [omissis] | [1-5]% | [omissis] | [1-5]% | [omissis] | [1-5]% |
| Principato | [omissis] | [inferiore all'1%] | [omissis] | [inferiore all'1%] | [omissis] | [inferiore all'1%] |
| Giunti Scuola | [omissis] | [1-5]% | [omissis] | [inferiore all'1%] | [omissis] | [inferiore all'1%] |
| Palumbo | [omissis] | [inferiore all'1%] | [omissis] | [inferiore all'1%] | [omissis] | [inferiore all'1%] |
| Raffaello | [omissis] | [inferiore all'1%] | [omissis] | [inferiore all'1%] | [omissis] | [inferiore all'1%] |
| Altri editori | [omissis] | [1-5]% | [omissis] | [1-5]% | [omissis] | [1-5]% |
| TOTALE MERCATO | [omissis] | 100,0% | [omissis] | 100,0% | [omissis] | 100,0% |

Fonte: rielaborazioni su dati AIE relativi alle adozioni in sezioni capociclo

27. Parzialmente differente, come anticipato, risulta la struttura del mercato relativo alla scuola primaria, rappresentata di seguito mediante la tabella 3.

Tabella 3: mercato dell'editoria per la scuola primaria – quote 2018 – 2020

| | 2018 | | 2019 | | 2020 | |
|---------------------------|-----------------|--------------------|-----------------|--------------------|-----------------|--------------------|
| Gruppi editoriali | Sezioni | % | Sezioni | % | Sezioni | % |
| Gruppo Mondadori | [omissis] | [20-25]% | [omissis] | [15-20]% | [omissis] | [20-25]% |
| Giunti Scuola | [omissis] | [10-15]% | [omissis] | [15-20]% | [omissis] | [15-20]% |
| Raffaello | [omissis] | [10-15]% | [omissis] | [10-15]% | [omissis] | [10-15]% |
| Eli | [omissis] | [10-15]% | [omissis] | [10-15]% | [omissis] | [10-15]% |
| CR4 | [50-60]% | | [60-65]% | | [60-65]% | |
| Il Capitello | [omissis] | [10-15]% | [omissis] | [10-15]% | [omissis] | [10-15]% |
| Pearson | [omissis] | [10-15]% | [omissis] | [5-10]% | [omissis] | [5-10]% |
| Cetem | [omissis] | [1-5]% | [omissis] | [1-5]% | [omissis] | [1-5]% |
| DeA Scuola | [omissis] | [5-10]% | [omissis] | [1-5]% | [omissis] | [1-5]% |
| La Scuola – SEI | [omissis] | [1-5]% | [omissis] | [1-5]% | [omissis] | [1-5]% |
| Zanichelli-Loescher-Atlas | [omissis] | [inferiore all'1%] | [omissis] | [inferiore all'1%] | [omissis] | [inferiore all'1%] |
| Altri editori | [omissis] | [5-10]% | [omissis] | [5-10]% | [omissis] | [5-10]% |
| TOTALE MERCATO | [omissis] | 100,0% | [omissis] | 100,0% | [omissis] | 100,0% |

Fonte: rielaborazioni su dati AIE relativi alle adozioni in sezioni capociclo

28. Il mercato dell'editoria scolastica per la scuola secondaria si caratterizza inoltre per un'importante barriera all'entrata rappresentata dalle difficoltà di accesso alle strutture di promozione. In proposito, l'Autorità ha avviato un procedimento al fine di verificare la portata restrittiva delle cosiddette clausole di gradimento presenti nei contratti di promozione, le quali conferiscono all'editore preponente la facoltà di negare al promotore la libertà di assumere incarichi da qualsiasi altro editore¹⁷.

29. L'elevato grado di concentrazione, unitamente alla descritta barriera all'entrata, affievoliscono le dinamiche competitive nell'ambito dell'editoria scolastica per la scuola secondaria. A tale esito concorre, altresì, la natura mediata della domanda, che rende le decisioni di acquisto di nuovi libri poco o per nulla elastiche rispetto al prezzo.

Le variabili competitive che restano nel dominio degli editori sono rappresentate in primo luogo dalla qualità dei testi, in relazione alle esigenze manifestate dagli insegnanti, e dalla capacità di innovare rispetto ai contenuti e alle modalità espositive. Tuttavia, allo stato, in particolare i maggiori editori (tra cui le parti della presente concentrazione) non sembrano profondere sforzi nella differenziazione dei prodotti sotto tali profili, mostrando prioritario interesse alla difesa delle rispettive posizioni attraverso il presidio delle agenzie di promozione, dalle quali dipende appunto l'accesso agli insegnanti.

