



AUTORITÀ GARANTE
DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

Bollettino

Settimanale

Anno XVII - n. 28

Pubblicato sul sito *www.agcm.it*
il 31 luglio 2007

SOMMARIO

INTESE E ABUSO DI POSIZIONE DOMINANTE	5
A382 - AUTOSTRADE/CARTA PREPAGATA VIACARD	
<i>Provvedimento n. 17069</i>	5
A378 - FEDERITALIA/FEDERAZIONE ITALIANA SPORT EQUESTRI (FISE)	
<i>Provvedimento n. 17070</i>	8
A390 - ENEL DISTRIBUZIONE/ATTIVAZIONE FORNITURA SUBORDINATA A PAGAMENTI MOROSITÀ PREGRESSE	
<i>Provvedimento n. 17071</i>	15
OPERAZIONI DI CONCENTRAZIONE	22
C8528 - CITY ITALIA/RAMO D'AZIENDA DI URBAN ITALIA	
<i>Provvedimento n. 17073</i>	22
C8535 - MONRADIO/RAMO D'AZIENDA DI ROCK FM	
<i>Provvedimento n. 17074</i>	25
C8536 - MONRADIO/RAMO D'AZIENDA DI PRIVERNO	
<i>Provvedimento n. 17075</i>	28
C8537 - MONRADIO/RAMO D'AZIENDA DI PUBLIAUDIO	
<i>Provvedimento n. 17076</i>	31
C8605 - ROCKWOOD SPECIALTIES GROUP/RAMO D'AZIENDA DI ELEMENTIS HOLDINGS	
<i>Provvedimento n. 17077</i>	34
C8609 - ROHAN/RAMO D'AZIENDA DI SESIA	
<i>Provvedimento n. 17078</i>	37
C8610 - KIIAN/KFG ITALIANA	
<i>Provvedimento n. 17079</i>	40
C8612 - ENERGIE INVESTIMENTI/RAMO D'AZIENDA DI GAZ DE FRANCE	
<i>Provvedimento n. 17080</i>	42
C8614 - BRICOCENTER ITALIA/RAMI D'AZIENDA DI ZETA TRADE	
<i>Provvedimento n. 17081</i>	45
C8615 - AXA INVESTMENT MANAGERS PRIVATE EQUITY EUROPE/ IRUS-DIANA INGREDIENTS	
<i>Provvedimento n. 17082</i>	48
C8618 - COBRAX/MERAS	
<i>Provvedimento n. 17083</i>	52
C8619 - UNICALCESTRUZZI/RAMO D'AZIENDA DI F.C.M.	
<i>Provvedimento n. 17084</i>	55
C8620 - SMA/RAMO D'AZIENDA DI BILLA	
<i>Provvedimento n. 17085</i>	58
C8621 - IL SOLE 24 ORE/DATA UFFICIO	
<i>Provvedimento n. 17086</i>	61
C8622 - SCHNEIDER ELECTRIC/RITTO	
<i>Provvedimento n. 17087</i>	64
C8624 - VEOLIA SERVIZI AMBIENTALI/TERMOMECCANICA	
<i>Provvedimento n. 17088</i>	67
C8625 - EUTELIA/EUNICS	
<i>Provvedimento n. 17089</i>	70

C8633 - UNIPOL BANCA/COOPERLEASING	
<i>Provvedimento n. 17090</i>	73
ATTIVITA' DI SEGNALAZIONE E CONSULTIVA	75
AS410 - CONSORZIO DI RIASSICURAZIONE DI POLIZZE AGRICOLE PRESSO L'ISMEA (ISTITUTO DI SERVIZI PER IL MERCATO AGRICOLO ALIMENTARE)	75
AS411 - LEGGE DELLA REGIONE LOMBARDIA RECANTE DISCIPLINA DELLA RICERCA, COLTIVAZIONE E UTILIZZO DELLE ACQUE MINERALI E TERMALI	
PUBBLICITA' INGANNEVOLE E COMPARATIVA	80
IP14 - TOURIST DIRECTORY DI NOVA CHANNEL	
<i>Provvedimento n. 17072</i>	80
PI5772 - NCC TAXICAR	
<i>Provvedimento n. 17092</i>	88
PI6088 - KALORY EMERGENCY 1000	
<i>Provvedimento n. 17093</i>	95
PI6095 - AQUAFRESH GENTLE WHITE	
<i>Provvedimento n. 17094</i>	97
VARIE	99
<i>PRATICANTATO PRESSO L'AUTORITA'</i>	99

INTESE E ABUSO DI POSIZIONE DOMINANTE

A382 - AUTOSTRADE/CARTA PREPAGATA VIACARD

Provvedimento n. 17069

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 26 luglio 2007;

SENTITO il Relatore Dottor Antonio Pilati;

VISTA la legge 10 ottobre 1990, n. 287 e, in particolare, l'art. 14-*ter* introdotto dalla legge 4 agosto 2006, n. 248, che ha convertito con modifiche il decreto legge 4 luglio 2006, n. 223;

VISTA la propria delibera dell'8 maggio 2007, con la quale è stato avviato un procedimento istruttorio ai sensi dell'articolo 14 della legge n. 287/90 nei confronti della società Autostrade S.p.A. (oggi Atlantia S.p.A., a seguito di modifica della denominazione sociale deliberata in data 4 maggio 2007 e efficace dal 15 maggio 2007), per accertare l'esistenza di una violazione dell'articolo 3, lettera *a*), della legge n. 287/90, consistente, in particolare, nel mancato rimborso del credito residuo contenuto nelle tessere Viacard a scalare a seguito della decorrenza dei termini di scadenza indicati nella carta stessa;

VISTA la comunicazione del 7 giugno 2007, con la quale Autostrade per l'Italia S.p.A. ha presentato alcuni impegni, ai sensi dell'art. 14-*ter* della legge n. 287/90, volti a rimuovere i profili concorrenziali oggetto dell'istruttoria.

VISTA la "Comunicazione sulle procedure di applicazione dell'articolo 14-*ter* della legge n. 287/90", assunta nell'adunanza del 12 ottobre 2006;

VISTA la propria delibera del 14 giugno 2007, con la quale il suddetto procedimento istruttorio è stato esteso nei confronti della società Autostrade per l'Italia S.p.A., in qualità di soggetto titolare di concessione con ANAS relativa alla costruzione e gestione della rete autostradale, nonché in qualità di soggetto gestore del titolo di pagamento autostradale denominato "Viacard a scalare";

VISTA la propria delibera del 14 giugno 2007, con la quale è stata decisa la pubblicazione sul sito dell'Autorità degli impegni proposto da Autostrade per l'Italia S.p.A., al fine di consentire ai terzi interessati di esprimere le loro osservazioni;

VISTI gli atti del procedimento;

CONSIDERATO quanto segue:

I. LE PARTI

1. Autostrade S.p.A., oggi Atlantia S.p.A. (a seguito di modifica della denominazione sociale deliberata in data 4 maggio 2007 e efficace dal 15 maggio 2007), è la holding di partecipazioni dell'omonimo gruppo, attivo nella gestione in concessione di tratte autostradali. La società rappresenta oggi il principale gestore di tratte autostradali in Italia, con una rete di tratte in

concessione di circa 2.850 chilometri. Atlantia, quotata alla Borsa Italiana, è controllata da Schemaventotto S.p.A., a sua volta controllata da Edizione Holding S.p.A., società finanziaria a cui fanno capo le società del gruppo Benetton.

2. Autostrade per l'Italia S.p.A (di seguito anche ASPI) è una società interamente controllata da Atlantia; essa è titolare unica della convenzione di concessione con ANAS che regola i rapporti per la costruzione e gestione della rete autostradale, ed è inoltre il soggetto emittente e gestore dei titoli di pagamento del pedaggio autostradale denominato "Viacard prepagata".

II. OGGETTO DEL PROCEDIMENTO ISTRUTTORIO

3. Il comportamento delle parti individuato nel provvedimento di avvio consiste nel mancato rimborso, da parte del soggetto gestore del servizio di pagamento dei pedaggi, delle tessere Viacard a scalare non utilizzate, o utilizzate solo parzialmente, nel periodo di validità delle stesse. Tale comportamento appariva suscettibile di integrare una fattispecie di abuso di posizione dominante, ai sensi dell'art. 3, lettera a, della legge n. 287/90, nella forma di una richiesta di pagamento a fronte di un servizio non reso.

4. La tessera Viacard a scalare è una carta magnetica prepagata disponibile con tagli da 25, 50 e 75 euro recante una validità limitata. Ad esempio, la tessera Viacard allegata alla segnalazione aveva validità dal 1° gennaio 2002 al 31 dicembre 2005. La carta Viacard a scalare rappresenta l'unico strumento elettronico di pagamento del pedaggio che non necessita di un conto corrente bancario di appoggio. È possibile acquistare una tessera Viacard a scalare presso le stazioni autostradali, i Punti Blu, le sedi dell'Automobil Club Italiano (sia italiane sia straniere), gli autogrill, le banche, i distributori di carburante, le tabaccherie.

5. La società ASPI risulta titolare della concessione esclusiva per la gestione delle tratte autostradali: in virtù di siffatta posizione di monopolista legale, ASPI gestisce il servizio di pagamento dei pedaggi mediante carte di pagamento specificamente destinate a tale utilizzo, denominate Viacard.

III. GLI IMPEGNI PROPOSTI DA ASPI

6. Risultando ASPI il soggetto titolare della concessione con ANAS per la costruzione e gestione della rete autostradale, nonché la società che gestisce il titolo di pagamento autostradale denominato "Viacard a scalare", l'Autorità, con delibera del 14 giugno 2007, ha esteso il procedimento istruttorio inizialmente avviato nei confronti di Autostrade S.p.A. (oggi Atlantia S.p.A.) nei confronti di tale società.

7. In data 31 maggio 2007, è pervenuta, da parte di Autostrade per l'Italia S.p.A. (ASPI), una versione preliminare degli impegni che la società intende assumere, ai sensi dell'art. 14-ter della legge n. 287/90, al fine di rimuovere i profili concorrenziali oggetto dell'istruttoria. In data 7 giugno 2007 è pervenuta, da parte di ASPI, la versione definitiva dei suddetti impegni.

8. Tali impegni consistono nella completa eliminazione della scadenza delle tessere Viacard, sia con riferimento alle tessere di prossima emissione che a quelle già distribuite presso l'utenza. Per tali ultime tessere, la scadenza verrà eliminata mediante modifica del sistema informatico di gestione delle tessere. Al fine di fornire adeguata comunicazione all'utenza delle suddette iniziative, ASPI si impegna a

realizzare una specifica campagna di comunicazione, sia a mezzo stampa che via internet, nonché presso le aree di servizio autostradali, le stazioni di pedaggio e i "Punti Blu".

IV. LA VALUTAZIONE DEGLI IMPEGNI

9. Gli impegni proposti da ASPI, prevedendo l'eliminazione della data di scadenza della tessera, appaiono idonei a rimuovere in radice tutti i profili concorrenziali oggetto di istruttoria: in assenza di scadenza della carta, infatti, si rendono superflui sia la definizione che la relativa pubblicizzazione di procedure di rimborso del credito residuo.

Appare inoltre essenziale alla rimozione di suddetti profili anche la realizzazione di una specifica campagna di comunicazione in merito all'eliminazione della data di scadenza delle carte in quanto, soprattutto con riferimento alle tessere già distribuite presso l'utenza, l'indicazione della data di scadenza riportata sulla carta potrebbe indurre in errore il consumatore, inducendolo a liberarsi della stessa, ritenuta non più utilizzabile.

RITENUTO pertanto che gli impegni presentati da ASPI sono tali da far venire meno, nel senso sopra indicato, i profili anticoncorrenziali oggetto dell'istruttoria;

RITENUTO di disporre l'obbligatorietà degli impegni assunti da ASPI ai sensi dell'articolo 14-ter, comma 1, della legge n. 287/90;

RITENUTO, pertanto, di poter chiudere il procedimento avviato con delibera dell'8 maggio 2007 senza accertare l'infrazione, ai sensi dell'articolo 14-ter, comma 1, della legge n. 287/90;

Tutto ciò premesso e considerato:

DELIBERA

- a) di rendere obbligatori per Autostrade per l'Italia S.p.A. gli impegni presentati ai sensi dell'articolo 14-ter, comma 1, della legge n. 287/90, nei termini sopra descritti;
- b) di chiudere il procedimento senza accertare l'infrazione ai sensi dell'articolo 14-ter, comma 1, della legge n. 287/90;
- c) che Autostrade per l'Italia S.p.A., entro 90 giorni dalla data di notifica del presente provvedimento, informi l'Autorità dell'azione intrapresa per dare esecuzione agli impegni assunti.

Il presente provvedimento verrà notificato ai soggetti interessati e successivamente pubblicato ai sensi di legge.

IL VICE SEGRETARIO GENERALE
Alberto Nahmijas

IL PRESIDENTE
Antonio Catricalà

A378 - FEDERITALIA/FEDERAZIONE ITALIANA SPORT EQUESTRI (FISE)

Provvedimento n. 17070

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 19 luglio 2007;

SENTITO il Relatore Giorgio Guazzaloca;

VISTA la legge 10 ottobre 1990, n. 287;

VISTI gli articoli 81 e 82 del Trattato CE;

VISTO il Regolamento n. 1/2003 del Consiglio del 16 dicembre 2002 concernente l'applicazione delle regole di concorrenza di cui agli articoli 81 e 82 del Trattato CE;

VISTO la segnalazione della FederItalia-Federazione italiana per l'assistenza, sport e tempo libero, pervenuta in data 3 febbraio 2007;

VISTI gli atti del procedimento;

I. LE PARTI

La Federazione Italiana Sport Equestri (di seguito, FISE), fondata a Roma nel 1926, precedentemente denominata Società per il Cavallo Italiano (S.C.I.), è un'associazione senza fini di lucro con personalità giuridica di diritto privato.

Essa è costituita da società e associazioni che praticano in Italia lo sport equestre e ne propagandano l'idea nell'ambito delle regole del dilettantismo, in armonia con l'ordinamento sportivo nazionale ed internazionale, secondo gli indirizzi del Comitato Internazionale Olimpico (di seguito, C.I.O.) e del Comitato Olimpico Nazionale Italiano (di seguito, C.O.N.I.).

La FISE è retta attualmente dalle norme dello Statuto federale approvato il 20 settembre 2004 (di seguito, Statuto FISE).

La FISE è riconosciuta dal C.O.N.I. ai fini sportivi, gode di autonomia tecnica, organizzativa e di gestione sotto la vigilanza dello stesso e, secondo quanto previsto dal suo statuto, si qualifica come la sola competente a disciplinare l'attività equestre in Italia in tutte le sue espressioni formative, agonistiche, ludiche e addestrative, con particolare riguardo alle sottoelencate discipline, che vengono riportate nello Statuto "a livello indicativo e non esaustivo": Salto ostacoli; Concorso Completo; Dressage; Endurance; Cross country; Monta da lavoro - Gimkane; Equitazione di Campagna; Turismo Equestre - Point To Point - Trekking e Orienteering; Equitazione Americana; Polo; Attacchi; Horse Ball; Attività Pony; Volteggio; Riabilitazione Equestre; Attività Equestri di Tradizione e Rassegne e tutte le altre discipline sportive praticate con il cavallo, che in sede internazionale siano riconducibili, per competenza, nell'ambito della FISE (art. 1 Statuto FISE).

La FISE è affiliata alla Federazione Equestre Internazionale (F.E.I.) dalla quale è riconosciuta quale unico rappresentante degli sport equestri in Italia. Per le discipline praticate dalla F.I.S.E. e non riconosciute dalla F.E.I., la FISE ha aderito e può aderire in futuro agli enti internazionali di riferimento. La FISE è altresì affiliata alla F.I.P. - Federazione Internazionale Polo ed alla A.J.O. - Alliance Jumping Organizers.

In base all'art. 2 dello Statuto, i fini istituzionali della FISE sono:

- promuovere, organizzare, diffondere, coordinare e disciplinare lo sport e le attività equestri in Italia favorendo tutte le manifestazioni che tendono alla divulgazione della pratica e della cultura equestre;

- promuovere e organizzare la formazione di cavalieri e tecnici;
- favorire e coordinare lo sviluppo dell'attività agonistica, con particolare riguardo a quella finalizzata all'attività internazionale e alla partecipazione alle Olimpiadi, Campionati del Mondo, e Continentali, nell'ambito delle direttive impartite dal C.O.N.I. e dalla F.E.I.;
- contribuire all'incremento e alla valorizzazione della produzione del cavallo sportivo in Italia;
- seguire ed applicare tutte le iniziative e le manifestazioni allevatorie sia a livello nazionale, regionale e periferico indirizzate alla valorizzazione e selezione del cavallo destinato agli sport equestri e alle attività ludiche e addestrative;
- incoraggiare, potenziare e assistere tutti gli Enti che comunque abbiano attinenza con lo sport equestre e che operino nell'ambito dell'attività federale, favorendone la costituzione e l'ulteriore sviluppo;
- studiare, nella pratica attuazione dell'attività sportiva, tutte le utili innovazioni e modifiche al fine di perfezionare la regolamentazione e lo svolgimento tecnico delle manifestazioni;
- affiancare altri Enti o strutture nello sviluppo dell'allevamento del cavallo sportivo da sella in Italia e in eventuali altri campi degli sport equestri;
- promuovere, sviluppare e organizzare tutte le attività connesse all'uso sociale del cavallo, con particolare riguardo alla riabilitazione equestre, anche di concerto con il Comitato Italiano Paraolimpico.
- concedere, nei limiti consentiti dal suo bilancio, premi e contributi a favore di iniziative e di manifestazioni da essa riconosciute.

La FISE è organizzata in Organi centrali (Assemblea nazionale, Presidente, Consiglio federale, Collegio dei revisori dei conti e Consiglio di presidenza), Organi periferici (Assemblea regionale, Presidente del Comitato regionale, Comitato regionale, Consiglio direttivo del Comitato regionale, Delegato regionale, Comitato provinciale, Delegato provinciale), Organi di giustizia (Commissione federale d'appello, Commissione federale di disciplina, Giudici unici regionali, Procura federale) e Organismi centrali (Consulta nazionale) (art. 17 Statuto FISE).

Sono affiliati alla FISE le società e le associazioni, nonché gli enti militari e similari che intendano praticare l'attività dello sport equestre senza fine di lucro, le cui domande di affiliazione siano state accolte dal consiglio federale previo parere dei comitati regionali di appartenenza (art. 4, comma 1 Statuto FISE).

Gli affiliati, in particolare, non possono tesserare i propri soci ad altro ente o associazione che svolga attività ludica o sportiva nel campo degli sport equestri, fatta eccezione per il Comitato italiano paraolimpico (art. 5, comma 4, Statuto FISE).

I tesserati FISE (cavalieri, dirigenti, ufficiali di gara, dirigenti federali, tecnici, istruttori, proprietari e/o coloro che hanno la disponibilità dei cavalli che partecipano a manifestazioni riconosciute, direttori di campo e costruttori di percorso, veterinari fiduciari associati, soci benemeriti e sostenitori) hanno diritto a partecipare all'attività federale attraverso i rispettivi enti federati (art. 11, comma 1, statuto FISE).

Federitalia - Federazione italiana per l'assistenza, sport e tempo libero (di seguito, Federitalia) è un ente nazionale di promozione sociale con sede a Roma, riconosciuto dal Ministero del Lavoro e delle Politiche Sociali ed operante in vari ambiti, quali attività sportive nonché servizi socio-educativi e formativi.

II. I FATTI SEGNALATI

Con segnalazione pervenuta il 3 febbraio 2007, Federitalia ha evidenziato che la FISE ha posto in essere comportamenti finalizzati ad estromettere dal mercato interessato le associazioni concorrenti che non facciano parte o non abbiano ancora aderito alla federazione stessa, in tal modo estendendo le proprie competenze federali al di fuori delle attività prettamente olimpico-agonistiche ed impedendo pertanto *“ad altre organizzazioni di sviluppare, seppure a livello amatoriale e senza obiettivi olimpici, iniziative promozionali a costi sensibilmente ridotti”*.

Successivamente, Federitalia, in data 26 febbraio 2007, ha trasmesso della documentazione riguardante la FISE, consistente in comunicazioni, lettere e diffide, prevalentemente risalenti all'anno 2006, finalizzate ad impedire ai propri affiliati e/o tesserati la partecipazione a manifestazioni o eventi di carattere equestre organizzati da associazioni concorrenti.

Quanto sopra descritto è stato ulteriormente integrato da Federitalia anche con una successiva nota del 6 marzo 2007, alla quale sono allegati diversi documenti relativi ad analoghe condotte effettuate dalla FISE nel corso dell'anno 2006 a carico dei soggetti sopra indicati, fornendo anche le testimonianze al riguardo di alcuni centri ed associazioni sportive.

Federitalia ha anche allegato una lettera inviata all'editore della rivista *“Tutto cavallo e natura”* in data 22 aprile 2003, a firma del segretario generale della FISE, con la quale si invita *“a non concedere spazio sulla (vostra) rivista”* all'associazione concorrente ENGEA, che *“promuove iniziative di formazione e sportive che sono di competenza esclusiva della FISE”*, rilevando, in proposito, che *“sarebbe oltremodo imbarazzante che la FISE dovesse coinvolgere la (vostra) rivista in una eventuale azione legale atta a tutelare la nostra immagine nei confronti dell'ENGEA”*.

Anche la Federazione Italiana Equitazione Western (di seguito, FIEW), in data 23 aprile 2007, ha confermato quanto sostenuto da Federitalia, segnalando taluni comportamenti posti in essere dalla FISE, con riferimento, in particolare, alla Fiera di Verona, a partire dall'anno 1998, in occasione della quale il Comitato organizzatore avrebbe accettato esclusivamente la partecipazione da parte di associazioni di equitazione western affiliate alla FISE.

La FIEW ha inoltre fornito un elenco di soggetti tesserati della FISE, i quali, con specifiche dichiarazioni riferite all'anno 2000, hanno testimoniato di possibili decisioni disciplinari della FISE nei loro confronti nell'ipotesi in cui avessero partecipato a gare organizzate da associazioni concorrenti.

Sempre la FIEW ha inoltre allegato una comunicazione del 9 giugno 2003 indirizzata dalla FISE-Comitato regionale Lazio ai tesserati (intitolata *“Oggetto: precisazione”*), in cui si evidenzia che i *“tesserati FISE (dirigenti, giudici, commissari, atleti) [...] sono autorizzati a partecipare a gare riconosciute o dalla FISE centrale o dai Comitati regionali”*, specificandosi al riguardo che *“gli eventuali distratti trasgressori sono deferibili alla procura federale”*.

La stessa FIEW, infine, ha allegato alcuni articoli giornalistici pubblicati su riviste specializzate nel settore equitazione western, in cui viene descritta criticamente la politica istituzionale della FISE nell'ambito di tale settore, sulla base di considerazioni analoghe a quelle avanzate nella denuncia di Federitalia.

Anche l'associazione Ente nazionale guide equestri ambientali (di seguito, ENGEA), in data 15 maggio 2007, ha sinteticamente ribadito quanto asserito da Federitalia e FIEW, allegando, tra l'altro, un recente articolo del presidente della FISE, pubblicato sulla rivista specializzata *“Cavallo e natura”*, in cui sostanzialmente si tende a legittimare, in un contesto specificamente destinato agli

operatori del settore, le condotte di tale federazione nei confronti di altre associazioni concorrenti, sulla base del fatto che *“in Italia la FISE è l'unica ad essere autorizzata a coordinare gli sport equestri in tutte le forme e discipline”*, evidenziandosi che l'elenco delle discipline contenuto nel proprio Statuto federale non assume un carattere esaustivo, con la conseguenza che tutte le nuove attività di carattere equestre, anche se non espressamente citate dallo Statuto, debbono comunque ricadere sotto l'egida della FISE.

III. IL MERCATO RILEVANTE

Il mercato rilevante per il presente procedimento appare riferibile all'organizzazione degli eventi e delle manifestazioni equestri, nonché alle altre attività di natura ludica, sociale o riabilitativa connesse all'utilizzo di cavalli (come, ad esempio, la c.d. ippoterapia), la cui organizzazione e svolgimento si traduce nella creazione di un prodotto suscettibile di sfruttamento economico.

Nel mercato in questione, l'organizzazione di eventi e manifestazioni equestri richiede necessariamente la presenza dei cavalieri e degli operatori del settore (tecnici, istruttori, proprietari, etc.), che ne costituiscono l'elemento indispensabile ed in assenza dei quali tali avvenimenti perdono di interesse per il pubblico e per gli eventuali sponsor.

D'altra parte, anche gli stessi cavalieri e operatori del settore dipendono dai soggetti organizzatori, in quanto, ove non siano realizzati eventi e manifestazioni equestri, essi non sono in grado di esercitare la loro attività economica, legata alla partecipazione a tali eventi.

Per ciò che riguarda gli eventi e manifestazioni in questione, gli aspetti economici di maggior rilievo, oltre agli introiti derivanti dalla vendita di biglietti d'ingresso nonché dalla vendita dei diritti sulle riprese televisive, possono derivare da finanziamenti pubblici, soprattutto, dal C.O.N.I. e da finanziamenti privati, costituiti principalmente dalle sponsorizzazioni a fini pubblicitari degli eventi stessi.

La FISE beneficia direttamente dei finanziamenti pubblici, in particolare di quelli di provenienza C.O.N.I., mentre i finanziamenti privati consistono nelle sponsorizzazioni delle relative manifestazioni e si esplicano nell'assunzione, parziale o totale, da parte di uno o più sponsor, dei costi di organizzazione delle stesse, in cambio della disponibilità di spazi pubblicitari.

Sotto il profilo geografico, il mercato rilevante delle manifestazioni ippiche od equestri è nazionale, essendo la FISE destinata ad esercitare poteri di regolamentazione e coordinamento di tali attività su tutto il territorio italiano.

IV. LA NATURA DELLA FISE

La FISE è un'associazione di imprese, svolgendo attività rappresentativa, regolatoria e/o organizzativa di imprese attive nel settore equestre; essa, inoltre, è attiva anche nella gestione diretta di attività economiche.

La nozione di impresa, rilevante per il diritto della concorrenza, ha una portata più ampia rispetto a quella prevista dall'ordinamento civilistico nazionale, poiché ricomprende qualsiasi soggetto che eserciti attività di natura economica, indipendentemente dalla sua forma giuridica e dalle modalità di finanziamento¹. In particolare, secondo la costante giurisprudenza della Corte di Giustizia europea,

¹ Corte Europea di Giustizia, causa 36/74, Walrave/UCI, del 12 dicembre 1974; causa C-41/90, Hoefner e Elser/Macroton, del 23 aprile; causa 41/83 Italia/Commissione - BritishTelecommunications, sentenza del 20 marzo 1985. Sul concetto di “impresa” ai sensi del diritto della concorrenza, si veda anche il documento, terminato nel mese di luglio 1993, intitolato “L'impatto della comunità europea sullo sport”, consistente nel Rapporto finale preparato da Coopers & Lybrand per la DG

persegue una finalità “di natura economica” qualsiasi attività che partecipi agli scambi economici, anche a prescindere dalla ricerca del profitto ed anche in assenza di uno scopo di lucro.

Pertanto, le delibere della FISE, tra le quali le sue previsioni statutarie, sono qualificabili, alla luce del diritto della concorrenza, come delibere di associazioni di imprese, ai sensi dell’art. 81 del Trattato CE.

La FISE, inoltre, in forza del suo ruolo “istituzionale”, che si traduce nell’esercizio di poteri di regolamentazione e coordinamento dell’attività equestre su tutto il territorio nazionale², appare detenere una posizione dominante nell’ambito del mercato rilevante dell’organizzazione delle manifestazioni ippiche ed equestri e, più in generale, su tutte le attività economiche di natura ludica, sociale o riabilitativa connesse all’utilizzo dei cavalli.

V. VALUTAZIONI

In linea generale, il diritto antitrust non interferisce con le regole puramente sportive ovvero necessarie all’organizzazione degli avvenimenti sportivi (regole del gioco in senso stretto, composizione della squadre, calendario delle gare, ecc.).

Tuttavia, le regole sportive relative all’esercizio di una data disciplina possono produrre effetti sull’attività economica dei soggetti coinvolti nella pratica di detta disciplina e, quindi, sono suscettibili di assumere rilevanza sul piano antitrust.

In tal caso devono essere valutate attraverso il c.d. test di proporzionalità, al fine di verificare se l’eventuale restrizione della concorrenza che le stesse cagionano è necessaria al buon funzionamento di una data attività sportiva e se costituiscono il mezzo meno restrittivo della concorrenza per perseguire tale scopo³.

Nel caso in esame, per quanto attiene alla natura di associazione di imprese della FISE, alcune disposizioni del suo Statuto appaiono finalizzate a chiudere il mercato equestre sia a nuovi soggetti entranti sia a quelli in esso già operanti, nella parte in cui impedisce ai propri affiliati e tesserati, pena l’applicazione di sanzioni disciplinari e la successiva esclusione dalla federazione stessa, di aderire “*ad altra associazione od ente nazionale che svolga attività ludica o sportiva nel campo degli sport equestri*”⁴.

Tale previsione regolamentare, infatti, ove funzionalmente coordinata con quanto stabilito dallo stesso Statuto in merito al fatto che la FISE è la sola competente a “*disciplinare l’attività equestre in Italia in tutte le sue espressioni formative, agonistiche, ludiche e addestrative, con particolare riguardo allo sottoelencate discipline, che vengono riportate a livello indicativo e non esaustivo*”, esclude di fatto dal mercato interessato gli operatori concorrenti, incidendo anche sulla posizione soggettiva dei singoli associati⁵.

X della Commissione delle Comunità europee, in Riv. dir. sport., 1/95, pag. 43 e segg., in cui si evidenzia che tale concetto “fa riferimento a organizzazioni commerciali nel senso più ampio del termine”.

² Cfr., in merito, anche il rapporto finale “L’impatto della comunità europea sullo sport” (1995), preparato da Coopers & Lybrand per la DG X della Commissione nel cap. IV, intitolato Politiche della concorrenza, in cui, al punto 4014, si evidenzia che “il fatto che in uno stato membro soltanto una federazione si occupi di sport, conferisce a quella federazione, in determinate circostanze, una posizione dominante sul mercato” della organizzazione di manifestazioni sportive.

³ La Commissione Europea ha effettuato la verifica della proporzionalità di regolamentazioni sportive in relazione a talune regole adottate dalla Federazione automobilistica internazionale (FIA), nonché con riguardo al Regolamento della Federazione internazionale calcistica (FIFA) sui trasferimenti dei giocatori o, ancora, in merito al Regolamento antidoping adottato dal Comitato olimpico internazionale (CIO).

⁴ Cfr. al riguardo, gli artt. 4, comma 3 (“Affiliazione”) e 5, comma 4, (“Doveri degli affiliati”) del vigente Statuto FISE.

⁵ Con riferimento a tale Statuto, approvato in data 20 settembre 2004, si evidenzia che l’Autorità, con la segnalazione AS/317 del 19 ottobre 2005, ne ha esplicitamente contestato la sproporzione rispetto alle finalità che esso si prefigge. La FISE, come visto in precedenza, ritiene legittimo non solo disciplinare l’attività equestre nei contesti olimpico-agonistici, ma anche in relazione ad eventi e manifestazioni di carattere esclusivamente ludico (nello Statuto definite “attività equestri

Questi ultimi, in particolare, in base ad un vincolo di esclusiva che non trova alcuna ragionevole giustificazione in base al c.d. principio di proporzionalità, si trovano di fatto obbligati a dover necessariamente scegliere fra l'adesione alla FISE e quella ad altre associazioni del settore ippico; e ciò non solo con riferimento alle sole discipline di carattere olimpico, ma anche in occasione di tutte le attività ludico-ricreative-riabilitative che richiedano la presenza di cavalli (nello Statuto, si fa riferimento, ad esempio, alle "attività equestri di tradizione e rassegne", al "turismo equestre" ed all'ippoterapia).

Le suindicate norme statutarie, giuridicamente inquadrabili sotto il profilo concorrenziale come delibere di un'associazione di imprese, producono quindi un effetto di *foreclosure* privo di alcuna giustificazione, destinato, attraverso norme statutarie vincolanti per i propri tesserati, a chiudere tutto il mercato equestre sia a nuovi soggetti entranti sia a quelli in esso già operanti, come peraltro appare confermato dalle numerose segnalazioni e testimonianze in esame.

In questo senso, depongono non solo le citate testimonianze di numerosi cavalieri, istruttori e tecnici della FISE sottoposti a diffide ed a procedimenti disciplinari solo per aver partecipato a manifestazioni organizzate da altre associazioni, ma anche le informazioni fornite dalla stessa Federitalia, dalla FIEW e dall'ENGEA.

In tale contesto, l'impossibilità per gli associati FISE di partecipare anche a manifestazioni organizzate da altre associazioni o federazioni attive in ambito equestre rende di fatto difficilmente realizzabili tali eventi da parte degli operatori concorrenti della FISE, non potendo questi ultimi avvalersi della presenza dei migliori e/o dei più noti atleti, con conseguente perdita di attrattiva di tali eventi nei confronti del pubblico e dei potenziali sponsor.

La FISE, inoltre, in quanto soggetto deputato a disciplinare l'attività equestre su tutto il territorio nazionale, attraverso l'esercizio di tali poteri nonché di specifiche condotte escludenti, appare aver abusato della sua posizione dominante ai sensi dell'art. 82 del Trattato CE, non consentendo ai propri affiliati e tesserati di aderire "ad altra associazione od ente nazionale che svolga attività ludica o sportiva nel campo degli sport equestri"⁶.

L'esercizio dei poteri regolatori della FISE, infatti, incidendo indirettamente sulle attività di altri operatori nel settore equestre anche non prettamente olimpico, possono aver comportato un notevole ridimensionamento, se non una definitiva esclusione dal relativo mercato, delle associazioni non affiliate alla FISE, essendo peraltro frequentemente accompagnate da altre condotte abusive - asseverate e sostenute, come visto in precedenza, da prese di posizione ufficiali dello stesso presidente federale su riviste di settore - nei confronti di tutti gli operatori interessati alle attività equestri.

A quest'ultimo proposito, si evidenzia che dalle contestazioni dell'associazione segnalante, complessivamente confermate dagli operatori concorrenti, appare emergere una serie di comportamenti abusivi realizzati dalla FISE allo scopo di estromettere tutte le associazioni e/o gli enti attivi nel settore equestre non affiliati alla FISE.

In questo senso, depongono anche le informazioni fornite dalla FIEW e dall'ENGEA.

di tradizione e rassegne"), ovvero ad attività ricreative o riabilitative quali la "monta da lavoro", la "equitazione di campagna", il "turismo equestre" e la "riabilitazione equestre" (c.d. ippoterapia). A seguito di tale segnalazione, non è stata tuttavia apportata alcuna modifica al suddetto Statuto.

⁶ Cfr. al riguardo, gli artt. 4, comma 3 ("Affiliazione") e 5, comma 4, ("Doveri degli affiliati") del vigente Statuto FISE.

In conclusione, la FISE, anche in forza del potere di mercato conferitole dal suo ruolo "istituzionale", appare aver abusato dei suoi poteri regolatori in ambito federale, impedendo, senza alcuna giustificazione di carattere strettamente sportivo, lo svolgimento di manifestazioni ed attività equestri attraverso condotte di natura escludente, realizzate sia in forma diretta sia in forma indiretta nei confronti di tali soggetti.

RITENUTO pertanto che, in base a quanto sopra evidenziato, le condotte in esame possano costituire:

- i) una fattispecie di intesa, per quanto concerne il contenuto e gli effetti anticoncorrenziali delle richiamate norme statutarie vincolanti per i tesserati FISE, inquadrabili come delibera di un'associazione di imprese finalizzata a precludere l'accesso al mercato equestre o comunque limitare l'attività di nuove associazioni che dei soggetti operanti in questo mercato;
- ii) una fattispecie di abuso di posizione dominante, consistente in una serie di condotte direttamente od indirettamente poste in essere da parte della FISE nei confronti delle associazioni concorrenti e degli altri soggetti attivi nel settore equestre, al fine di limitare od impedire il loro ambito di attività;

RITENUTO, pertanto, che le condotte segnalate possano configurare un'intesa restrittiva della concorrenza e/o un abuso di posizione dominante, ai sensi degli articoli 81 e/o 82 del Trattato CE;

DELIBERA

- a) di avviare un'istruttoria, ai sensi dell'art. 14 della legge n. 287/90, nei confronti della Federazione Italiana Sport Equestri per accertare l'esistenza di violazioni degli artt. 81 e/o 82 del Trattato CE;
- b) la fissazione del termine di giorni trenta, decorrente dalla data di notificazione del presente provvedimento, per l'esercizio da parte dei legali rappresentanti della Parte del diritto di essere sentiti, personalmente o a mezzo di procuratore speciale, precisando che la richiesta di audizione dovrà pervenire alla Direzione Industria e Servizi di questa Autorità almeno sette giorni prima della scadenza del termine sopra indicato;
- c) che il responsabile del procedimento è il Dott. Riccardo Piccoli;
- d) che gli atti del procedimento possono essere presi in visione presso la Direzione Industria e servizi di questa Autorità dai rappresentanti legali della Parte, nonché da persona da essa delegata;
- e) che il procedimento deve concludersi entro il 31 maggio 2008.

Il presente provvedimento verrà notificato ai soggetti interessati e pubblicato ai sensi di legge.

p. IL SEGRETARIO GENERALE

Francesca Romana Ferri

IL PRESIDENTE

Antonio Catricalà

A390 - ENEL DISTRIBUZIONE/ATTIVAZIONE FORNITURA SUBORDINATA A PAGAMENTI MOROSITÀ PREGRESSE

Provvedimento n. 17071

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 19 luglio 2007;

SENTITO il Relatore Dottor Antonio Pilati;

VISTA la legge 10 ottobre 1990, n. 287, e, in particolare l'articolo 14-*bis*;

VISTA la segnalazione pervenuta in data 15 marzo 2007;

VISTI gli atti del procedimento;

I. LE PARTI

1. ENEL S.p.A. (di seguito ENEL) è una società holding a capo di un gruppo attivo nei settori dell'energia elettrica e del gas naturale. Il capitale sociale di ENEL è attualmente detenuto per il 21,2% dal Ministero dell'Economia e Finanze, per il 10,2% dalla Cassa Depositi e Prestiti ed è diffuso sul mercato per la restante parte. Il fatturato consolidato di ENEL, in Italia, è stato nel 2006 di circa 38,5 miliardi di euro.

2. ENEL Distribuzione S.p.A. (di seguito, ENEL Distribuzione) è una società operante nel settore della distribuzione e vendita dell'energia elettrica nel territorio nazionale, realizza e gestisce reti di distribuzione e i relativi dispositivi di interconnessione. ENEL Distribuzione è stata costituita nel 1999 dalla holding ENEL S.p.A. (di seguito, ENEL), mediante conferimento del ramo d'azienda relativo all'attività di distribuzione ai clienti idonei e vincolati e all'attività di vendita dell'energia elettrica ai clienti vincolati sul territorio nazionale. ENEL Distribuzione è interamente controllata da ENEL. Il fatturato realizzato da ENEL Distribuzione, in Italia, nel 2006 è stato pari a circa 17,4 miliardi di euro.

II. I FATTI DENUNCIATI**LA SEGNALAZIONE**

3. In data 15 marzo 2007 è pervenuta una segnalazione da parte di un consumatore nella quale si denuncia il comportamento tenuto da ENEL Distribuzione consistente nella richiesta di subordinare l'attivazione di una nuova fornitura di energia elettrica al pagamento di morosità pregresse di un precedente contraente, in relazione alla medesima utenza domestica. In particolare, il denunciante, locatario di un appartamento, lamentava il preteso versamento di una determinata somma, a titolo di morosità di un precedente inquilino.

4. Con riferimento al comportamento segnalato, segnatamente il rifiuto a realizzare l'attivazione della fornitura di energia elettrica in assenza del previo pagamento delle morosità pregresse del precedente contraente, il denunciante, rileva "[...] l'abuso di posizione e di potere che l'ENEL ha posto in essere con il proprio comportamento, aggravato dal fatto che essendo l'unica erogatrice

di energia elettrica è altresì venuta meno ad un precipuo obbligo cioè di stipulare il contratto con chiunque faccia richiesta del servizio usando parità di trattamento a tutti i contraenti”.

LE INFORMAZIONI ED EVIDENZE RACCOLTE

Le argomentazioni di ENEL e ENEL Distribuzione

5. In data 27 marzo 2007, L’Autorità inviava una richiesta di informazioni a ENEL Distribuzione e a ENEL. Con risposta pervenuta in data 12 aprile 2007, successivamente integrata, ENEL indica che, benché il fornitore di energia elettrica sia obbligato a contrarre con chiunque ne faccia richiesta, qualora la controprestazione consistente nel pagamento non venga resa, avrà il diritto di sospendere la fornitura ovvero di risolvere il contratto per inadempimento. Parimenti, il fornitore non potrà essere obbligato ad instaurare un nuovo rapporto di fornitura quando l’utente che lo richiama risulti già inadempiente nei suoi riguardi. Ne consegue che l’attivazione di una nuova fornitura è subordinata al preventivo pagamento delle morosità pregresse quando il soggetto richiedente è lo stesso che si è reso precedentemente inadempiente.

6. Ciò posto, ENEL da conto dell’esistenza di una prassi aziendale volta all’accertamento di eventuali preesistenti rapporti, anche di fatto, tra il vecchio intestatario del contratto e il richiedente di nuova attivazione. Ciò al fine di distinguere le situazioni in cui l’utente inadempiente sia il medesimo soggetto che richiede la nuova fornitura.