IV.3.2 Il mercato dell'editoria parascolastica

30. I dati allo stato disponibili non consentono una precisa ricostruzione della struttura del mercato dell'editoria parascolastica. AIE rende infatti disponibile soltanto un dato aggregato relativo alla stima del valore al prezzo di copertina dei prodotti di editoria parascolastica¹⁸. Secondo tali dati, riportati nella tabella 4, complessivamente il valore delle vendite di materiale parascolastico nel 2020 è stato pari a [40-45] milioni di euro: un dato in contrazione rispetto al biennio precedente e, soprattutto, di gran lunga inferiore rispetto al valore del mercato dell'editoria scolastica, la cui stima supera i 700 milioni in ciascuno degli anni del periodo considerato (cfr. tabella 1).

¹⁷ [Cfr. provvedimento del 1° dicembre 2020 di avvio del procedimento I848, cit.]

¹⁸ [La stima viene realizzata sulla base delle risposte fornite da campione di editori, che corrispondono ad una copertura dell'adottato pari al 92%. In assenza di un formale processo di adozione, per il materiale parascolastico non è invece disponibile il dato in volume, disaggregato per operatore, relativo all'adottato. È invece disponibile una stima in valore del mercato e delle posizioni dei singoli operatori effettuata da Databank, che tuttavia assume a riferimento un ambito merceologico più esteso rispetto al solo materiale parascolastico, includendo, tra l'altro, anche i dizionari.]

Tabella 4 – Mercato totale dell’editoria parascolastica (milioni di euro)

| | 2018 | 2019 | 2020 |
|-------------------|---------|---------|---------|
| Scuola primaria | [25-30] | [25-30] | [25-30] |
| Scuola secondaria | [25-30] | [30-35] | [15-20] |
| Totale | [55-60] | [55-60] | [40-45] |

Fonte: AIE Stima di mercato di editoria scolastica, giugno 2021

31. Rapportando ai valori aggregati sopra riportati i fatturati realizzati da Mondadori e DeA Scuola mediante la vendita di materiale parascolastico, si ottengono per le Parti, nel 2020, quote di mercato pari, rispettivamente, al [15-20]% e al [10-15]%. Analoghi dati non sono allo stato disponibili per gli altri operatori del mercato.

32. In ogni caso, alla luce della valenza didattica dei materiali parascolastici e del nesso di complementarità che presentano rispetto ai testi scolastici, appare ragionevole ritenere che le dinamiche competitive nel mercato dell’editoria parascolastica riflettano sostanzialmente quelle del mercato dell’editoria scolastica.

Tra l’altro, ai fini della valutazione della presente operazione, viene in rilievo la circostanza per cui i materiali di parascolastica vengono illustrati ai docenti mediante le medesime strutture di promozione che si occupano dei libri di testo.

IV.4 Gli effetti dell’operazione nei mercati dell’editoria scolastica e parascolastica

33. A seguito dell’operazione, Mondadori diventerebbe il primo operatore del mercato dell’editoria di testi per la scuola secondaria, con una quota pari al [30-35]% (in termini di numero di sezioni di adottato), di quasi [5-10] punti percentuali superiore rispetto a quella di Zanichelli.

Il grado di concentrazione del mercato, già significativo, subirebbe un ulteriore e non trascurabile incremento: l’indice HHI passerebbe infatti da 1703 a 2243 (con un incremento di 540 punti)¹⁹.

34. I descritti effetti della sovrapposizione tra le Parti assumono particolare rilievo alla luce della scarsa dinamicità del mercato in esame, nel quale – come sopra evidenziato – il novero degli operatori è stabile nel tempo, così come le rispettive quote di mercato.

35. Al di là degli effetti strutturali, rileva inoltre considerare che l’operazione consentirebbe a Mondadori di affiancare alle reti di promozione di Mondadori Education e Rizzoli Education - entrambe alquanto estese e tra loro sostanzialmente distinte – la rete di DeA Scuola, che include [omissis] ulteriori agenzie²⁰ e che, [omissis]. Risulterebbe così significativamente ampliato l’insieme delle agenzie di promozione che Mondadori potrebbe sottrarre all’accesso dei concorrenti mediante condotte strategiche radicate nell’esercizio del peso economico che esercita sui promotori, anch’esso accresciuto per effetto della concentrazione.

36. Analoghe considerazioni possono essere estese al mercato dell’editoria parascolastica, in ragione della sua forte interconnessione con quello dell’editoria scolastica, determinata dalla complementarità delle rispettive offerte. I dati allo stato disponibili indicano che Mondadori a valle dell’operazione verrebbe a detenere una quota pari al [25-30]%. In ogni caso, le caratteristiche del mercato, con particolare riguardo all’andamento delle quote delle Parti e dei concorrenti ed alla rilevanza delle barriere all’entrata riconducibili all’organizzazione delle attività di promozione, dovranno essere oggetto di approfondimento nel corso del procedimento.

37. In conclusione, sulla base delle considerazioni sopra esposte, l’operazione in esame appare suscettibile di determinare la costituzione di una posizione dominante in capo a Mondadori nei mercati dell’editoria scolastica per la scuola secondaria e dell’editoria parascolastica.

IV.5 Gli altri mercati interessati

38. L’operazione interessa altresì i mercati dei dizionari e delle enciclopedie e dell’editoria professionale ed accademica riguardo ai quali può fin da ora escludersi che l’operazione in esame sia idonea a produrre effetti pregiudizievoli della concorrenza.

39. Nel mercato dei dizionari e delle enciclopedie, la concentrazione tra DeA Scuola e Mondadori - rispettivamente il secondo e il terzo operatore – attribuirebbe al nuovo operatore una quota di mercato pari al [20-25]% in valore e al [25-30]% in volume, più contenuta rispetto a quella del leader di mercato – Zanichelli - il quale detiene quote, rispettivamente in valore e in volume, pari al [50-55]% e al [25-30]%^²¹.

40. Con riguardo all’editoria professionale, anche nel caso di specie – come già in diversi precedenti dell’Autorità²² – può essere lasciata aperta la valutazione relativa all’opportunità di procedere ad una più dettagliata segmentazione in

¹⁹ [Si tratta di un impatto strutturale che eccede ampiamente la soglia ritenuta dalla Commissione indicativa della inidoneità di un’operazione di concentrazione ad ostacolare una concorrenza effettiva (cfr. Orientamenti relativi alla valutazione delle concentrazioni orizzontali a norma del regolamento del Consiglio relativo al controllo delle concentrazioni tra imprese).]

²⁰ [Omissis].

²¹ [Quote calcolate sulla base dei dati di fonte GFK relativi alle vendite ai consumatori finali, aggiornati al 2019.]

²² [Cfr. C12023, cit. e C6903 - Wolters Kluwer Italia/De Agostini Professionale-Utet Professionale.]

relazione al contenuto dei testi, distinguendo, in ragione della non sostituibilità dal lato della domanda, i testi di editoria giuridica, editoria fiscale, editoria economico-aziendale, editoria elettronica, ecc.

L'operazione infatti non dà luogo ad una apprezzabile modificazione strutturale, in considerazione della quota marginale detenuta da DeA Scuola, pari al [1-5]%. La quota post-merger di Mondadori risulterebbe pari al [10-15]%^23.

RITENUTO, pertanto, che l'operazione in esame sia suscettibile di determinare, ai sensi dell'articolo 6 della legge n. 287/90, la creazione o il rafforzamento di una posizione dominante nel mercato dell'editoria scolastica per la scuola secondaria di primo e di secondo grado e nel mercato dell'editoria parascolastica;

DELIBERA

a) l'avvio dell'istruttoria, ai sensi dell'articolo 16, comma 4, della legge n. 287/90, nei confronti delle società Arnoldo Mondadori Editore S.p.A. e De Agostini Scuola S.p.A.;

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. 287/90, precisando che la richiesta di audizione dovrà pervenire alla Direzione Comunicazioni della Direzione Generale per la Concorrenza di questa Autorità almeno tre giorni prima della scadenza del termine sopra indicato;

c) che il responsabile del procedimento è la dott.ssa Lara Magnani;

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

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
Filippo Arena

IL PRESIDENTE
Roberto Rustichelli

²³ [Quote calcolate sulla base dei dati di fonte GFK relativi alle vendite ai consumatori finali, aggiornati al 2019.]