7. In particolare, tali procedure interne prevedono una verifica, attraverso l’accesso ad uno specifico ambiente informatico, dei seguenti aspetti: i) dati anagrafici del cliente che richiede la nuova fornitura; ii) eventuali forniture, anche cessate, del nuovo cliente su tutto il territorio nazionale; iii) esistenza di eventuali fatture lasciate insolute.

8. ENEL indica che, in sede contrattuale, la società può anche chiedere al cliente una dichiarazione sostitutiva di residenza storica, dalla quale possono essere effettuati ulteriori controlli da parte dell’esercente (ad esempio, potrebbe risultare che le fatture della precedente fornitura erano inviate all’indirizzo del nuovo richiedente). Al contrario, precisa ENEL nella sua risposta alla richiesta di informazioni, secondo gli indirizzi operativi interni non sarebbe corretto esigere dal cliente che richiede un nuovo contratto copia di dichiarazioni o documentazioni quali il contratto d’affitto o di acquisto dell’unità immobiliare da allacciare: *“Il cliente, solo di sua iniziativa, può produrre altri documenti (ad esempio contratto di affitto o di acquisto di immobile) per dimostrare la sua estraneità con il precedente cliente”.*

9. In nessun caso, comunque, asserisce ENEL, per le utenze domestiche la riattivazione della fornitura è subordinata al preventivo pagamento delle morosità pregresse afferenti ad un precedente cliente. Qualora ciò si fosse verificato, ciò rappresenterebbe *“un unicum in quanto le procedure aziendali non prevedono in alcun modo la sanatoria di preesistenti situazioni di morosità facenti capo ad un altro soggetto, quale condizione essenziale per procedere all’attivazione di una nuova fornitura”*¹.

10. Con lettera pervenuta in data 28 maggio 2007, ENEL ha trasmesso copia dell’accordo transattivo raggiunto con il denunciante, nonché del messaggio di posta elettronica inviato dal

¹ In relazione alle utenze industriali, ENEL indica che il nuovo cliente risponde dei debiti anteriori al trasferimento, se essi risultano dalle scritture contabili obbligatorie. Ciò legittima la richiesta del fornitore di documenti e autodichiarazioni volti ad escludere la responsabilità del richiedente il servizio per debiti pregressi.

referente dell'area antitrust al responsabile dell'unità territoriale di distribuzione Palermo, nel quale vengono date indicazioni al fine di "evitare il ripetersi di errori simili".

Le informazioni pervenute dall'Autorità per l'energia elettrica e il gas

11. In data 4 aprile 2007, è stata inviata una richiesta di informazioni all' Autorità per l'energia elettrica e il gas (di seguito AEEG). Con risposta pervenuta in data 22 giugno 2007, l'AEEG ha indicato che, stante l'assenza di norme specifiche che disciplinino la fattispecie oggetto di segnalazione², non esiste alcun titolo che legittimi gli esercenti a condizionare l'attivazione, da parte di un nuovo utente, di un contratto di somministrazione di energia o gas al pagamento di morosità pregresse di precedenti utenze. Costituisce una pratica diffusa del settore la richiesta di una dichiarazione di estraneità del nuovo cliente rispetto al precedente titolare del contratto, in particolare nelle situazioni in cui l'utenza morosa risulti ancora allacciata. Inoltre, l'AEEG indica che "Nel caso delle utenze domestiche la presentazione del contratto di locazione o di acquisto di immobile [...] viene considerata sufficiente ai fini dell'attivazione della fornitura senza che ciò comporti il pagamento di debiti pregressi [...]". Con riferimento al grado di diffusione della pratica contestata, l'AEEG afferma di aver ricevuto segnalazioni scritte "non sistematiche" riguardanti esercenti diversi e di aver provveduto richiedendo agli stessi l'immediata attivazione della fornitura. Gli esercenti interessati si sono sempre adeguati alle indicazioni dell' Autorità.

Le ulteriori indagini degli Uffici

12. In data 18 luglio 2007, alle ore 12.00, gli Uffici dell' Autorità hanno contattato il servizio clienti di ENEL Distribuzione 800-900800. Alla specifica domanda "Dovrei subentrare a un'utenza che potrebbe presentare delle morosità. Per avere il nuovo allaccio devo effettuare io il pagamento delle bollette eventualmente insolute?", veniva data la seguente risposta: "Sì. Senza il pagamento il computer non mi consente di avviare la procedura per il nuovo allaccio".

III. VALUTAZIONI

IL MERCATO RILEVANTE

13. I comportamenti in esame riguardano il mercato della distribuzione e della fornitura di energia elettrica ai clienti ex-vincolati. L'attività di distribuzione si sostanzia nel trasporto su reti in media e bassa tensione e consegna dell'energia elettrica agli utilizzatori finali. Il servizio di distribuzione è svolto sulla base di concessioni rilasciate dal Ministro dell'industria, del commercio e dell'artigianato, aventi scadenza il 31 dicembre 2030. L'attività di fornitura, che include l'attività di misurazione dell'energia e fatturazione dei consumi, consiste nella vendita di energia elettrica agli utenti finali.

² Esistono invece provvedimenti dell' Autorità che dettano una disciplina specifica per i casi e le modalità di sospensione della fornitura a clienti morosi (cfr. delibera 18 ottobre 2001, n. 229/01 per il settore del gas e delibera 28 dicembre 1999, n. 200/99 per il settore elettrico). Con particolare riferimento agli "utenti vulnerabili", da segnalare il divieto di distacco, anche per morosità, dei consumatori che necessitano di energia elettrica per far funzionare macchinari medici vitali e di cura. Sono inoltre regolati gli standard di qualità commerciale obbligatori per i fornitori, i tempi massimi di riattivazione a seguito di una sospensione per morosità: nel caso di mancato rispetto di tali tempi (1 giorno feriale nel settore elettrico e 2 in quello del gas) gli esercenti sono tenuti al pagamento di un indennizzo al consumatore. La sospensione della fornitura non è ammessa, in ogni caso, nei giorni di venerdì, sabato, domenica e festivi o prefestivi.

14. Come noto, a decorrere dal 1° luglio 2007³, tutti i clienti finali sono idonei⁴ ed anche clienti finali domestici hanno diritto di recedere dal preesistente contratto di fornitura di energia elettrica come clienti vincolati e di scegliere un fornitore diverso dal proprio distributore. In mancanza di tale scelta, l'erogazione del servizio per i clienti finali domestici continua a essere garantita dall'impresa concessionaria del servizio di distribuzione.

15. Nell'attuale fase di transizione, immediatamente successiva all'entrata in vigore della nuove norme, non appare che le attività di distribuzione e vendita abbiano subito modifiche significative rispetto ai precedenti assetti strutturali. In ragione di ciò, ai fini della presente procedura, non è necessario pervenire a una puntuale e nuova definizione del mercato rilevante, che può in termini generali corrispondere alle attività di distribuzione e vendita di energia elettrica ai clienti finali ex-vincolati. In tale contesto, l'ambito geografico del mercato rilevante, già limitato alle aree territoriali oggetto di concessione in capo alle imprese di distribuzione, può considerarsi come comprensivo dell'insieme di tali aree e quindi esteso al territorio nazionale, data la numerosità delle concessioni in capo ad ENEL Distribuzione, come specificato nel seguito.

LA POSIZIONE DOMINANTE DI ENEL DISTRIBUZIONE

16. Alla data in cui sono avvenuti i comportamenti segnalati, ENEL Distribuzione era titolare della concessione in via esclusiva per la distribuzione di energia elettrica e la vendita di energia elettrica ai clienti ex-vincolati, in numerose aree territoriali nazionali. ENEL Distribuzione, a livello nazionale, fornisce l'energia elettrica a circa 30 milioni di punti di prelievo da reti di distribuzione, su 34,4 milioni di punti di prelievo complessivi⁵, mentre le vendite di ENEL Distribuzione, a livello nazionale, rappresentano il 73% circa delle vendite complessive ai clienti ex-vincolati.

17. ENEL Distribuzione, pertanto, deteneva una posizione dominante nel mercato rilevante che non risulta mutata a seguito della liberalizzazione intervenuta il 1° luglio 2007.

IMPUTABILITÀ A ENEL S.P.A. DEI COMPORTAMENTI DI ENEL DISTRIBUZIONE S.P.A.

18. In merito alla responsabilità di ENEL per le condotte poste in essere da ENEL Distribuzione, si osserva, come la circostanza per cui ENEL detiene il 100% del capitale di ENEL Distribuzione sia considerata dalla giurisprudenza comunitaria come elemento dal quale presumere che la società capogruppo eserciti un'influenza determinante nell'indicazione e nello svolgimento dell'attività della controllata⁶. In via generale è compito della società controllante vigilare affinché le sue controllate tengano comportamenti conformi alla legge⁷.

³ Ai sensi del Decreto-legge 18 giugno 2007, n. 73, "Misure urgenti per l'attuazione di disposizioni comunitarie in materia di liberalizzazione dei mercati dell'energia".

⁴ Il Decreto Legislativo 16 marzo 1999, n. 79, in attuazione della Direttiva 96/92/CE, ha introdotto le due distinte categorie dei clienti idonei e dei clienti vincolati. I clienti idonei sono i soggetti, persone fisiche o giuridiche, aventi la capacità di stipulare contratti di fornitura di elettricità con qualsiasi produttore, distributore o grossista, nazionale o estero. I clienti vincolati erano invece legittimati a stipulare contratti di fornitura esclusivamente con il distributore che esercita, sulla base di una concessione, il servizio nell'area territoriale dove è localizzata l'utenza.

⁵ Cfr. www.autorità.energia.it/dati/eem51.htm.

⁶ Cfr. tra le altre, sentenza della Corte di Giustizia 16 novembre 2000, *Stora Kopparbergs Bergslags AB v. Commissione*, caso C 286/98 P, in Raccolta, 2000, I, 9925 (punto 29) e tra i precedenti dell'Autorità, si veda, da ultimo il caso A333 *ENEL Produzione Trade/Clients Idonei*, del 27 novembre 2003, in particolare punti 259 e ss..

⁷ Cfr. Sentenza del Tribunale di primo grado NV, 14 maggio 1998, T309/94, *Koninklijke KNP BT v. Commissione*, in Raccolta 1998, II, 1007, confermata in appello dalla Corte di Giustizia con sentenza del 16 novembre 2000, C248/98, in

19. In base alla previsione normativa, contenuta nell'articolo 13 del citato Decreto Legislativo n. 79/99, ENEL, peraltro, "assume le funzioni di indirizzo strategico e di coordinamento dell'assetto industriale e delle attività esercitate dalle società da essa controllate". Inoltre, una recente riorganizzazione interna della holding ENEL S.p.A. ha creato una direzione "INFRASTRUTTURE E RETI" con il compito di sovrintendere all'attività di diverse società controllate tra cui ENEL Distribuzione⁸.

20. In conclusione, l'assetto di controllo, i legami societari esistenti tra ENEL ed ENEL Distribuzione, l'organizzazione e l'attività delle società appartenenti al gruppo ENEL rappresentano indici di influenza determinante della capogruppo sull'attività della controllata che, insieme alla circostanza per cui ENEL detiene la totalità del capitale sociale della controllata, consentono di ritenere che anche la holding sia responsabile del comportamento contestato, posto in essere dalla sua controllata ENEL Distribuzione.

L'ABUSO DI POSIZIONE DOMINANTE

21. Dalle informazioni raccolte dagli Uffici sembra risultare che il comportamento oggetto di segnalazione non rivesta carattere episodico, attribuibile ad errori materiali degli operatori del servizio clienti di ENEL Distribuzione, addetti al contatto con i clienti finali, costituendo piuttosto una politica aziendale volta a richiedere sistematicamente il pagamento di morosità pregresse da parte di nuovi utenti che richiedano l'attivazione del servizio. Ciò in quanto, il servizio clienti di ENEL Distribuzione ha espressamente indicato che il sistema informatico di gestione delle richieste di attivazione e subentro nella fornitura di energia elettrica non consente l'attivazione di tali procedure in assenza del pagamento delle pregresse morosità relative alla specifica utenza (punto di prelievo).

22. ENEL Distribuzione, pertanto, subordinerebbe, sistematicamente, l'accesso al servizio pubblico di distribuzione e vendita dell'energia elettrica, dalla stessa gestito in regime di monopolio legale, al pagamento da parte dei clienti richiedenti l'allacciamento, di corrispettivi economici che non trovano alcuna giustificazione nel servizio offerto. Il pagamento da parte dei nuovi utenti del servizio di morosità attribuibili a clienti precedenti non dovrebbe, infatti, per stessa ammissione di ENEL, intervenire quando il soggetto richiedente è diverso dall'utente che si è reso precedentemente inadempiente e non versa in situazioni di morosità nei confronti di ENEL Distribuzione.

23. Si ritiene, pertanto, che tale comportamento possa costituire un abuso di posizione dominante da parte di ENEL Distribuzione, consistente nel subordinare la prestazione di fornitura dell'energia elettrica al pagamento di un corrispettivo privo di qualsivoglia giustificazione economica, non corrispondendo ad alcuna controprestazione da parte dell'impresa; e che comunque è abusiva anche la richiesta al nuovo utente di dare la prova della sua estraneità al pregresso rapporto rimasto inadempito.

24. Da quanto finora detto, emerge che la società ENEL Distribuzione, sfruttando la propria posizione dominante, avrebbe posto in essere una condotta nei confronti dei consumatori finali idonea ad integrare una fattispecie di abuso di posizione dominante ai sensi dell'articolo 3 della

Raccolta 2000, I, 9641, cit.. Cfr. inoltre, sentenza della Corte di Giustizia, *Stora Kopparbergs Bergslags AB v. Commissione*, cit..

legge n. 287/90. In base a tale disposizione, infatti, sono suscettibili di essere qualificati come abuso di posizione dominante quelle condotte che si traducono in un aggravio economico ingiustificato ed arbitrario per gli utenti finali.

LE MISURE CAUTELARI

25. Nel caso di specie ricorrono i presupposti per un intervento cautelare dell'Autorità nelle more del procedimento ai sensi dell'articolo 14-bis della legge n. 287/90 introdotto dalla legge n. 248/06, il quale prevede che: “*Nei casi di urgenza dovuta al rischio di un danno grave e irreparabile per la concorrenza, l'Autorità può, d'ufficio, ove constati ad un sommario esame la sussistenza di un'infrazione, deliberare l'adozione di misure cautelari*”. Nell'esercizio dei poteri cautelari, l'Autorità tiene conto della propria Comunicazione relativa all'applicazione dell'art. 14-bis della legge n. 287/90 adottata con delibera del 26 dicembre 2006.

26. In particolare, quanto alla sussistenza del *fumus boni iuris*, si osserva che le considerazioni svolte nei paragrafi precedenti evidenziano la probabilità della sussistenza delle condotte abusive poste in essere da ENEL.

Sulla sussistenza del *periculum in mora*, si rileva che le condotte poste in essere da ENEL determinano il rischio di un danno grave e irreparabile alla concorrenza, considerato che l'imposizione, tuttora in essere, di aggravii economici ingiustificati e sproporzionati per i consumatori riguardano un servizio di pubblica utilità erogato da ENEL Distribuzione, soggetto titolare di una quota estremamente elevata delle concessioni locali per la distribuzione di energia elettrica - disponendo a livello nazionale di circa l'87% dei punti di prelievo da reti di distribuzione - e realizza circa il 73% delle vendite di energia elettrica nei confronti del complesso dei clienti ex-vincolati. In proposito, il recente avvio della liberalizzazione nella vendita di energia elettrica agli utenti residenziali, anche in considerazione della scarsa consapevolezza da parte del pubblico, non ha ancora prodotto una reale alternativa per i consumatori, che, nella loro condizione di obiettiva debolezza contrattuale, si trovano a dover subire l'applicazione delle suddette condizioni ingiustificatamente gravose.

Pertanto, si ritiene che sussistano i presupposti per l'adozione di una misura cautelare provvisoria volta ad ottenere che Enel Distribuzione, nelle more del procedimento, modifichi le proprie procedure di attivazione e subentro nella fornitura di energia elettrica, non subordinando al previo pagamento di morosità pregresse non attribuibili al nuovo cliente che richiede l'attivazione o il subentro nella fornitura;

RITENUTO, che il rifiuto a realizzare l'attivazione della fornitura di energia elettrica in assenza del previo pagamento delle morosità pregresse del precedente contraente configuri un abuso di posizione dominante ai sensi dell'articolo 3 della legge n. 287/90, concretizzatosi nella richiesta di un corrispettivo non giustificato da un servizio reso;

RITENUTO, pertanto, che sussiste l'urgenza di adottare la misura cautelare provvisoria al fine di evitare che le condotte tenute da ENEL Distribuzione in ordine alle procedure seguite per l'attivazione di nuove forniture di energia elettrica determinino danni gravi e irreparabili durante il tempo necessario per lo svolgimento dell'istruttoria;

⁸ Cfr. l'organigramma di ENEL S.p.A. scaricato dalla pagina web http://www.enel.it/azienda/chi_siamo/organigramma.

DELIBERA

- a) l'avvio dell'istruttoria ai sensi dell'articolo 14, della legge n. 287/90, nei confronti delle società ENEL Distribuzione S.p.A. ed ENEL S.p.A, per accertare l'esistenza di violazioni dell'articolo 3 della legge n. 287/90;
- b) in via cautelare, che ENEL Distribuzione modifichi le proprie procedure di attivazione e subentro nella fornitura di energia elettrica, non subordinando l'attivazione e il subentro nella fornitura di energia elettrica al previo pagamento di morosità pregresse non attribuibili al nuovo cliente che li richiede;
- c) la fissazione del termine di sette giorni, decorrente dalla data di notificazione del presente provvedimento, entro il quale ENEL Distribuzione S.p.A. e di ENEL S.p.A possono presentare memorie scritte e documenti e chiedere di essere sentite dinanzi al Collegio ai fini della conferma della misura cautelare;
- d) la fissazione del termine di giorni trenta, decorrente dalla data di notificazione del presente provvedimento, per l'esercizio da parte dei legali rappresentanti della Parte del diritto di essere sentiti, personalmente o a mezzo di procuratore speciale, precisando che la richiesta di audizione dovrà pervenire alla Direzione Energia di questa Autorità almeno sette giorni prima della scadenza del termine sopra indicato;
- e) che il responsabile del procedimento è la Dott.ssa Francesca Ammassari;
- f) che gli atti del procedimento possono essere presi in visione presso la Direzione Energia di questa Autorità dai rappresentanti legali della Parte, nonché da persona da essa delegata;
- g) che il procedimento deve concludersi entro 31 luglio 2008.

Il presente provvedimento verrà notificato ai soggetti interessati e pubblicato ai sensi di legge.

p. IL SEGRETARIO GENERALE
Giovanni Calabrò

IL PRESIDENTE
Antonio Catricalà

OPERAZIONI DI CONCENTRAZIONE

C8528 - CITY ITALIA/RAMO D'AZIENDA DI URBAN ITALIA

Provvedimento n. 17073

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 12 luglio 2007;

SENTITO il Relatore Professoressa Carla Rabitti;

VISTA la legge 10 ottobre 1990, n. 287;

VISTO l'atto della società City Italia S.p.A., pervenuto in data 21 maggio 2007;

VISTA la richiesta di parere all'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, inviata in data 8 giugno 2007 ai sensi dell'articolo 1, comma 6, lettera c), n. 11, della legge 31 luglio 1997, n. 249;

VISTO il parere dell'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni pervenuto in data 4 luglio 2007 ai sensi dell'articolo 1, comma 6, lettera c), n. 11, della legge 31 luglio 1997, n. 249;

CONSIDERATO quanto segue:

I. LE PARTI

RCS MediaGroup S.p.A. (di seguito RCS) è la società a capo dell'omonimo gruppo, attivo prevalentemente nel settore dell'editoria quotidiana e periodica e libraria, nonché nella raccolta pubblicitaria. RCS è una società italiana quotata in Borsa, il cui capitale è detenuto da numerosi azionisti. Nel 2006, RCS ha realizzato un fatturato complessivo di circa 2,4 miliardi di euro, di cui circa 1,6 miliardi di euro per vendite in Italia.

City Italia S.p.A. (di seguito City Italia) è una società attiva nel mercato nazionale della realizzazione e distribuzione di quotidiani gratuiti e nella vendita di spazi pubblicitari sugli stessi quotidiani. City Italia è interamente controllata da RCS .

Urban Italia S.r.l. (di seguito Urban Italia) è una società attiva nella realizzazione e nella distribuzione del periodico mensile "Urban" distribuito gratuitamente in 8 città presso negozi e punti di ritrovo, con una diffusione mensile di circa 105.000 copie. Il fatturato complessivo di Urban Italia nel 2006, interamente realizzato in Italia, è stato di circa 1,2 milioni di euro.

II. DESCRIZIONE DELL'OPERAZIONE

L'operazione in esame prevede l'acquisizione, da parte della società City Italia, del ramo d'azienda della società Urban Italia relativo alla produzione del periodico mensile "Urban".

III. QUALIFICAZIONE DELLA CONCENTRAZIONE

L'operazione notificata, avendo ad oggetto l'acquisizione del controllo di parte di un'impresa, si qualifica come 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 stessa legge, in quanto il fatturato totale realizzato nell'ultimo esercizio a livello nazionale dall'insieme delle imprese interessate è stato superiore a 440 milioni di euro.

IV. VALUTAZIONE DELLA CONCENTRAZIONE

I mercati rilevanti dell'operazione di concentrazione in oggetto, quello su cui operano sia il gruppo acquirente sia il ramo d'azienda oggetto di acquisizione (il periodico gratuito "Urban"), sono quello dell'editoria periodica con diffusione mensile e quello della vendita di spazi pubblicitari sulla stampa periodica mensile.

Per quanto riguarda l'editoria periodica con diffusione mensile, occorre considerare che i periodici non costituiscono un prodotto omogeneo, ma presentano vari elementi di differenziazione tra i quali, in primo luogo, la frequenza delle pubblicazioni (settimanale, mensile o superiore al mese) ovvero la tipologia del prodotto editoriale (riviste femminili, riviste specializzate, ecc). Tali differenziazioni individuano differenti modalità di fruizione del prodotto editoriale, ciascuna delle quali può configurare un mercato del prodotto distinto¹. Pertanto, ai fini della presente operazione, può essere individuato il mercato delle testate periodiche con frequenza mensile, dove è attiva sia RCS sia il ramo d'azienda oggetto di acquisizione, non essendo necessario, in considerazione del limitato rilievo concorrenziale dell'operazione, distinguere ulteriormente tra stampa gratuita e stampa a pagamento.

La delimitazione geografica del mercato individuato deve essere fatta con riguardo alla diffusione territoriale delle testate. Nella fattispecie, le testate sono diffuse sul territorio italiano e, dunque, il mercato individuato ha dimensioni nazionali.

Il gruppo RCS MediaGroup è presente sul mercato dell'editoria periodica mensile con circa 28,9 milioni di copie diffuse annualmente su un totale di 178 milioni di copie complessive nel 2006, corrispondente ad una quota di mercato pari a circa il 17% della diffusione nazionale. La quota detenuta da Urban su tale mercato è stata pari a circa 0,7%. L'acquisizione in esame appare pertanto suscettibile di produrre un incremento marginale della quota detenuta da RCS sul mercato dell'editoria periodica mensile. Va altresì rilevato che tale mercato è caratterizzato da un assetto piuttosto concorrenziale, dalla presenza di numerosi e qualificati operatori, nonché dall'assenza di significative barriere all'entrata.

Tra i principali operatori del mercato possono essere richiamati il Gruppo Mondadori, il Gruppo Rusconi e il Gruppo Editoriale l'Espresso.

Riguardo al mercato della raccolta pubblicitaria su stampa periodica, si osserva che le testate periodiche gratuite non appaiono, allo stato, costituire un fattore di specificità tale da individuare un mercato del prodotto distinto. Infatti, coerentemente con l'orientamento espresso in passato dall'Autorità, ciò che rileva per l'utente pubblicitario, allo stato, non è la gratuità o l'onerosità del mezzo per il lettore, quanto il tipo di mezzo e, in particolare, la differente frequenza e fruizione, mentre il prezzo di vendita degli spazi pubblicitari appare essenzialmente funzione del numero di copie diffuse. L'estensione geografica del mercato rilevante coincide sostanzialmente con il

¹ Cfr. provv. n. 8856 (C4196) *RCS Editori/Sfera Editore*, in Boll. , 44/00.

territorio nazionale, in considerazione della lingua utilizzata dagli inserzionisti per la diffusione dei messaggi.

RCS Mediagroup è presente nel mercato della raccolta pubblicitaria su stampa periodica con una quota nel 2006 di circa il 17%, mentre la quota detenuta da Urban Italia è inferiore all'1%.

L'acquisizione in esame appare pertanto suscettibile di produrre un incremento marginale della quota detenuta da RCS sul mercato della raccolta pubblicitaria su stampa periodica.

Alla luce della posizione detenuta dalle parti, nonché della struttura concorrenziale dei mercati interessati, la presente operazione non appare idonea a determinare la costituzione o il rafforzamento di una posizione dominante nei mercati della stampa periodica e della vendita di spazi pubblicitari su periodici.

V. IL PARERE DELL'AUTORITÀ PER LE GARANZIE NELLE COMUNICAZIONI

Con atto pervenuto in data 4 luglio 2007, ai sensi dell'articolo 1, comma 6, lettera c), n. 11, della legge 31 luglio 1997, n. 249, l'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, ha espresso parere favorevole allo schema di provvedimento dell'Autorità, in cui si rileva che la concentrazione in esame non è suscettibile di determinare, ai sensi dell'articolo 6, comma 1, della legge n. 287/90, la costituzione di una posizione dominante sui mercati interessati, tale da eliminare o ridurre in modo sostanziale e durevole la concorrenza.

RITENUTO, pertanto, in conformità al parere dell'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, che l'operazione in esame non determina, ai sensi dell'articolo 6, comma 1, della legge n. 287/90, la costituzione o il rafforzamento di una posizione dominante sui mercati interessati, tale da eliminare o ridurre in modo sostanziale e durevole la concorrenza;

DELIBERA

di non avviare l'istruttoria di cui all'articolo 16, comma 4, della legge n. 287/90.

Le conclusioni di cui sopra saranno comunicate, ai sensi dell'articolo 16, comma 4, della legge n. 287/90, alle imprese interessate e al Ministro dello Sviluppo Economico.

Il presente provvedimento verrà pubblicato ai sensi di legge.

p. IL SEGRETARIO GENERALE
Francesca Romana Ferri

IL PRESIDENTE
Antonio Catricalà

C8535 - MONRADIO/RAMO D'AZIENDA DI ROCK FM

Provvedimento n. 17074

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 12 luglio 2007;

SENTITO il Relatore Giorgio Guazzaloca;

VISTA la legge 10 ottobre 1990, n. 287;

VISTO l'atto della società MONRADIO S.r.l., pervenuto in data 22 maggio 2007;

VISTA la richiesta di parere all'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, inviata in data 8 giugno 2007 ai sensi dell'articolo 1, comma 6, lettera c), n. 11, della legge 31 luglio 1997, n. 249;

VISTO il parere dell'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni pervenuto in data 4 luglio 2007 ai sensi dell'articolo 1, comma 6, lettera c), n. 11, della legge 31 luglio 1997, n. 249;

CONSIDERATO quanto segue:

I. LE PARTI

MONRADIO S.r.l. (di seguito Monradio) è la società titolare della concessione per l'esercizio dell'attività radiofonica commerciale a livello nazionale attraverso l'emittente "Radio R101". Monradio è interamente controllata dalla società Arnoldo Mondadori Editore S.p.A. (di seguito AME), attiva nei diversi mercati dell'editoria e dell'informazione. Il capitale sociale di AME è detenuto per il 50,14% dalla società Fininvest Finanziaria d'Investimento S.p.A..

Il fatturato consolidato realizzato da AME nel 2006, quasi interamente in Italia, è stato di circa 1,75 miliardi di euro mentre, nello stesso anno, Monradio ha registrato un fatturato di circa 9,3 milioni di euro, esclusivamente in Italia.

ROCK FM S.r.l. (di seguito Rock FM) è titolare della concessione per l'esercizio della radiodiffusione sonora a carattere commerciale in ambito locale. Rock FM è controllata dalla società di diritto lussemburghese International Radio Networks Holding S.A., il cui capitale sociale è interamente detenuto da Attica Publications S.A., società di diritto greco. Il fatturato realizzato da Rock FM nel 2006, interamente in Italia, è stato di circa 182.000 euro.

II. DESCRIZIONE DELL'OPERAZIONE

L'operazione in esame prevede l'acquisizione, da parte della società Monradio, di un ramo d'azienda della società Rock FM, costituito dai seguenti impianti e frequenze:

- un impianto di radiodiffusione sito in località Crocetta, Via San Lorenzo, comune di Savona operante sulla frequenza dei 105,800 MHz;
- un impianto di radiodiffusione sito in località Monte Fasce – Apparizione, comune di Genova operante sui 105,800 MHz.

Tale acquisizione è finalizzata all'implementazione e all'ottimizzazione della rete di diffusione del segnale radiofonico di "Radio R101" sul territorio nazionale.

III. QUALIFICAZIONE DELLA CONCENTRAZIONE

L'operazione notificata, avendo ad oggetto l'acquisizione del controllo di parte di impresa, si qualifica come 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 stessa legge, in quanto il fatturato totale realizzato nell'ultimo esercizio a livello nazionale dall'insieme delle imprese interessate è superiore a 440 milioni di euro.

IV. VALUTAZIONE DELLA CONCENTRAZIONE

I mercati su cui avrà effetto la presente concentrazione sono:

1. il mercato della raccolta pubblicitaria su mezzo radiofonico;
2. il mercato delle infrastrutture per la trasmissione via etere del segnale radiofonico.

L'estensione geografica dei mercati rilevanti è nazionale, in considerazione dei diversi regimi normativi nazionali che disciplinano le attività in questione, della copertura delle infrastrutture di rete impiegate, nonché, con particolare riferimento al mercato della raccolta pubblicitaria, dell'insieme degli ascoltatori che possono essere raggiunti in considerazione della natura di network nazionale della società acquirente.

L'operazione in esame non appare idonea a produrre effetti anticoncorrenziali sui mercati rilevanti. Ciò in considerazione di alcuni elementi connessi alla posizione detenuta dalle parti, nonché alla struttura dei mercati interessati dalla concentrazione.

In primo luogo, si rileva che Monradio è presente nel mercato della raccolta pubblicitaria sul mezzo radiofonico solo a partire dal 2005 con una quota pari a circa [1-5%]¹. Gli impianti oggetto dell'operazione saranno destinati a migliorare la diffusione del segnale radiofonico di Monradio. Rock FM è attiva nel mercato della raccolta pubblicitaria su mezzo radiofonico esclusivamente a livello locale e detiene una quota di mercato marginale.

Va altresì rilevato che tale mercato è caratterizzato da un assetto piuttosto concorrenziale, in considerazione della presenza di numerosi e qualificati soggetti che operano con posizioni di rilievo nei diversi mercati che compongono la filiera del settore pubblicitario, nonché di un tasso di crescita sostenuto.

In tale mercato sono presenti operatori quali RAI-Sipra S.p.A. che detiene una quota del 25% circa, A. Manzoni & C. S.p.A. con una quota pari a circa il 19%, RTL 102,5 che detiene una quota pari al 15% circa, Nove-Nove Pubblicità con una quota del 12% circa e RCS con una quota del 7% circa.

Si segnala che, contestualmente alla presente operazione, Monradio procederà all'acquisizione di altri impianti di radiodiffusione sonora e delle relative frequenze, rispettivamente appartenenti alle società Priverno S.r.l. e Publiaudio S.r.l.. All'esito delle tre operazioni, per quanto riguarda il mercato delle infrastrutture per la trasmissione via etere del segnale radiofonico, la percentuale di copertura della popolazione nazionale raggiunta da Monradio sarà pari a circa l'89,45%, mentre il numero degli impianti e delle relative frequenze di proprietà della società risulterà pari a 358;

¹ Nella presente versione alcuni dati sono omessi, in quanto si sono ritenuti sussistenti elementi di riservatezza o di segretezza delle informazioni.

l'operazione in esame, pertanto, non determinando effetti apprezzabili sul grado di copertura raggiunto, non è suscettibile di modificare gli assetti concorrenziali del mercato suddetto.

Alla luce della posizione detenuta dalle parti, nonché della struttura concorrenziale dei mercati interessati, la presente operazione non appare idonea a determinare la costituzione o il rafforzamento di una posizione dominante nei mercati della raccolta pubblicitaria su mezzo radiofonico e delle infrastrutture per la trasmissione via etere del segnale radiofonico.

V. IL PARERE DELL'AUTORITÀ PER LE GARANZIE NELLE COMUNICAZIONI

Con atto pervenuto in data 4 luglio 2007, ai sensi dell'articolo 1, comma 6, lettera c), n. 11, della legge 31 luglio 1997, n. 249, l'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, ha espresso parere favorevole allo schema di provvedimento dell'Autorità, in cui si rileva che la concentrazione in esame non è suscettibile di determinare, ai sensi dell'articolo 6, comma 1, della legge n. 287/90, la costituzione di una posizione dominante sui mercati interessati, tale da eliminare o ridurre in modo sostanziale e durevole la concorrenza.

RITENUTO, pertanto, in conformità al parere dell'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, che l'operazione in esame non determina, ai sensi dell'articolo 6, comma 1, della legge n. 287/90, la costituzione o il rafforzamento di una posizione dominante sui mercati interessati, tale da eliminare o ridurre in modo sostanziale e durevole la concorrenza;

DELIBERA

di non avviare l'istruttoria di cui all'articolo 16, comma 4, della legge n. 287/90.

Le conclusioni di cui sopra saranno comunicate, ai sensi dell'articolo 16, comma 4, della legge n. 287/90, alle imprese interessate e al Ministro dello Sviluppo Economico.

Il presente provvedimento verrà pubblicato ai sensi di legge.

p. IL SEGRETARIO GENERALE
Francesca Romana Ferri

IL PRESIDENTE
Antonio Catricalà

C8536 - MONRADIO/RAMO D'AZIENDA DI PRIVERNO

Provvedimento n. 17075

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 12 luglio 2007;

SENTITO il Relatore Giorgio Guazzaloca;

VISTA la legge 10 ottobre 1990, n. 287;

VISTO l'atto della società MONRADIO S.r.l., pervenuto in data 22 maggio 2007;

VISTA la richiesta di parere all'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, inviata in data 8 giugno 2007 ai sensi dell'articolo 1, comma 6, lettera c), n. 11, della legge 31 luglio 1997, n. 249;

VISTO il parere dell'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni pervenuto in data 4 luglio 2007 ai sensi dell'articolo 1, comma 6, lettera c), n. 11, della legge 31 luglio 1997, n. 249;

CONSIDERATO quanto segue:

I. LE PARTI

MONRADIO S.r.l. (di seguito Monradio) è la società titolare della concessione per l'esercizio dell'attività radiofonica commerciale a livello nazionale attraverso l'emittente "Radio R101". Monradio è interamente controllata dalla società Arnoldo Mondadori Editore S.p.A. (di seguito AME), attiva nei diversi mercati dell'editoria e dell'informazione. Il capitale sociale di AME è detenuto per il 50,14% dalla società Fininvest Finanziaria d'Investimento S.p.A..

Il fatturato consolidato realizzato da AME nel 2006, quasi interamente in Italia, è stato di circa 1,75 miliardi di euro mentre, nello stesso anno, Monradio ha registrato un fatturato di circa 9,3 milioni di euro, esclusivamente in Italia.

PRIVERNO S.r.l. (di seguito Priverno) è titolare della concessione per l'esercizio della radiodiffusione sonora a carattere commerciale in ambito locale per l'emittente "Radio Cuore Due". Il capitale sociale di Priverno è interamente detenuto da persone fisiche. Il fatturato realizzato da Priverno nel 2005, interamente in Italia, è stato di circa 25.800 euro.

II. DESCRIZIONE DELL'OPERAZIONE

L'operazione in esame prevede l'acquisizione, da parte della società Monradio, di un ramo d'azienda della società Priverno, costituito dai seguenti impianti e frequenze:

- un impianto di radiodiffusione sito in località Vesuvio, comune di Ercolano (NA) operante sui 107,200 MHz;
- un impianto di radiodiffusione sito in località Monte Cimarani, comune di Avezzano (AQ) operante sui 106,600 MHz;
- un impianto di radiodiffusione sito in località San Cosimo, comune di Pratola Peligna (AQ) operante sui 87,700 MHz;
- un impianto di radiodiffusione sito in località Monte Ortobene (NU) operante sui 100,700 MHz.

Contestualmente, la società Monradio cede in permuta alla società Priverno un ramo d'azienda costituito da un impianto di radiodiffusione sito in località Crocetta, Via San Lorenzo, comune di Savona e dalla relativa frequenza, operante sui 105,800 MHz.

Tale operazione è finalizzata all'implementazione e all'ottimizzazione della rete di diffusione del segnale radiofonico di "Radio R101" sul territorio nazionale.

III. QUALIFICAZIONE DELLA CONCENTRAZIONE

L'operazione notificata, avendo ad oggetto l'acquisizione del controllo di parte di impresa, si qualifica come 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 stessa legge, in quanto il fatturato totale realizzato nell'ultimo esercizio a livello nazionale dall'insieme delle imprese interessate è superiore a 440 milioni di euro.

IV. VALUTAZIONE DELLA CONCENTRAZIONE

I mercati su cui avrà effetto la presente concentrazione sono:

1. il mercato della raccolta pubblicitaria su mezzo radiofonico;
2. il mercato delle infrastrutture per la trasmissione via etere del segnale radiofonico.

L'estensione geografica dei mercati rilevanti è nazionale, in considerazione dei diversi regimi normativi nazionali che disciplinano le attività in questione, della copertura delle infrastrutture di rete impiegate, nonché, con particolare riferimento al mercato della raccolta pubblicitaria, dell'insieme degli ascoltatori che possono essere raggiunti in considerazione della natura di network nazionale della società acquirente.

L'operazione in esame non appare idonea a produrre effetti anticoncorrenziali sui mercati rilevanti. Ciò in considerazione di alcuni elementi connessi alla posizione detenuta dalle parti, alla struttura dei mercati interessati dalla concentrazione, nonché alla natura dell'operazione.

In primo luogo, si rileva che Monradio è presente nel mercato della raccolta pubblicitaria sul mezzo radiofonico solo a partire dal 2005 con una quota pari a circa [1-5%]¹. Gli impianti oggetto dell'operazione saranno destinati a migliorare la diffusione del segnale radiofonico di Monradio. Priverno è attiva nel mercato della raccolta pubblicitaria su mezzo radiofonico esclusivamente a livello locale e detiene una quota di mercato marginale.

Va altresì rilevato che tale mercato è caratterizzato da un assetto piuttosto concorrenziale, in considerazione della presenza di numerosi e qualificati soggetti che operano con posizioni di rilievo nei diversi mercati che compongono la filiera del settore pubblicitario, nonché di un tasso di crescita sostenuto.

In tale mercato sono presenti operatori quali RAI-Sipra S.p.A. che detiene una quota del 25% circa, A. Manzoni & C. S.p.A. con una quota pari a circa il 19%, RTL 102,5 che detiene una quota pari al 15% circa, Nove-Nove Pubblicità con una quota del 12% circa e RCS con una quota del 7% circa.

¹ Nella presente versione alcuni dati sono omessi, in quanto si sono ritenuti sussistenti elementi di riservatezza o di segretezza delle informazioni.

Si segnala che, contestualmente alla presente operazione, Monradio procederà all'acquisizione di altri impianti di radiodiffusione sonora e delle relative frequenze, rispettivamente appartenenti alle società Rock FM S.r.l. e Publiaudio S.r.l.. All'esito delle operazioni, per quanto riguarda il mercato delle infrastrutture per la trasmissione via etere del segnale radiofonico, la percentuale di copertura della popolazione nazionale raggiunta da Monradio sarà pari a circa l'89,45%, mentre il numero degli impianti e delle relative frequenze di proprietà della società risulterà pari a 358; l'operazione in esame, pertanto, non determinando effetti apprezzabili sul grado di copertura raggiunto, non è suscettibile di modificare gli assetti concorrenziali del mercato suddetto.

Alla luce della posizione detenuta dalle parti, della struttura concorrenziale dei mercati interessati, nonché della contestuale cessione di un impianto da parte di Monradio, la presente operazione non appare idonea a determinare la costituzione o il rafforzamento di una posizione dominante nei mercati della raccolta pubblicitaria su mezzo radiofonico e delle infrastrutture per la trasmissione via etere del segnale radiofonico.

V. IL PARERE DELL'AUTORITÀ PER LE GARANZIE NELLE COMUNICAZIONI

Con atto pervenuto in data 4 luglio 2007, ai sensi dell'articolo 1, comma 6, lettera c), n. 11, della legge 31 luglio 1997, n. 249, l'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, ha espresso parere favorevole allo schema di provvedimento dell'Autorità, in cui si rileva che la concentrazione in esame non è suscettibile di determinare, ai sensi dell'articolo 6, comma 1, della legge n. 287/90, la costituzione di una posizione dominante sui mercati interessati, tale da eliminare o ridurre in modo sostanziale e durevole la concorrenza.

RITENUTO, pertanto, in conformità al parere dell'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, che l'operazione in esame non determina, ai sensi dell'articolo 6, comma 1, della legge n. 287/90, la costituzione o il rafforzamento di una posizione dominante sui mercati interessati, tale da eliminare o ridurre in modo sostanziale e durevole la concorrenza;

DELIBERA

di non avviare l'istruttoria di cui all'articolo 16, comma 4, della legge n. 287/90.

Le conclusioni di cui sopra saranno comunicate, ai sensi dell'articolo 16, comma 4, della legge n. 287/90, alle imprese interessate e al Ministro dello Sviluppo Economico.

Il presente provvedimento verrà pubblicato ai sensi di legge.

p. IL SEGRETARIO GENERALE
Francesca Romana Ferri

IL PRESIDENTE
Antonio Catricalà

C8537 - MONRADIO/RAMO D'AZIENDA DI PUBLIAUDIO*Provvedimento n. 17076*

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 12 luglio 2007;

SENTITO il Relatore Giorgio Guazzaloca;

VISTA la legge 10 ottobre 1990, n. 287;

VISTO l'atto della società MONRADIO S.r.l., pervenuto in data 22 maggio 2007;

VISTA la richiesta di parere all'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, inviata in data 8 giugno 2007 ai sensi dell'articolo 1, comma 6, lettera c), n. 11, della legge 31 luglio 1997, n. 249;

VISTO il parere dell'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni pervenuto in data 4 luglio 2007 ai sensi dell'articolo 1, comma 6, lettera c), n. 11, della legge 31 luglio 1997, n. 249;

CONSIDERATO quanto segue:

I. LE PARTI

MONRADIO S.r.l. (di seguito Monradio) è la società titolare della concessione per l'esercizio dell'attività radiofonica commerciale a livello nazionale attraverso l'emittente "Radio R101". Monradio è interamente controllata dalla società Arnoldo Mondadori Editore S.p.A. (di seguito AME), attiva nei diversi mercati dell'editoria e dell'informazione. Il capitale sociale di AME è detenuto per il 50,14% dalla società Fininvest Finanziaria d'Investimento S.p.A..

Il fatturato consolidato realizzato da AME nel 2006, quasi interamente in Italia, è stato di circa 1,75 miliardi di euro mentre, nello stesso anno, Monradio ha registrato un fatturato di circa 9,3 milioni di euro, esclusivamente in Italia.

PUBLIAUDIO S.r.l. (di seguito Publiaudio) è la società proprietaria delle emittenti radiofoniche "Radio Cuore Centro", "Radio Cuore Sud" e "Radio Cuore Bologna", operante nella radiodiffusione a carattere commerciale in ambito locale. Il capitale sociale di Publiaudio è interamente detenuto da persone fisiche.

Il fatturato realizzato da Publiaudio nel 2005, interamente in Italia, è stato di circa 3 milioni di euro.

II. DESCRIZIONE DELL'OPERAZIONE

L'operazione in esame prevede l'acquisizione, da parte della società Monradio, di un ramo d'azienda della società Publiaudio, costituito da un impianto di radiodiffusione ubicato in Via Cresta, Monte Faito, comune di Vico Equense (NA) e dalla relativa frequenza, operante sui 107,200 MHz.

Contestualmente, la società Monradio cede in permuta alla società Publiaudio un ramo d'azienda costituito dai seguenti impianti e frequenze:

– un impianto di radiodiffusione sito in località Monte Fasce – Apparizione (GE) operante sui 105,800 MHz;

– un impianto di radiodiffusione sito in Via della Comune (già Via Lama), località Ospitaletto (MO) operante sui 88,400 MHz;

Tale operazione è finalizzata all'implementazione e all'ottimizzazione della rete di diffusione del segnale radiofonico di "Radio R101" sul territorio nazionale.

III. QUALIFICAZIONE DELLA CONCENTRAZIONE

L'operazione notificata, avendo ad oggetto l'acquisizione del controllo di parte di impresa, si qualifica come 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 stessa legge, in quanto il fatturato totale realizzato nell'ultimo esercizio a livello nazionale dall'insieme delle imprese interessate è superiore a 440 milioni di euro.

IV. VALUTAZIONE DELLA CONCENTRAZIONE

I mercati su cui avrà effetto la presente concentrazione sono:

1. il mercato della raccolta pubblicitaria su mezzo radiofonico;
2. il mercato delle infrastrutture per la trasmissione via etere del segnale radiofonico.

L'estensione geografica dei mercati rilevanti è nazionale, in considerazione dei diversi regimi normativi nazionali che disciplinano le attività in questione, della copertura delle infrastrutture di rete impiegate, nonché, con particolare riferimento al mercato della raccolta pubblicitaria, dell'insieme degli ascoltatori che possono essere raggiunti in considerazione della natura di network nazionale della società acquirente.

L'operazione in esame non appare idonea a produrre effetti anticoncorrenziali sui mercati rilevanti. Ciò in considerazione di alcuni elementi connessi alla posizione detenuta dalle parti, nonché alla struttura dei mercati interessati dalla concentrazione.

In primo luogo, si rileva che Monradio è presente nel mercato della raccolta pubblicitaria su mezzo radiofonico solo a partire dal 2005 con una quota pari a circa [1-5%]¹. Gli impianti oggetto dell'operazione saranno destinati a migliorare la diffusione del segnale radiofonico di Monradio. Publiaudio è attiva nel mercato della raccolta pubblicitaria su mezzo radiofonico esclusivamente a livello locale e detiene una quota di mercato marginale.

Va altresì rilevato che tale mercato è caratterizzato da un assetto piuttosto concorrenziale, in considerazione della presenza di numerosi e qualificati soggetti che operano con posizioni di rilievo nei diversi mercati che compongono la filiera del settore pubblicitario, nonché di un tasso di crescita sostenuto.

In tale mercato sono presenti operatori quali RAI-Sipra S.p.A. che detiene una quota del 25% circa, A. Manzoni & C. S.p.A. con una quota pari a circa il 19%, RTL 102,5 che detiene una quota pari al 15% circa, Nove-Nove Pubblicità con una quota del 12% circa e RCS con una quota del 7% circa.

Si segnala che, contestualmente alla presente operazione, Monradio procederà all'acquisizione di altri impianti di radiodiffusione sonora e delle relative frequenze, rispettivamente appartenenti alle

¹ Nella presente versione alcuni dati sono omessi, in quanto si sono ritenuti sussistenti elementi di riservatezza o di segretezza delle informazioni.

società Rock FM S.r.l. e Priverno S.r.l. All'esito delle operazioni, la percentuale di copertura della popolazione nazionale raggiunta da Monradio sarà pari a circa l'89,45%, mentre il numero degli impianti e delle relative frequenze di proprietà della società risulterà pari a 358; l'operazione in esame, pertanto, non determinando effetti apprezzabili sul grado di copertura, non è suscettibile di modificare gli assetti concorrenziali del mercato suddetto.

Alla luce della posizione detenuta dalle parti, della struttura concorrenziale dei mercati interessati, nonché della contestuale cessione di due impianti da parte di Monradio, la presente operazione non appare idonea a determinare la costituzione o il rafforzamento di una posizione dominante nei mercati della raccolta pubblicitaria su mezzo radiofonico e delle infrastrutture per la trasmissione via etere del segnale radiofonico.

V. IL PARERE DELL'AUTORITÀ PER LE GARANZIE NELLE COMUNICAZIONI

Con atto pervenuto in data 4 luglio 2007, ai sensi dell'articolo 1, comma 6, lettera c), n. 11, della legge 31 luglio 1997, n. 249, l'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, ha espresso parere favorevole allo schema di provvedimento dell'Autorità, in cui si rileva che la concentrazione in esame non è suscettibile di determinare, ai sensi dell'articolo 6, comma 1, della legge n. 287/90, la costituzione di una posizione dominante sui mercati interessati, tale da eliminare o ridurre in modo sostanziale e durevole la concorrenza.

RITENUTO, pertanto, in conformità al parere dell'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, che l'operazione in esame non determina, ai sensi dell'articolo 6, comma 1, della legge n. 287/90, la costituzione o il rafforzamento di una posizione dominante sui mercati interessati, tale da eliminare o ridurre in modo sostanziale e durevole la concorrenza;

DELIBERA

di non avviare l'istruttoria di cui all'articolo 16, comma 4, della legge n. 287/90.

Le conclusioni di cui sopra saranno comunicate, ai sensi dell'articolo 16, comma 4, della legge n. 287/90, alle imprese interessate e al Ministro dello Sviluppo Economico.

Il presente provvedimento verrà pubblicato ai sensi di legge.

p. IL SEGRETARIO GENERALE
Francesca Romana Ferri

IL PRESIDENTE
Antonio Catricalà

C8605 - ROCKWOOD SPECIALTIES GROUP/RAMO D'AZIENDA DI ELEMENTIS HOLDINGS

Provvedimento n. 17077

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 12 luglio 2007;

SENTITO il Relatore Professor Piero Barucci;

VISTA la legge 10 ottobre 1990, n. 287;

VISTA la comunicazione della società Rockwood Specialties Group, Inc., pervenuta in data 18 giugno 2007;

CONSIDERATO quanto segue:

I. LE PARTI

Rockwood Specialties Group Inc. (di seguito RSG) è una società, controllata dalla società Kohlberg Kravis Roberts & Co. (di seguito KKR), appartenente al gruppo chimico omonimo Rockwood, che svolge attività di produzione e commercializzazione di additivi, pigmenti ed altri prodotti chimici.

Il fatturato consolidato riferibile a KKR è stato pari, nel 2005, a circa 19,4 miliardi di euro a livello mondiale, di cui circa [10-20]¹ miliardi realizzati in Europa e circa [440-700] milioni realizzati in Italia².

Oggetto di acquisizione è un ramo d'azienda (di seguito Elementis) di proprietà della società Elementis Holdings Ltd, che produce pigmenti di ossido di ferro, altri pigmenti inorganici e prodotti complementari.

Il fatturato realizzato nel 2006, a livello mondiale, riferibile al ramo d'azienda oggetto di acquisizione, è stato di circa [100-440] milioni di euro, di cui circa [10-44] milioni in Europa, con vendite effettuate in Italia di circa [1-10] milione di euro.

II. DESCRIZIONE DELL'OPERAZIONE

L'operazione comunicata consiste nell'acquisizione del controllo esclusivo da parte di Rockwood del ramo d'azienda Elementis di Elementis Holdings Ltd, nonché di certe partecipazioni azionarie in un limitato numero di società attive principalmente nella produzione, commercializzazione, sviluppo e vendita su scala internazionale di pigmenti a base di ossido di ferro ("POF") e altri prodotti correlati.

III. QUALIFICAZIONE DELL'OPERAZIONE

L'operazione comunicata, in quanto comporta l'acquisizione del controllo di parte 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

¹ Nella presente versione alcuni dati sono omessi, in quanto si sono ritenuti sussistenti elementi di riservatezza o di segretezza delle informazioni.

² Il dato relativo al fatturato realizzato nel 2006 da KKR non è disponibile.

realizzato nell'ultimo esercizio a livello nazionale dall'insieme delle imprese interessate è stato superiore a 440 milioni di euro.

IV. VALUTAZIONE DELLA CONCENTRAZIONE

Il mercato del prodotto

L'operazione in esame interessa l'attività di produzione di pigmenti. I pigmenti sono fini particelle solide utilizzate per dare colore, trasparenza o opacità.

La produzione di pigmenti implica la realizzazione di sostanze coloranti, insolubili in acqua e in solventi, che richiedono l'intervento di un legante ausiliario per poter essere fissati al substrato.

In relazione alla loro natura e provenienza, i pigmenti si distinguono in pigmenti organici (prodotti dalla sintesi di ammine cromofore con reagenti di vario tipo quali ad es. ftalocianine di rame, pigmenti azoici, pigmenti diarilici, perilenici, crinachidonici, diossazina, ecc.) e pigmenti inorganici (prodotti mediante reazione di purificazione e ossidazione di minerali quali ferro, piombo, cromo, ecc.)³. Frequentemente sono utilizzate miscele di pigmenti ed è possibile miscelare pigmenti organici e pigmenti inorganici. La funzione di colorazione può essere eseguita anche per mezzo di coloranti solubili (ottenuti per sintesi di ammine cromofore con reagenti solubili nei vari polimeri) e prodotti coloranti derivati, come i master batches (concentrati di pigmenti o coloranti con additivi e polimeri aventi consistenza granulare).

Il Ramo d'Azienda oggetto di acquisizione produce e vende pigmenti di ossido di ferro sintetici (POF). I POF sono pigmenti inorganici coloranti prodotti da ferro di scarto e/o sali di ferro mediante processi chimici di base. La disponibilità di colori e le proprietà di colorazione differenziano i POF da altri pigmenti, ad esempio il biossido di titanio (TiO₂) e i pigmenti organici. I POF sono impiegati per colorare vari materiali, ad esempio in rosso, giallo e nero. I POF presentano ampie possibilità di utilizzo, tra cui rivestimenti, toner di stampanti e copiatrici, applicazioni in cosmetica (es. mascara) e applicazioni nell'edilizia (cemento, piastrelle per pavimentazione, tegole e mattoni).

Inoltre, il Ramo d'Azienda oggetto di acquisizione vende pigmenti a base di ossido di cromo (POC). I POC sono pigmenti inorganici sintetici utilizzati principalmente in determinati rivestimenti e applicazioni edili per le loro proprietà coloranti di tonalità verde.

Tra le diverse categorie di pigmenti esiste, limitatamente ad alcune applicazioni, un certo grado di sostituibilità dal lato della domanda⁴. Tuttavia si segnalano differenze di prezzo tra i diversi prodotti, nonché la prevalenza di destinazioni d'uso diverse. In considerazione del limitato grado di sostituibilità esistente tra i diversi tipi di pigmenti, sembra corretto distinguere tra il mercato dei pigmenti organici e quello dei pigmenti inorganici. Tuttavia, l'esatta definizione del mercato rilevante può essere lasciata aperta, in quanto anche nell'ipotesi più restrittiva la valutazione concorrenziale dell'operazione non muterebbe.

Il mercato geografico

La dimensione geografica del mercato della produzione di pigmenti deve ritenersi corrispondente, quanto meno, al territorio europeo, in ragione dei consistenti flussi commerciali dei prodotti in

³ Cfr. Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato C7444 - *XSYS Print Solution France/Ramo Di Azienda Di SNPE Italia*, del 4 gennaio 2006; C6642 - *Rockwood Specialties Group/Ramo Di Azienda Di Johnson Matthey*, del 26 agosto 2004; C4743 - *Ferro/Degussa Metals Catalyst Cerdec*, del 1° agosto 2001; C3510 - *Clariant International/Songwon Color Co* del 26 maggio 1999.

⁴ Cfr. Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato, cit.; Decisione della Commissione Europea Caso IV/M.911, *Clariant/Hoechst*, del 10 giugno 1997.

questione⁵. Inoltre, la presenza di operatori di grandi dimensioni che operano su base multinazionale, la ridotta incidenza dei costi di trasporto e l'assenza di barriere tecniche o giuridiche idonee a impedire la circolazione dei prodotti, confermano una definizione della dimensione geografica del mercato di ampiezza europea.

Effetti dell'operazione

Nel mercato europeo della produzione e vendita di POF, il ramo d'azienda oggetto di acquisizione detiene una quota pari a [5-10%], mentre Rockwood detiene una quota pari a [15-20%]. A seguito dell'operazione in esame, pertanto, Rockwood verrà a detenere una quota pari a [20-25%]. In tale mercato sono presenti numerosi e qualificati concorrenti, quali Lanxess ([45-50%]), Cathay ([5-10%]) e Nubiola ([1-5%]).

Nel mercato europeo della vendita di POC, la quota di mercato congiunta delle parti sarà inferiore a [5-10%]. Si osserva inoltre che nella vendita di POC sia il ramo di azienda oggetto di acquisizione sia Rockwood sono quasi del tutto assenti sul territorio italiano, dove nel 2006 hanno realizzato complessivamente delle vendite per un valore di soli [*inferiore a 1 milione di*] euro.

Infine, si rileva che nel mercato europeo della produzione e vendita di pigmenti inorganici la quota di mercato congiunta delle parti sarà inferiore a [10-15%], mentre nel più ampio mercato europeo della produzione e vendita di pigmenti (inorganici e organici) la quota di mercato congiunta delle parti sarà inferiore a [1-5%].

In virtù di quanto considerato, si ritiene che nei mercati di riferimento l'operazione non avrà effetti pregiudizievoli per la concorrenza, non determinando modifiche sostanziali nella struttura concorrenziale degli stessi.

RITENUTO, pertanto, che l'operazione in esame non determina, ai sensi dell'articolo 6, comma 1, della legge n. 287/90, la costituzione o il rafforzamento di una posizione dominante sui mercati interessati, tale da eliminare o ridurre in modo sostanziale e durevole la concorrenza;

DELIBERA

di non avviare l'istruttoria di cui all'articolo 16, comma 4, della legge n. 287/90.

Le conclusioni di cui sopra saranno comunicate, ai sensi dell'articolo 16, comma 4, della legge n. 287/90, alle imprese interessate e al Ministro dello Sviluppo Economico.

Il presente provvedimento verrà pubblicato ai sensi di legge.

p. IL SEGRETARIO GENERALE
Giovanni Calabrò

IL PRESIDENTE
Antonio Catricalà

⁵ Cfr. Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato, cit.; Decisione della Commissione Europea cit..

C8609 - ROHAN/RAMO D'AZIENDA DI SESIA*Provvedimento n. 17078*

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 12 luglio 2007;

SENTITO il Relatore Professor Piero Barucci;

VISTA la legge 10 ottobre 1990, n. 287;

VISTA la comunicazione della società Rohan S.r.l., pervenuta in data 19 giugno 2007;

CONSIDERATO quanto segue:

I. LE PARTI

Rohan S.r.l. (di seguito Rohan) è una società finanziaria che si occupa dell'acquisizione e gestione di partecipazioni di società attive nel settore idrotermosanitario. Rohan è controllata congiuntamente dalle società finanziarie Gondor S.p.A. ed E.f.fim S.p.A. e a sua volta controlla le società Findelta S.r.l., Cambielli S.p.A., holding del Gruppo Cambielli, ed Edilfriuli S.p.A., holding del gruppo Edilfriuli e tramite queste ultime il Gruppo Vir Fantuzzi S.p.A., tutte società attive nel settore della distribuzione di prodotti idrotermosanitari, con particolare riguardo ad apparecchiature per l'ambiente del bagno, prodotti per il riscaldamento ed il condizionamento e materiali per l'industria edile in genere.

Nel 2005 il fatturato complessivo realizzato dalle imprese facenti capo a Rohan è stato pari a circa 500 milioni di euro a livello mondiale, interamente realizzati a livello europeo, di cui circa 485 milioni di euro in Italia.

Oggetto di acquisizione è il ramo di azienda della società Sesia S.p.A. attivo nella commercializzazione all'ingrosso ed al dettaglio di articoli idrosanitari, termosanitari, arredobagno e materiali per l'industria edile in genere.

Nel 2005, il ramo d'azienda oggetto dell'operazione ha realizzato, interamente in Italia, un fatturato pari a circa 4,7 milioni di euro.

II. DESCRIZIONE DELL'OPERAZIONE

L'operazione prevede l'acquisizione da parte di Rohan, attraverso la controllata Cambielli S.p.A., del ramo d'azienda di Sesia S.p.A. attivo nella commercializzazione all'ingrosso ed al dettaglio di articoli idrosanitari, termosanitari, arredobagno e materiali per l'industria edile in genere.

III. QUALIFICAZIONE DELL'OPERAZIONE

L'operazione comunicata, in quanto comporta l'acquisizione del controllo di parte 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 440 milioni di euro.

IV. VALUTAZIONE DELLA CONCENTRAZIONE

Il settore interessato dalla presente operazione è quello della distribuzione di prodotti idrotermosanitari, apparecchiature per l'ambiente del bagno, prodotti per il riscaldamento e il condizionamento e materiali per l'industria edile in genere. All'interno di tale settore è possibile individuare il mercato della distribuzione all'ingrosso di detti prodotti ed il mercato della distribuzione al dettaglio¹.

I prodotti in questione sono venduti, all'ingrosso, essenzialmente a imprese edili, imprese di installazione, imprese di riparazione per attività di ristrutturazione, costruzione di appartamenti, uffici e locali commerciali. Inoltre, le imprese attive nella produzione di tali articoli non dispongono, di norma, di una rete distributiva propria, rivolgendosi prevalentemente al canale dei distributori all'ingrosso e dei grandi rivenditori dotati di *show-room*.

I prodotti distribuiti sono caratterizzati da funzioni d'uso e da caratteristiche merceologiche e tecnologiche diverse. Essi attraversano una generale fase di maturità, anche se lo sviluppo di nuovi materiali, le normative di sicurezza e l'attuazione di politiche di risparmio energetico possono modificare il ciclo di vita di alcuni prodotti. Tuttavia, in ragione della specificità del mercato del commercio all'ingrosso, non è necessaria una ulteriore distinzione nell'ambito di ciascuna fascia di prodotto, in quanto sono la varietà della gamma e la possibilità di scelta che definiscono la posizione concorrenziale di un grossista rispetto agli altri.

Le stesse considerazioni possono essere ritenute valide in una certa misura anche per il mercato della distribuzione al dettaglio, che si rivolge in parte anche agli installatori, per lo meno per quanto riguarda gli articoli non appartenenti esclusivamente alla cosiddetta "area estetica" della categoria di prodotti in argomento.

La presente operazione interessa sia il mercato della distribuzione all'ingrosso che quello della distribuzione al dettaglio, in entrambi i quali operano sia l'impresa acquirente che l'impresa acquisita.

Per quanto concerne la dimensione geografica del mercato della distribuzione all'ingrosso, per gli utenti di grandi dimensioni (imprese di installazione che operano sui grandi cantieri di costruzione o di recupero nell'edilizia pubblica, residenziale e industriale) il mercato ha dimensione nazionale, anche in considerazione del fatto che la diffusione dei gruppi di acquisto e della grande distribuzione no-food appare ancora limitata soprattutto se confrontata con altri paesi europei, mentre per gli utenti di limitate dimensioni l'estensione geografica del mercato potrebbe essere regionale o pluriregionale e, comunque, correlata ai tempi di percorrenza che gli utenti, specialmente installatori, sono disposti ad affrontare per l'approvvigionamento dei prodotti.

Per quanto concerne la dimensione geografica del mercato della distribuzione al dettaglio, essa ha carattere sicuramente locale, comunque non più ampia di quella provinciale.

Nel caso di specie nel mercato della distribuzione all'ingrosso l'acquisita opera nella Regione Piemonte, in particolare nella provincia di Torino, mentre nella stessa regione l'acquirente è presente in tutte le province (tranne Asti e Verbania/Cusio/Ossola) oltre che in altre regioni del

¹ Cfr. provvedimento dell'Autorità del 10 maggio 2007 n 16820, C8466 - ROHAN/RAMO D'AZIENDA DI CIPRIANI EDILIZIA.

nord (Valle d'Aosta e Liguria). Nel mercato della distribuzione al dettaglio sia l'acquisita che l'acquirente sono presenti nella provincia di Torino.

L'operazione in esame non risulta idonea a modificare in maniera significativa gli equilibri concorrenziali esistenti sul mercato della distribuzione all'ingrosso, sul quale la quota delle vendite nazionali dell'acquirente Rohan è di circa [1-5%]², mentre quella dell'acquisita è [largamente inferiore all'1%]. Anche con riferimento all'area geografica di più limitate dimensioni in cui sono presenti sia l'acquisita che l'acquirente, corrispondente alla regione Piemonte, la quota di mercato dell'acquirente Rohan è di circa [1-5%], mentre quella dell'acquisita è [inferiore all'1%].

Anche sul mercato della distribuzione al dettaglio l'operazione in esame non risulta idonea a modificare in maniera significativa gli equilibri concorrenziali esistenti, in quanto le quote di mercato detenute dalle parti nella provincia di Torino sono esigue e comunque inferiori a [1-5%].

RITENUTO, pertanto, che l'operazione in esame non determina, ai sensi dell'articolo 6, comma 1, della legge n. 287/90, la costituzione o il rafforzamento di una posizione dominante sui mercati interessati, tale da eliminare o ridurre in modo sostanziale e durevole la concorrenza;

DELIBERA

di non avviare l'istruttoria di cui all'articolo 16, comma 4, della legge n. 287/90.

Le conclusioni di cui sopra saranno comunicate, ai sensi dell'articolo 16, comma 4, della legge n. 287/90, alle imprese interessate e al Ministro dello Sviluppo Economico.

Il presente provvedimento verrà pubblicato ai sensi di legge.

p. IL SEGRETARIO GENERALE
Francesca Romana Ferri

IL PRESIDENTE
Antonio Catricalà

² Nella presente versione alcuni dati sono omessi, in quanto si sono ritenuti sussistenti elementi di riservatezza o di segretezza delle informazioni.

C8610 - KIIAN/KFG ITALIANA

Provvedimento n. 17079

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 12 luglio 2007;

SENTITO il Relatore Professor Piero Barucci;

VISTA la legge 10 ottobre 1990, n. 287;

VISTA la comunicazione della società Kiian S.p.A., pervenuta in data 20 giugno 2007;

CONSIDERATO quanto segue:

I. LE PARTI

Kiian S.p.A. (di seguito, KIIAN) è una società italiana con sede a Luisago (CO), controllata un fondo di investimento facente capo al gruppo bancario Capitalia, nell'ambito del quale la stessa KIIAN è l'unica società attiva nella produzione e commercializzazione di inchiostri, foto-emulsioni, prodotti chimici ed accessori per la stampa, per la grafica e per l'industria in genere. Nel 2006 il fatturato di Capitalia realizzato in Italia è stato pari a circa 13,7 miliardi di euro.

KFG Italiana S.r.l. (di seguito, KFGI) è una società italiana con sede a San Giuliano Milanese (MI), attiva nella produzione e commercializzazione di inchiostri serigrafici, offset, rotocalco, e prodotti complementari alle relative applicazioni. Nel 2006 il fatturato di KFGI, quasi interamente realizzato in Italia, è stato pari a circa 2,4 milioni di euro.

II. DESCRIZIONE DELL'OPERAZIONE

L'operazione comunicata consiste nell'acquisizione del 100% del capitale sociale di KFGI da parte di KIIAN, che ne acquisterà in tal modo il controllo esclusivo.

III. QUALIFICAZIONE DELL'OPERAZIONE

L'operazione, in quanto comporta l'acquisizione del controllo di una impresa, costituisce una concentrazione ai sensi dell'articolo 5, comma 1, lettera *b*), della legge n. 287/90.

Essa rientra quindi 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 a livello nazionale dall'insieme delle imprese interessate è stato superiore a 440 milioni di euro.

IV. VALUTAZIONE DELLA CONCENTRAZIONE

Il settore interessato dalla presente concentrazione è quello della produzione e commercializzazione di inchiostri per la stampa. Esistono diverse tecniche di stampa classificate in base alla forma della stampante utilizzata. A seconda che la superficie stampante sia piana, in incavo, in rilievo o sia costituita da un tessuto, si impiegano rispettivamente tecniche planografiche

(litografia e stampa off-set), incavografiche (stampa in rotocalco), rilievografiche (stampa flessografica) o permeografiche (serigrafia). Una tecnica a sé stante è invece costituita dalla stampa digitale, che si caratterizza per il controllo del processo di stampa mediante computer. Ognuna di queste tipologie richiede risorse dedicate e uno specifico know-how e pertanto ognuna di esse potrebbe costituire un distinto mercato del prodotto.

In particolare l'impresa acquisita è principalmente presente negli inchiostri per stampa serigrafica, tuttavia l'esatta definizione del mercato del prodotto rilevante può esser lasciata aperta, dal momento che la situazione concorrenziale non muterebbe nemmeno nell'ipotesi più restrittiva.

Relativamente alla dimensione geografica del mercato, esso può ritenersi di dimensione mondiale, data la modesta incidenza dei costi di trasporto, tuttavia l'esatta definizione geografica può esser lasciata aperta, dal momento che la situazione concorrenziale non muterebbe nemmeno nell'ipotesi più restrittiva.

A seguito dell'operazione, la quota relativa ai soli inchiostri serigrafici detenuta da KIIAN, pari a [inferiore all'1%]¹ circa nel mondo e a [5-10%] circa in Italia, aumenterà a circa [1-5%] nel mondo e a circa [5-10%] in Italia, in presenza di numerosi qualificati concorrenti sia a livello nazionale che sopranazionale. L'operazione non risulta, pertanto, idonea a determinare modifiche sostanziali dell'assetto concorrenziale.

RITENUTO, pertanto, che l'operazione in esame non determina, ai sensi dell'articolo 6, comma 1, della legge n. 287/90, la costituzione o il rafforzamento di una posizione dominante sul mercato interessato, tale da eliminare o ridurre in modo sostanziale e durevole la concorrenza;

DELIBERA

di non avviare l'istruttoria di cui all'articolo 16, comma 4, della legge n. 287/90.

Le conclusioni di cui sopra saranno comunicate, ai sensi dell'articolo 16, comma 4, della legge n. 287/90, alle imprese interessate e al Ministro dello Sviluppo Economico.

Il presente provvedimento verrà pubblicato ai sensi di legge.

p. IL SEGRETARIO GENERALE
Giovanni Calabrò

IL PRESIDENTE
Antonio Catricalà

¹ Nella presente versione alcuni dati sono omessi, in quanto si sono ritenuti sussistenti elementi di riservatezza o di segretezza delle informazioni

C8612 - ENERGIE INVESTIMENTI/RAMO D'AZIENDA DI GAZ DE FRANCE

Provvedimento n. 17080

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 12 luglio 2007;

SENTITO il Relatore Professor Piero Barucci;

VISTA la legge 10 ottobre 1990, n. 287;

VISTA la comunicazione della società Energie Investimenti S.p.A., pervenuta in data 21 giugno 2007;

CONSIDERATO quanto segue:

I. LE PARTI

Energie Investimenti S.p.A. (di seguito, Energie Investimenti)¹ è un'impresa attiva nella vendita di gas naturale, in Italia. Energia Investimenti è controllata congiuntamente da Gaz de France S.A. (di seguito, GDF) e da Camfin S.p.A., con quote pari rispettivamente al 60% e al 40%.

GDF è un gruppo internazionale verticalmente integrato, attivo prevalentemente in Francia, nel settore del gas naturale, il quale svolge attività di esplorazione, estrazione, stoccaggio, trasporto, distribuzione e vendita. GDF offre anche, in misura minore, servizi energetici.

Camfin S.p.A. è la holding dell'omonimo gruppo, attivo in Italia nel settore energetico e petrolifero, delle gestioni immobiliari e nel mercato finanziario.

Il fatturato realizzato da GDF, nel 2006, a livello mondiale, è stato di 27,642 miliardi di euro ed, in Italia, di [1-2]² miliardi di euro.

Il fatturato realizzato da Camfin, interamente in Italia, nel 2006, è stato di circa [700-1.000] milioni di euro.

Il fatturato realizzato da Energie Investimenti, nel 2006, in Italia, è stato di circa [440-700] milioni di euro.

Oggetto di acquisizione è un ramo d'azienda di GDF, costituito da alcuni contratti ed attività relativi alla vendita di gas naturale in Italia (di seguito Négoce Italia).

Il fatturato realizzato del ramo d'azienda oggetto di acquisizione, nel 2006, in Italia, è stato di circa [44-100] milioni di euro.

II. DESCRIZIONE DELL'OPERAZIONE

L'operazione di concentrazione consiste nell'acquisizione del controllo del ramo d'azienda Négoce Italia da parte della società Energie Investimenti.

¹ La costituzione di Energie Investimenti è stata autorizzata dalla Commissione Europea il 28 luglio 2006 (caso M 4279 GDF/Camfin/Energie Investimenti JV) e si inserisce nel più ampio processo di riorganizzazione intrapreso da GDF che ha condotto alla costituzione di due imprese comuni: Energie Investimenti attiva nella vendita di gas naturale in Italia, e Italcogim S.p.A. attiva nella distribuzione di gas naturale in Italia, la cui costituzione è stata autorizzata con provvedimento C7803- *Gaz del France International-Covati/Italcogim-ItalcogimReti*.

² Nella presente versione alcuni dati sono omessi, in quanto si sono ritenuti sussistenti elementi di riservatezza o di segretezza delle informazioni.

III. QUALIFICAZIONE DELL'OPERAZIONE

L'operazione in esame in quanto comporta l'acquisizione di parte di 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 legge n. 287/90, in quanto il fatturato totale realizzato a livello nazionale dall'insieme delle imprese interessate è stato superiore a 440 milioni di euro.

IV. VALUTAZIONE DELLA CONCENTRAZIONE

Mercati rilevanti

L'operazione in esame riguarda l'attività di vendita di gas naturale, ossia la fornitura e la consegna del gas ai clienti finali allacciati alla rete di distribuzione. La vendita di gas naturale è disciplinata dagli artt. 17, 18 e 22 del Decreto Legislativo n. 164/00, che ne definiscono i criteri di esercizio dal lato dell'offerta e della domanda. L'attività di vendita di gas è soggetta ad autorizzazione da parte del Ministero dello Sviluppo Economico (articolo 17, comma 1), valida sull'intero territorio nazionale.

A partire dal 1° gennaio 2003, nel mercato rilevante tutti i clienti finali sono idonei, cioè possono scegliere liberamente il proprio fornitore, mentre le imprese competono fra loro su un unico mercato nazionale.

A circa tre anni dalla completa liberalizzazione della domanda si sono delineate caratteristiche, in particolare dal lato dell'offerta, che potrebbero portare a definire mercati rilevanti distinti per tipologia e dimensione di consumo del cliente finale, oltre che per un ambito più ristretto rispetto a quello nazionale. Tuttavia, ai fini della presente operazione, la definizione del mercato rilevante può, tuttavia, essere lasciata aperta in quanto non incide sulla valutazione concorrenziale dell'operazione.

Effetti dell'operazione

Nel 2006 i consumi nazionali sono stati stimati dalle parti in misura pari a circa 87 miliardi di metri cubi. L'incidenza delle vendite di Energie Investimenti sul complesso dei consumi nazionali, in Italia, considerando anche le vendite realizzate in Italia direttamente dalla controllante GDF, risulta pari a circa [1-5%]. Tale incidenza sulle vendite complessive di gas non risulta modificata dalla presente operazione, in quanto la stessa si sostanzia nel trasferimento da parte di GDF - la quale detiene il controllo congiunto di Energie Investimenti insieme a Camfin - a Energie investimenti, di una parte delle proprie attività di vendita in Italia.

Pertanto, tenuto anche conto dell'assetto strutturale del mercato della vendita di gas, la concentrazione in esame non appare idonea a modificare gli assetti concorrenziali del mercato interessato.

RITENUTO, pertanto, che l'operazione in esame non determina, ai sensi dell'articolo 6, comma 1, della legge n. 287/90, la costituzione o il rafforzamento di una posizione dominante sul mercato interessato, tale da eliminare o ridurre in modo sostanziale e durevole la concorrenza;

DELIBERA

di non avviare l'istruttoria di cui all'articolo 16, comma 4, della legge n. 287/90.

Le conclusioni di cui sopra saranno comunicate, ai sensi dell'articolo 16, comma 4, della legge n. 287/90, alle imprese interessate ed al Ministro dello Sviluppo Economico.

Il presente provvedimento verrà pubblicato ai sensi di legge.

p. IL SEGRETARIO GENERALE

Francesca Romana Ferri

IL PRESIDENTE

Antonio Catricalà

C8614 - BRICOCENTER ITALIA/RAMI D'AZIENDA DI ZETA TRADE*Provvedimento n. 17081*

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 12 luglio 2007;

SENTITO il Relatore Professor Piero Barucci;

VISTA la legge 10 ottobre 1990, n. 287;

VISTA la comunicazione della società Bricocenter Italia S.r.l., pervenuta in data 22 giugno 2007;

CONSIDERATO quanto segue:

I. LE PARTI

Bricocenter Italia S.r.l. (di seguito Bricocenter) è una società costituita nel gennaio del corrente anno, il cui capitale sociale è interamente detenuto da S.I.B. Società Italiana Bricolage S.p.A. (di seguito S.I.B.), che ad essa ha conferito il ramo d'azienda relativo ai punti vendita "Bricocenter". Tali società fanno parte del gruppo avente come capofila Groupe Adeo SA, attivo nella distribuzione commerciale e in particolare nella vendita al dettaglio di prodotti di *bricolage*, giardinaggio e fai-da-te su superfici di grande dimensione.

Nel 2006 il gruppo Adeo, tramite S.I.B., ha realizzato in Italia un fatturato pari a circa 616 milioni di euro.

Oggetto di acquisizione da parte di Bricocenter sono tre rami d'azienda relativi a punti vendita al dettaglio di prodotti non alimentari ubicati nel Comune di Roma che la Zeta Trade S.r.l., operante nel settore immobiliare, sta acquistando rispettivamente da Coin S.p.A. (di seguito ramo d'azienda 1), Davos 95 S.r.l. (di seguito ramo d'azienda 2) e SO.GE.NE. S.r.l. (di seguito ramo d'azienda 3), per rivenderli a Bricocenter.

In particolare:

- il ramo d'azienda 1 è relativo ad un punto vendita al dettaglio di capi di abbigliamento ed accessori moda che ha operato fino all'anno 2005;
- il ramo d'azienda 2 è relativo ad un punto vendita al dettaglio di capi di abbigliamento che ha operato fino al 2005;
- il ramo d'azienda 3 è relativo ad un punto vendita al dettaglio di articoli di arredamento, non attivo negli ultimi tre anni;

I rami d'azienda oggetto di acquisizione includono le autorizzazioni commerciali relative ai punti vendita, allo stato attuale sospese, per complessivi 2.500 m² circa.

II. DESCRIZIONE DELL'OPERAZIONE

L'operazione comunicata consiste nell'acquisto dei tre rami d'azienda sopra descritti da parte di Bricocenter, cessionaria in un contratto in cui parte cedente è Zeta Trade S.r.l. L'operazione è finalizzata all'accorpamento delle autorizzazioni commerciali incluse nei rami d'azienda, per l'apertura di un punto vendita al dettaglio di articoli di *bricolage* nel Comune di Roma, con una superficie di vendita di circa 2.500 m².

III. QUALIFICAZIONE DELL'OPERAZIONE

L'operazione comunicata, in quanto comporta l'acquisizione del controllo di parti 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 superiore a 440 milioni di euro.

IV. VALUTAZIONE DELLA CONCENTRAZIONE

Il mercato del prodotto

L'attività interessata dall'operazione in esame è quella della vendita al dettaglio di prodotti per il *bricolage* e il *fai-da-te*.

In tale attività operano punti vendita tradizionali (negozi di ferramenta e simili) e catene specializzate con la formula di vendita *self-service* su ampie superfici, nonché la grande distribuzione di beni di largo consumo attraverso specifici reparti.

Nel caso in esame non è necessario stabilire se il mercato del prodotto sia costituito da tutti i tipi di punti vendita dei prodotti cui trattasi, o se esso vada ristretto ai punti vendita specializzati ed eventualmente ancora più limitato secondo categorie dimensionali (considerando i punti vendita specializzati aventi una superficie superiore a 400 m² oppure quelli con superficie superiore ai 1.500 m²), in quanto la valutazione dell'operazione non muta qualunque sia la definizione utilizzata¹.

Il mercato geografico

L'estensione del mercato dal punto di vista geografico è tipicamente locale, considerando i comportamenti di acquisto dei consumatori e in particolare l'importanza che questi attribuiscono alla prossimità dei punti vendita. L'esatta delimitazione della dimensione geografica deve essere effettuata caso per caso sulla base dimensione dei bacini di utenza dei singoli punti vendita delle imprese interessate e del loro livello di sovrapposizione; in prima approssimazione essa può essere circoscritta ai confini amministrativi provinciali. Nel caso di specie, dunque, il mercato rilevante è costituito dal territorio della provincia di Roma.

Effetti dell'operazione

Nella provincia di Roma la quota del gruppo Adeo, prendendo come riferimento un mercato ristretto ai soli punti vendita specializzati di superficie superiore a 400 m², è del 35% in base alle stime fornite dalla Parte ed aumenterà di poco più di un punto percentuale a seguito dell'operazione comunicata. Considerando un mercato ancora più limitato, composto dai punti vendita specializzati di dimensioni superiori a 1.500 m², la quota del gruppo Adeo passerà dal 37,5% al 39% circa.

¹ Cfr., tra gli altri, i provvedimenti n. 14384 del 7 giugno 2005, *S.I.B. - Società Italiana Bricolage/Rami di Azienda di Società di Persone* (C7058), in Boll. 23/05; provv. n. 13741 del 4 novembre 2004, *Società Italiana Bricolage/Ramo d'azienda di gallerie commerciali* (C6747), in Boll. 45/04; provv. n. 13470 del 29 luglio 2004, *S.B.I./Rinascenze - rami d'azienda* (C6587), in Boll. 31/04.

In entrambi i casi, i concorrenti del gruppo Adeo nella provincia di Roma sono Castorama e Bricofer, che detengono quote comprese tra il 15% ed il 20% ed altri operatori con quote inferiori. In ragione del limitato incremento della quota del gruppo Adeo nel mercato interessato a seguito dell'operazione comunicata e della presenza in tale mercato di vari concorrenti qualificati, l'operazione in esame non risulta in grado di produrre effetti pregiudizievoli per la concorrenza.

RITENUTO, pertanto, che l'operazione in esame non determina, ai sensi dell'articolo 6, comma 1, della legge n. 287/90, la costituzione o il rafforzamento di una posizione dominante sul mercato interessato, tale da eliminare o ridurre in modo sostanziale la concorrenza;

DELIBERA

di non avviare l'istruttoria di cui all'articolo 16, comma 4, della legge n. 287/90.

Le conclusioni di cui sopra saranno comunicate, ai sensi dell'articolo 16, comma 4, della legge n. 287/90, alle imprese interessate e al Ministro dello Sviluppo Economico.

Il presente provvedimento verrà pubblicato ai sensi di legge.

p. IL SEGRETARIO GENERALE

Francesca Romana Ferri

IL PRESIDENTE

Antonio Catricalà

C8615 - AXA INVESTMENT MANAGERS PRIVATE EQUITY EUROPE/ IRUS-DIANA INGREDIENTS

Provvedimento n. 17082

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 12 luglio 2007;

SENTITO il Relatore Professor Piero Barucci;

VISTA la legge 10 ottobre 1990, n. 287;

VISTA la comunicazione della società AXA Investment Managers Private Equity Europe SA, pervenuta in data 22 giugno 2007;

CONSIDERATO quanto segue:

I. LE PARTI

AXA Investment Managers Private Equity Europe SA (di seguito anche AXA IMPEE) è una società di diritto francese attiva nella gestione di fondi di investimento (fondi diretti, fondi di fondi, mandati di gestione per conto terzi). AXA IMPEE fa parte del Gruppo AXA, operante nel settore assicurativo, nella gestione dei patrimoni e in altri servizi finanziari.

Nel 2006 il Gruppo AXA ha realizzato un fatturato mondiale pari a circa 78 miliardi di euro, di cui [44-100]¹ miliardi di euro in Europa e [1-2] miliardi di euro in Italia.

IRUS SAS e DIANA Ingredients SAS (di seguito anche Gruppo Diana) sono società di diritto francese operanti nella produzione e vendita di estratti naturali, aromi e ingredienti destinati ai mercati dei cibi per animali domestici e alle industrie di alimenti e bevande. DIANA Ingredients SAS è interamente controllata da IRUS SAS.

Il Gruppo Diana è attualmente controllato da Cognetas, società di *private equity* che opera in diversi settori.

Nel 2006 il Gruppo Diana ha realizzato un fatturato mondiale pari a circa 253,6 milioni di euro, dei quali [100-440] milioni di euro nell'Unione Europea e circa [1-10] milioni di euro in Italia.

II. DESCRIZIONE DELL'OPERAZIONE

L'operazione comunicata consiste nell'acquisizione, da parte di AXA IMPEE, assieme al *management* attuale del Gruppo Diana e ad alcuni fondi gestiti dalla venditrice Cognetas, del 100% delle azioni di IRUS SAS e DIANA Ingredients SAS, attraverso una società veicolo di diritto francese di nuova costituzione, Kerisper SAS.

Prima del perfezionamento dell'operazione è prevista la fusione di DIANA Ingredients SAS in IRUS SAS e la denominazione di IRUS sarà cambiata in DIANA Ingredients.

Al perfezionamento dell'operazione, AXA IMPEE deterrà il 52,37% delle azioni di Kerisper SAS. Né il *management* né Cognetas avranno diritti di voto sulle decisioni strategiche della società

¹ Nella presente versione alcuni dati sono omessi, in quanto si sono ritenuti sussistenti elementi di riservatezza o di segretezza delle informazioni.

veicolo Kerisper SAS e quindi del Gruppo Diana, né alcun altro diritto oltre ai normali diritti conferiti agli azionisti di minoranza per la tutela dei propri interessi economici e finanziari.

Pertanto, per effetto dell'operazione in esame AXA IMPEE acquisirà, per il tramite della società veicolo Kerisper SAS, il controllo esclusivo del Gruppo Diana.

E' parte integrante dell'operazione un patto di durata triennale in base al quale la parte venditrice si impegna a non svolgere attività in concorrenza con l'acquirente su tutto il territorio dell'Unione Europea.

L'operazione in esame viene comunicata anche alle Autorità nazionali di concorrenza di Austria, Francia, Germania, Irlanda, Spagna e Brasile.

III. QUALIFICAZIONE DELL'OPERAZIONE

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, 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 superiore a 440 milioni di euro.

Il patto di non concorrenza descritto in precedenza riveste natura accessoria alla concentrazione, in quanto è direttamente legato e necessario alla medesima limitatamente ad un periodo di tre anni, decorrenti dalla data di perfezionamento della presente operazione, in considerazione del *know-how* trasferito².

IV. VALUTAZIONE DELLA CONCENTRAZIONE

Il mercato del prodotto

Il Gruppo Diana è attivo nei seguenti mercati:

- mercato degli insaporitori di cibo per animali domestici;
- mercato degli ingredienti per prodotti alimentari ad uso umano (ed, in particolare, degli estratti naturali vegetali e animali);
- mercato degli ingredienti ad uso culinario.

Con riferimento al primo mercato del prodotto, si tratta di insaporitori che vengono aggiunti al cibo per animali domestici per aumentarne l'appetibilità. Tali insaporitori possono assumere svariate forme ed essere utilizzati per la produzione di diversi prodotti finali, come ad esempio cibo fresco o secco per gatti e per cani.

Le parti ritengono che tali prodotti costituiscano un mercato del prodotto distinto e che un'ulteriore segmentazione del mercato degli insaporitori di cibo per animali non sia rilevante da un punto di vista economico e commerciale³.

² Cfr. Comunicazione della Commissione sulle restrizioni direttamente connesse e necessarie alle concentrazioni, 2005/C 56/03, pubblicata sulla Gazzetta Ufficiale dell'Unione Europea del 5 marzo 2005, in particolare i paragrafi 20 - 23.

³ Cfr. in proposito il caso COMP/M.2596 - CVC/PAI EUROPE/PROVIMI del 28 ottobre 2002, nel quale le parti hanno rilevato che gli insaporitori di cibo per animali domestici costituiscono un distinto mercato del prodotto e la Commissione Europea ha lasciato aperta la definizione del mercato.

Con riguardo al secondo mercato del prodotto individuato dalle Parti, si tratta di prodotti che vengono aggiunti in piccole quantità per insaporire i cibi, a scopo nutrizionale, per la colorazione e per la conservazione degli alimenti.

Ciascuno di questi mercati costituisce, secondo le indicazioni fornite dalle parti, un distinto mercato del prodotto.

Sempre secondo le indicazioni delle Parti, il mercato degli ingredienti ad uso culinario comprende al suo interno tre sub-mercati separati: il mercato delle salse personalizzate per applicazioni *business to business*, il mercato dei prodotti ricomposti e il mercato dei lardelli di maiale.

Una definizione più precisa dei mercati del prodotto rilevanti non appare tuttavia necessaria ai fini della valutazione della presente operazione, in quanto qualsiasi definizione degli stessi si accolga, l'operazione non appare in grado di modificarne la struttura concorrenziale.

I mercati geografici

Secondo i dati forniti dalle parti, i descritti mercati del prodotto hanno diversa estensione geografica:

il mercato degli insaporitori di cibo per animali domestici ha dimensione mondiale o almeno europea, dato il diffuso commercio di questi prodotti tra gli Stati e le condizioni di concorrenza simili in tutto il mondo, nonché la sostanziale uniformità dei prezzi a livello mondiale e sicuramente nello Spazio Economico Europeo;

il mercato degli ingredienti per prodotti alimentari ad uso umano ha dimensione mondiale (o almeno europea) in ragione del fatto che i clienti sono i grandi produttori di alimenti di tutto il mondo e i fornitori acquistano le materie prime da tutto il mondo;

i sub-mercati degli ingredienti ad uso culinario hanno un'estensione geografica limitata al territorio nazionale in quanto le società che offrono servizi alimentari devono misurarsi con le preferenze dei consumatori finali che differiscono tra i vari Stati membri. Il sub-mercato dei lardelli di maiale, poi, comprende prodotti deperibili.

Anche con riguardo ai mercati geografici una definizione più precisa dei mercati rilevanti non appare necessaria ai fini della valutazione della presente operazione, in quanto qualsiasi definizione degli stessi si accolga, l'operazione non appare in grado di modificarne la struttura concorrenziale.

Effetti dell'operazione

L'operazione non darà luogo ad alcuna sovrapposizione orizzontale, in quanto né AXA IMPEE, né alcuna delle società del Gruppo AXA opera, o detiene partecipazioni in società operanti nelle attività svolte dal Gruppo Diana.

Sulla base dei dati stimati dalle parti il Gruppo Diana è presente nei mercati degli insaporitori per cibo per animali domestici e degli estratti naturali con quote rispettivamente pari a circa il [40-45%] e il [5-10%] a livello mondiale e al [50-55%] e [5-10%] a livello europeo. Nei sub-mercati delle salse personalizzate e dei lardelli di maiale il Gruppo Diana è presente con quote pari a circa il [5-10%] e il [15-20%], mentre non vende prodotti ricomposti in Italia.

Una delle società incluse nel portafoglio di investimenti di AXA IMPEE, Benedicta, è attiva nel mercato della maionese, dei condimenti per insalate e delle altre salse fredde, che costituiscono mercati distinti posti a valle del mercato degli ingredienti per prodotti alimentari ad uso umano. In ogni caso Benedicta realizza vendite minime in Italia, corrispondenti ad una quota inferiore

all'1%, mentre il Gruppo Diana detiene una quota pari a circa il [5-10%] nel mercato a monte degli ingredienti per prodotti alimentari ad uso umano. Pertanto, l'operazione non determinerà alcun effetto verticale significativo.

Le parti notano infine che sono presenti vari concorrenti qualificati nello svolgimento delle attività interessate dall'operazione.

Per quanto precede, l'operazione notificata non è in grado di modificare gli assetti competitivi dei mercati interessati.

RITENUTO, pertanto, che l'operazione in esame non determina, ai sensi dell'articolo 6, comma 1, della legge n. 287/90, la costituzione o il rafforzamento di una posizione dominante sui mercati interessati, tale da eliminare o ridurre in modo sostanziale e durevole la concorrenza;

RITENUTO, altresì, che il patto di non concorrenza descritto al punto II è accessorio alla presente operazione nei limiti sopra descritti;

DELIBERA

di non avviare l'istruttoria di cui all'articolo 16, comma 4, della legge n. 287/80.

Le conclusioni di cui sopra saranno comunicate, ai sensi dell'articolo 16, comma 4, della legge n. 287/90, alle imprese interessate e al Ministro dello Sviluppo Economico.

Il presente provvedimento verrà pubblicato ai sensi di legge.

p. IL SEGRETARIO GENERALE
Francesca Romana Ferri

IL PRESIDENTE
Antonio Catricalà

C8618 - COBRAX/MERAS*Provvedimento n. 17083*

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 12 luglio 2007;

SENTITO il Relatore Professoressa Carla Rabitti;

VISTA la legge 10 ottobre 1990 n. 287;

VISTA la comunicazione delle società Cobrax S.r.l. e Meras S.p.A., pervenuta in data 22 giugno 2007;

VISTE le ulteriori comunicazioni pervenute in data 5 luglio 2007;

CONSIDERATO quanto segue:

I. LE PARTI

COBRAX S.r.l. è una società veicolo appositamente costituita nel 2006 per l'acquisto del 100% del capitale sociale di Cobra S.p.A., impresa attiva nella produzione e commercializzazione di bottoni, minuterie metalliche e accessori da abbigliamento, nonché nel settore delle macchine per l'automazione e applicazione di accessori per settore dell'abbigliamento.

Cobrax S.r.l. è controllata, tramite i fondi comuni di investimento mobiliari chiusi denominati "Sofipa Equity Fund" e "Sofipa Equity Fund II" gestiti da MCC, da Sofipa SGR S.p.A., attiva nella gestione collettiva del risparmio, a sua volta direttamente controllata da Capitalia S.p.A., *holding* dell'omonimo gruppo bancario.

Il fatturato realizzato nel 2006 da Cobrax S.p.A. a livello mondiale è stato pari a [10-44]¹ milioni di euro, di cui [10-44] milioni nell'Unione Europea e [1-10] milioni realizzati in Italia.

Il fatturato realizzato interamente in Italia da Sofipa SGR S.p.A. nel 2006 è pari a circa 7 milioni di euro.

Il fatturato consolidato realizzato nel 2006 dal gruppo bancario Capitalia in Italia, calcolato ai sensi dell'articolo 16, comma 2, della legge n. 287/90 (un decimo dell'attivo dello stato patrimoniale, esclusi i conti d'ordine), è stato di circa 13,4 miliardi di euro.

MERAS S.p.A. è attiva nella produzione e commercializzazione di cerniere e cursori in metallo, plastica e nylon per l'industria dell'abbigliamento, in particolare nelle applicazioni di fascia alta e di lusso.

Il fatturato realizzato nel 2006 in Italia da Meras S.p.A. è stato [10-44] milioni di euro.

II. DESCRIZIONE DELL'OPERAZIONE

L'operazione comunicata consiste nell'acquisizione, da parte di Cobrax, del 100% del capitale sociale di Meras S.p.A., che confluirà in una società di nuova costituzione denominata Nuova Meras. Al termine dell'operazione, pertanto, Cobrax acquisirà il 100% del capitale sociale di Nuova Meras.

¹ Nella presente versione alcuni dati sono omessi, in quanto si sono ritenuti sussistenti elementi di riservatezza o di segretezza delle informazioni.

Parte integrante dell'operazione è un patto di non concorrenza in base al quale ciascuno degli attuali azionisti di Meras si impegna a non svolgere alcuna attività in concorrenza con le attività di Nuova Meras per un periodo di cinque anni decorrente dal perfezionamento dell'acquisizione; le parti sostengono che la durata del patto di concorrenza pattuita superiore al massimo fissato a livello comunitario nel caso in esame risulta necessaria al fine di salvaguardare il valore dell'investimento a fronte dell'importanza del *know-how* dell'impresa oggetto di acquisizione.

III. QUALIFICAZIONE DELL'OPERAZIONE

L'operazione, in quanto comporta l'acquisizione del controllo esclusivo 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 440 milioni di euro.

Il patto di non concorrenza sopra descritto costituisce una restrizione accessoria all'operazione in esame in quanto appare strettamente funzionale alla salvaguardia del valore della parte di imprese oggetto di acquisizione a condizione che esso abbia una durata limitata a tre anni decorrenti dal perfezionamento della presente operazione².

IV. VALUTAZIONE DELLA CONCENTRAZIONE

Il settore interessato dalla presente operazione è quello della produzione e commercializzazione di sistemi di chiusura per confezioni di abbigliamento. Tale settore è composto da due macro segmenti relativi alla produzione e commercializzazione dei bottoni e delle chiusure lampo.

Mentre la società acquirente è attiva esclusivamente nella produzione e commercializzazione di bottoni, la società oggetto di acquisizione è attiva nella produzione e commercializzazione delle chiusure lampo.

In funzione del tipo di utilizzo, del materiale e del sistema di applicazione, possono essere identificati anche ulteriori sotto segmenti del macro segmento delle chiusure lampo, quali zip in metallo, zip in plastica e in nylon. La domanda di chiusure lampo proviene prevalentemente dai produttori di confezioni di abbigliamento.

Le parti notificanti sostengono che l'ambito geografico interessato dalla operazione in esame sia nazionale, in considerazione della specificità delle condizioni di concorrenza.

Non si ritiene comunque necessario procedere ad una precisa definizione del mercato interessato, data la mancanza di sovrapposizione tra le attività della parti.

La società oggetto di acquisizione era presente in Italia nel 2006 nel segmento della produzione e commercializzazione di chiusure lampo in Italia con un quota di [1-5%] a fronte di importanti concorrenti, quali YKK, Lanfranchi e Riri, che detengono quote pari rispettivamente a [20-25%], [15-20%] e [10-15%].

² Cfr. la Comunicazione della Commissione sulle restrizioni direttamente connesse e necessarie alle operazioni di concentrazione n. 2005/C 56/03, par. 20.

Nel segmento relativo alla produzione e commercializzazione di bottoni, in cui sono attivi concorrenti di rilievo, quali Fiocchi Prym, BAP, Capica Minuterie, Cobrax S.r.l. era presente, tramite la sua controllata Cobra, in Italia nel 2006 con una quota di [1-5%] mentre la società oggetto di acquisizione non è attiva in tale settore.

Dal momento che le attività della società acquirente e della società oggetto di acquisizione non presentano margini di sovrapposizione, considerata peraltro la presenza di importanti concorrenti in entrambi i segmenti, l'operazione di concentrazione in esame non è idonea a modificare le condizioni concorrenziali nel settore in esame.

RITENUTO, pertanto, che l'operazione in esame non determina, ai sensi dell'articolo 6, comma 1, della legge n. 287/90, la costituzione o il rafforzamento di una posizione dominante sul mercato interessato tale da eliminare o ridurre in modo sostanziale e durevole la concorrenza;

RITENUTO, altresì, che il patto di non concorrenza concluso tra le parti è accessorio alla presente operazione nei limiti sopra descritti e che l'Autorità si riserva di valutare, laddove ne sussistano i presupposti, il suddetto patto ove si realizzi oltre il tempo sopraindicato;

DELIBERA

di non avviare l'istruttoria di cui all'articolo 16, comma 4, della legge n. 287/90.

Le conclusioni di cui sopra saranno comunicate, ai sensi dell'articolo 16, comma 4, della legge n. 287/90, alle imprese interessate e al Ministro dello Sviluppo Economico.

Il presente provvedimento verrà pubblicato ai sensi di legge.

p. IL SEGRETARIO GENERALE
Francesca Romana Ferri

IL PRESIDENTE
Antonio Catricalà

C8619 - UNICALCESTRUZZI/RAMO D'AZIENDA DI F.C.M.*Provvedimento n. 17084*

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 12 luglio 2007;

SENTITO il Relatore Professoressa Carla Rabitti;

VISTA la legge 10 ottobre 1990, n. 287;

VISTA la comunicazione della UNICALCESTRUZZI S.p.A., pervenuta in data 25 giugno 2007;

CONSIDERATO quanto segue:

I. LE PARTI

UNICALCESTRUZZI S.p.A. (di seguito UNICAL) è una società attiva principalmente nella produzione e vendita di calcestruzzo preconfezionato ed inerti. Essa è interamente controllata dalla BUZZI UNICEM S.p.A. (di seguito BUZZI UNICEM), società che svolge, direttamente ed attraverso le proprie controllate, attività di produzione e commercializzazione di cemento, calce e di qualsiasi altro legante idraulico, di materiali da costruzione in genere, nonché attività di ricerca e coltivazione di materiali di miniera e di cava ed attività nel settore impiantistico. BUZZI UNICEM è a sua volta controllata da PRESA S.p.A., che ne detiene 44% circa del capitale sociale. Il fatturato consolidato realizzato a livello mondiale da Buzzi Unicem nel 2006 è stato di circa 3,2 miliardi di euro, di cui circa 964 milioni di euro per vendite in Italia e circa 879 milioni di euro per vendite nel resto dell'Unione Europea.

Oggetto di acquisizione del ramo d'azienda della società F.C.M. S.r.l. (di seguito FCM), costituito dall'unità produttiva in corso di installazione (sita in Tortolì, zona industriale località Baccasara - Nuoro) che sarà attivo nella produzione di calcestruzzo.

Più in generale, FCM è attiva nella produzione e commercializzazione di prodotti in calcestruzzo per l'edilizia e di materiali inerti, nonché nella commercializzazione di materiali per l'edilizia.

Il fatturato del 2006 di FCM per vendite in Italia risulta pari a circa 2,86 milioni di euro.

II. DESCRIZIONE DELL'OPERAZIONE

L'operazione comunicata consiste nell'acquisizione, da parte di UNICAL, del controllo esclusivo del ramo d'azienda costituito dall'unità produttiva (sita in Tortolì, zona industriale località Baccasara - Nuoro) in corso di installazione che sarà attivo nella produzione di calcestruzzo.

In particolare, l'operazione prevede la stipula di un contratto attraverso il quale FCM cederà in via esclusiva l'intera produzione di calcestruzzo della suddetta unità produttiva a decorrere da 15 giorni dall'effettuazione del collaudo e per la durata di sei anni con rinnovo automatico (per la medesima durata di sei anni), salva la facoltà di UNICAL di proporre disdetta con 6 mesi di preavviso dalla scadenza di ciascuna annualità a partire dal primo rinnovo. Inoltre, Unical, a fronte dell'attivazione del suddetto impianto, intende inertizzare il proprio impianto attualmente operante presso Elini (Nuoro).¹

¹ Condizione accessoria al presente contratto risulta anche la fornitura di inerte, che in precedenza veniva rifornito per l'impianto (in via di cessazione) di Elini di proprietà di UNICAL. Le precedenti forniture ammontavano a circa il 25% della produzione totale di inerte da parte di FCM e le parti ritengono che tale percentuale dovrebbe rimanere invariata

Infine le parti hanno previsto un patto di non concorrenza con la società venditrice, della durata di due anni e limitatamente alla provincia di Nuoro.

III. QUALIFICAZIONE DELL'OPERAZIONE

L'operazione in esame, in quanto comporta l'acquisizione del controllo di parte 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 realizzato nell'ultimo esercizio a livello nazionale dalle imprese interessate è stato superiore a 440 milioni di euro.

Il patto di non concorrenza intercorso tra le parti, descritto in precedenza, costituisce una restrizione accessoria all'operazione, in quanto funzionale alla salvaguardia del valore integrale dei cespiti ceduti².

IV. VALUTAZIONE DELLA CONCENTRAZIONE

Il mercato del prodotto e geografico

L'unità produttiva oggetto di acquisizione sarà attiva nella produzione di calcestruzzo. Inoltre l'accordo prevede anche, sebbene come condizione accessoria, la fornitura di inerte da parte di FCM a UNICAL. Pertanto, i mercati interessati ai fini della valutazione della presente operazione sono quelli del calcestruzzo e dei materiali inerti. Inoltre, si ritiene opportuno valutare gli effetti dell'operazione anche sul mercato del cemento, in quanto UNICAL, essendo controllata da Buzzi Unicem S.p.A., è attiva nella produzione e commercializzazione di cemento, che costituisce una materia prima indispensabile per la produzione di calcestruzzo.

Il calcestruzzo

Il calcestruzzo si ottiene con una miscela di cemento e di inerti, quali ghiaia e sabbia, di acqua e di eventuali additivi. La produzione del calcestruzzo viene eseguita con l'uso di macchine, essendo ormai generalmente superato il processo di impasto manuale. Il calcestruzzo può essere fornito agli utilizzatori preconfezionato, cioè già pronto per l'impiego, oppure essere confezionato direttamente in cantiere dall'utilizzatore stesso. Il mercato della produzione e commercializzazione di calcestruzzo ha dimensioni geografiche limitate in ragione delle caratteristiche di deperibilità del prodotto, dovute alla rapidità dei tempi di solidificazione dello stesso, nonché in relazione alla sua limitata trasportabilità. In base a tali considerazioni, l'Autorità ha ritenuto che tale mercato abbia una dimensione geografica pari ad un raggio di trenta chilometri attorno all'impianto di produzione.

I materiali inerti

I materiali inerti, quali ghiaia e sabbia, costituiscono insieme al cemento (oltre che all'acqua e ad eventuali additivi) gli elementi necessari per la produzione del calcestruzzo. Le dimensioni del mercato geografico degli inerti, in virtù del basso valore aggiunto del prodotto e dell'elevata incidenza dei costi di trasporto, vanno individuate nel raggio di circa 30 chilometri dal luogo di estrazione e lavorazione.

² Comunicazione della Commissione sulle restrizioni direttamente connesse e necessarie alle operazioni di concentrazione (2005/C56/03) pubblicata in GUCE del 5 marzo 2005, par. 20.

Il cemento

Il cemento è l'elemento principale per la produzione del calcestruzzo, non sostituibile con altri materiali. Nel mercato del cemento, la distribuzione geografica delle unità produttive è attribuibile in larga misura all'elevato rapporto fra peso e prezzo del cemento e, conseguentemente, all'alta incidenza dei costi di trasporto in relazione a quelli unitari di produzione. Tale fattore, che rende antieconomico il trasporto a grande distanza (ossia superiore ai 300 Km), comporta, anche in ragione della particolare conformazione geografica del territorio nazionale, la segmentazione del mercato nazionale del cemento in alcune macroaree, comprendenti le regioni che possono essere servite da un medesimo stabilimento produttivo.

Effetti dell'operazione

In relazione al mercato del calcestruzzo, UNICAL detiene una quota di mercato pari a circa [10-15%]³ e poiché a fronte dell'attivazione del suddetto impianto intende dismettere il proprio impianto attualmente operante presso Elini (Nuoro) nel medesimo mercato, l'operazione può considerarsi la sostituzione di un impianto con un altro⁴. Peraltro nel medesimo mercato sono presenti numerosi e qualificati concorrenti (Meridional Beton, Cogesca).

Nel mercato del cemento, il rapporto di fornitura di prodotto all'unità produttiva FCM oggetto di acquisizione rimarrà sostanzialmente invariato nell'attuale quantità sicché anche la quota di mercato di Unical si manterrà stabile.

Infine, per quanto riguarda il mercato dell'inerte, FCM nel 2006 ha fornito UNICAL con il 25% della propria produzione di inerte, per l'impianto di Elini. L'acquisizione di tale materiale rimarrà invariata ed essere destinata all'impianto oggetto della presente operazione.

In considerazione di quanto sopra, si ritiene che l'operazione in esame non sia idonea a restringere, in misura significativa, la concorrenza nel mercato interessato.

RITENUTO, pertanto, che l'operazione comunicata non determina, ai sensi dell'articolo 6, comma 1, della legge n. 287/90, la costituzione o il rafforzamento di una posizione dominante sui mercati interessati, tale da eliminare o ridurre in modo sostanziale e durevole la concorrenza;

DELIBERA

di non avviare l'istruttoria di cui all'articolo 16, comma 4, della legge n. 287/90.

Le conclusioni di cui sopra saranno comunicate, ai sensi dell'articolo 16, comma 4, della legge n. 287/90, alle imprese interessate e al Ministro dello Sviluppo Economico.

Il presente provvedimento verrà pubblicato ai sensi di legge.

p. IL SEGRETARIO GENERALE

Francesca Romana Ferri

IL PRESIDENTE

Antonio Catricalà

³ Nella presente versione alcuni dati sono omissi, in quanto si sono ritenuti sussistenti elementi di riservatezza o di segretezza delle informazioni.

⁴ Ove al capacità teorica produttiva dell'impianto oggetto dell'operazione venisse totalmente sfruttata la quota di Unical sul mercato passerebbe a [15-20%].

C8620 - SMA/RAMO D'AZIENDA DI BILLA

Provvedimento n. 17085

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 12 luglio 2007;

SENTITO il Relatore Professoressa Carla Rabitti;

VISTA la legge 10 ottobre 1990, n. 287;

VISTA la comunicazione della società SMA S.p.A., pervenuta in data 25 giugno 2007;

CONSIDERATO quanto segue:

I. LE PARTI

SMA S.p.A. (di seguito SMA), con sede legale a Rozzano (MI), è una società che opera nel settore della distribuzione moderna di prodotti alimentari e non alimentari. SMA è controllata al 100% dalla International Supermarket Stores société par actions simplifiée, la quale è a sua volta controllata al 93,20% dal gruppo francese Auchan SA.

Nel 2006, SMA ha realizzato in Italia un fatturato di circa 2,4 miliardi di euro.

Oggetto di acquisizione è un ramo d'azienda per la vendita al dettaglio di prodotti alimentari e non alimentari, sito nella provincia di Vicenza e appartenente alla società BILLA AG (di seguito BILLA), società di diritto austriaco operante in Italia nel settore del commercio all'ingrosso e al dettaglio di generi alimentari e non alimentari. L'esercizio commerciale oggetto di acquisizione ha una superficie di vendita autorizzata pari a 1.400 m² ed è attualmente inattivo, essendo stato gestito fino all'aprile 2007 direttamente da BILLA.

II. DESCRIZIONE DELL'OPERAZIONE

L'operazione comunicata consiste nell'acquisto, da parte di SMA, del descritto ramo d'azienda, il quale verrà gestito dalla stessa SMA con l'insegna commerciale "Simply Market".

III. QUALIFICAZIONE DELL'OPERAZIONE

L'operazione comunicata, in quanto comporta l'acquisizione del controllo di parte 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 440 milioni di euro.

IV. VALUTAZIONE DELLA CONCENTRAZIONE

Il mercato del prodotto

Il settore interessato dall'operazione comunicata è quello della distribuzione moderna di prodotti alimentari e non alimentari di largo e generale consumo.

All'interno della distribuzione moderna possono distinguersi diverse categorie di punti vendita (ipermercati, supermercati, superette e discount), che si differenziano in base a caratteristiche quali: la dimensione della superficie di vendita, il posizionamento di prezzo, l'ampiezza e la profondità della gamma di prodotti offerti, le caratteristiche espositive, la presenza di banchi per i prodotti freschi, la disponibilità di parcheggi.

Secondo quanto stabilito dall'Autorità nel caso Schemaventuno-Promodes/Gruppo GS¹, la diversità nella qualità e nel livello di servizi offerti dalle varie tipologie di punto vendita ne rende piuttosto deboli i rapporti di sostituibilità reciproci, che risultano sostanzialmente limitati alle categorie immediatamente contigue. Ai fini dell'individuazione del mercato rilevante dal punto di vista del prodotto, occorre pertanto partire da ciascuna tipologia di punto vendita e affiancare ad essa le categorie di punti vendita con le quali sussistano forti relazioni di sostituibilità.

Nel caso in esame, l'operazione è finalizzata all'apertura di un punto vendita avente una superficie superiore a 400 m² e inferiore a 1.500 m² e per essa, pertanto, il mercato rilevante è quello dei supermercati, composto dai punti vendita della distribuzione moderna di qualsiasi dimensione.

Il mercato geografico

Da un punto di vista geografico, il mercato ha dimensione locale, in considerazione dei comportamenti di acquisto dei consumatori e dell'importanza da questi attribuita alla prossimità dei punti vendita. L'esatta delimitazione della dimensione geografica dei mercati deve essere effettuata caso per caso, sulla base della dimensione dei bacini di utenza dei singoli punti vendita delle imprese interessate e del loro livello di sovrapposizione. In prima approssimazione essa può essere circoscritta ai confini amministrativi provinciali.

Nel caso in esame, l'ambito geografico di riferimento ai fini della valutazione dell'operazione, è quello della provincia di Vicenza, in cui è situato il ramo d'azienda.

Effetti dell'operazione

Nel mercato dei *supermercati* della provincia di Vicenza, il Gruppo Auchan detiene una quota pari al 15% circa², che sarà incrementata in misura marginale a seguito dell'operazione di concentrazione. Nello stesso mercato operano numerosi e qualificati concorrenti tra cui SELEX Commerciale (29%), SISA (13%) e COOP (6%).

Per quanto precede, l'operazione notificata non appare idonea a produrre effetti restrittivi per le dinamiche concorrenziali del mercato interessato.

RITENUTO, pertanto, che l'operazione in esame non determina, ai sensi dell'articolo 6, comma 1, della legge n. 287/90, la costituzione o il rafforzamento di una posizione dominante sul mercato interessato, tale da eliminare o ridurre in modo sostanziale e durevole la concorrenza;

¹ Cfr. Provv. dell'Autorità n. 6113 del 18 giugno 1998, C3037 - *Schemaventuno-Promodes/Gruppo Gs*, in Boll. n. 25/98.

² Elaborazioni dell'Autorità sulla base di dati Nielsen.

DELIBERA

di non avviare l'istruttoria di cui all'articolo 16, comma 4, della legge n. 287/80.

Le conclusioni di cui sopra saranno comunicate, ai sensi dell'articolo 16, comma 4, della legge n. 287/90, alle imprese interessate e al Ministro dello Sviluppo Economico.

Il presente provvedimento verrà pubblicato ai sensi di legge.

p. IL SEGRETARIO GENERALE

Francesca Romana Ferri

IL PRESIDENTE

Antonio Catricalà

C8621 - IL SOLE 24 ORE/DATA UFFICIO

Provvedimento n. 17086

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 12 luglio 2007;

SENTITO il Relatore Professoressa Carla Rabitti

VISTA la legge 10 ottobre 1990, n. 287;

VISTO l'atto della società Il Sole 24 Ore S.p.A., pervenuto in data 25 giugno 2007;

CONSIDERATO quanto segue:

I. LE PARTI

Il Sole 24 Ore S.p.A. (di seguito Il Sole) rappresenta la società cui fa capo il gruppo editoriale Il Sole 24 Ore (di seguito anche gruppo Il Sole); tale gruppo fa capo a Confindustria, che detiene il 90% del relativo capitale sociale, mentre il restante 10% è costituito da azioni proprie.

Il gruppo Il Sole 24 Ore opera principalmente nella produzione e commercializzazione di prodotti e servizi editoriali in diverse aree tematiche e su diversi supporti informativi, nella raccolta pubblicitaria destinata alla stampa quotidiana e periodica nonché nella raccolta pubblicitaria destinata alla radiofonia nazionale; inoltre, Il Sole opera nel settore delle agenzie di stampa e dei servizi su Internet.

Il fatturato consolidato realizzato dal gruppo Il Sole, nel 2006, interamente in Italia, è stato pari a circa 510 milioni di euro.

Data Ufficio S.p.A. è una società controllata da persone fisiche a capo di un gruppo attivo nella produzione e vendita di modulistica per ufficio nonché nella realizzazione di *software* gestionale destinato ai professionisti, alle piccole medie imprese e alla Pubblica Amministrazione.

Il fatturato realizzato nel 2006 dal gruppo facente capo a Data Ufficio S.p.A., interamente in Italia, è stato di circa 13,9 milioni di euro.

II. DESCRIZIONE DELL'OPERAZIONE

L'operazione in esame consiste nell'acquisizione, da parte della società Il Sole, dell'intero capitale sociale di Data Ufficio S.p.A.. Ciò comporterà l'acquisizione del controllo esclusivo da parte di Il Sole di Data Ufficio S.p.A. e delle imprese da questa controllate (Data Ware S.r.l. e Vulcano Idee S.r.l.), il cui capitale sociale verrà detenuto interamente da Il Sole.

III. QUALIFICAZIONE DELLA CONCENTRAZIONE

L'operazione, in quanto comporta l'acquisizione del controllo di imprese, 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 stessa legge, in quanto il fatturato totale

realizzato nell'ultimo esercizio a livello nazionale dall'insieme delle imprese interessate è stato superiore a 440 milioni di euro.

IV. VALUTAZIONE DELLA CONCENTRAZIONE

I mercati interessati dalla presente operazione sono quelli (i) della produzione e vendita di modulistica per ufficio, e (ii) del *software* gestionale destinato ai professionisti, alle piccole medie imprese e alla Pubblica Amministrazione.

Più precisamente, in relazione al primo mercato, la società oggetto di acquisizione produce e commercializza su tutto il territorio nazionale vari prodotti cartacei, quali, in particolare, moduli stampati standard utilizzati per effettuare adempimenti di natura fiscale e contributiva, come, ad esempio, moduli per la denuncia dei redditi, libri contabili, ricevute fiscali, fatture, documenti di trasporto, ecc.. La domanda di tali prodotti proviene essenzialmente dai soggetti titolari di partite IVA.

In virtù dell'omogeneità su tutto il territorio nazionale delle condizioni di offerta alla clientela, si può ritenere che il mercato della produzione e vendita di modulistica possa avere un'estensione nazionale.

Nel caso di specie non è tuttavia necessario addivenire ad una più precisa definizione del mercato interessato, dal momento che Il Sole non è attiva nella produzione e vendita di modulistica. Pertanto, con riferimento a questo mercato l'operazione non comporta alcuna sovrapposizione orizzontale tra le attività delle parti, risolvendosi nella sostituzione di un operatore con un altro. Peraltro, nel mercato italiano della produzione e vendita di modulistica per ufficio, che ha realizzato nel 2006 un valore totale di circa 2 miliardi di euro¹, Data Ufficio S.p.A. attualmente detiene una quota inferiore all'1%.

Nello stesso mercato sono presenti importanti concorrenti, quali Buffetti, di.Pro., Pigna, Cartiere Fabriano, Blasetti e Cartiere Favini, cui si aggiungono numerose tipografie diffuse sull'intero territorio nazionale.

Nell'ambito del secondo mercato interessato dall'operazione, quello del *software* gestionale, si individuano varie tipologie di soluzioni applicative, ossia i software di pianificazione delle risorse aziendali (cd. ERP, ossia Enterprise Resource Planning), che consentono alle aziende di automatizzare tutte le fasi dei processi aziendali (area amministrativo-contabile, logistica, statistica, produzione), i software per la gestione fiscale e amministrativa, destinati principalmente ai professionisti e i software per la gestione delle paghe e le connesse attività di assistenza e servizi.

Nel caso di specie, mentre il gruppo facente capo a Data Ufficio S.p.A. è attivo nella produzione e commercializzazione di software gestionale per i professionisti, per le piccole e medie imprese, per la Pubblica Amministrazione e per i CAAF, il gruppo Il Sole offre i suoi prodotti solo ai professionisti e alle piccole medie imprese.

In proposito, pur non escludendosi in linea di principio la possibilità di operare una ulteriore differenziazione all'interno del mercato sopra individuato, a seconda della tipologia della clientela, ai fini della presente operazione, in considerazione della scarsa rilevanza concorrenziale della stessa, la definizione esatta del mercato può essere lasciata aperta.

Sotto il profilo geografico, il predetto mercato ha una dimensione nazionale, in considerazione della specificità dei prodotti destinati ad utilizzatori di lingua italiana e operanti nell'ambito del

¹ Dati forniti dalla parte notificante.

sistema normativo italiano. Data Ufficio S.p.A. e Il Sole sono entrambi presenti nel mercato nazionale del *software* gestionale con una quota inferiore all'1%.

Nello stesso mercato sono attivi numerosi importanti operatori, fra cui IBM (che attualmente detiene il 39% circa del mercato italiano), SAP (presente con il 19% circa), Engineering (con una quota di mercato del 9%), Zucchetti (2,33%), TeamSystem (1,31%), Wolters Kluwer (1,18%), Sistemi (0,82%) e Buffetti/Dylog (0,78%). Sono inoltre attive numerose *software house* indipendenti.

L'operazione, pertanto, non appare comportare significativi effetti concorrenziali sul mercato del *software* gestionale.

RITENUTO, pertanto, che l'operazione in esame non determina, ai sensi dell'articolo 6, comma 1, della legge n. 287/90, la costituzione o il rafforzamento di una posizione dominante nei mercati interessati tale da eliminare o ridurre in modo sostanziale e durevole la concorrenza;

DELIBERA

di non avviare l'istruttoria di cui all'articolo 16, comma 4, della legge n. 287/90.

Le conclusioni di cui sopra saranno comunicate, ai sensi dell'articolo 16, comma 4, della legge n. 287/90, alle imprese interessate e al Ministro dello Sviluppo Economico.

Il presente provvedimento verrà pubblicato ai sensi di legge.

p. IL SEGRETARIO GENERALE
Francesca Romana Ferri

IL PRESIDENTE
Antonio Catricalà

C8622 - SCHNEIDER ELECTRIC/RITTO

Provvedimento n. 17087

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 12 luglio 2007;

SENTITO il Relatore Professoressa Carla Rabitti;

VISTA la legge 10 ottobre 1990, n. 287;

VISTA la comunicazione della società Schneider Electric SA, pervenuta in data 25 giugno 2007;

CONSIDERATO quanto segue:

I. LE PARTI

Schneider Electric SA (di seguito Schneider) è una società per azioni di diritto francese *holding* di un gruppo di società attive nel campo dell'energia e della costruzione e commercializzazione di componenti per l'automazione per macchine industriali.

Schneider è una società ad azionariato diffuso. Nel 2006 il fatturato realizzato da Schneider a livello mondiale è stato di circa 13,7 miliardi di euro di cui circa [5-6]¹ miliardi realizzati a livello europeo e circa [440-700] milioni di euro in Italia.

Ritto GmbH & Co. KG (di seguito Ritto) è una società di diritto tedesco attiva nella fornitura di sistemi di interfono e di comunicazione per l'edilizia, inclusi videocitofoni e citofoni. Nell'attività è ricompresa la distribuzione di dispositivi elettrici ed elettronici, di pezzi di ricambio e di apparecchiature connessi con dispositivi per il controllo dell'accesso agli edifici. Ritto vende i suoi prodotti ai grossisti di prodotti elettrici ed agli elettricisti.

Ritto è controllata da Sicro International Stiftung & Co KG (di seguito Sicro), a sua volta controllata dal gruppo Friedhelm Loh Stiftung & Co. KG, di proprietà della famiglia Friedhelm Loh.

Nel 2006 il fatturato di Ritto a livello mondiale è stato di circa 23,9 milioni di euro di cui circa [10-44] milioni realizzati a livello europeo e circa [inferiore a 1 milione di] euro in Italia.

II. DESCRIZIONE DELL'OPERAZIONE

L'operazione comunicata consiste nell'acquisizione, da parte di Schneider attraverso le proprie società controllate Schneider Electric Deutschland GmbH e Schneider Electric Industries SAS, del 100% del capitale sociale di Ritto da Sicro.

Ai sensi dello Share Purchase Agreement, per un periodo di due anni dalla realizzazione della presente operazione, Sicro dovrà astenersi e dovrà fare in modo che le proprie affiliate si astengano da:

– intraprendere, direttamente o indirettamente, qualunque attività di sviluppo, progettazione, produzione, assemblaggio, commercializzazione, distribuzione o prestazione di servizi inerenti a sistemi di accesso e comunicazione per edifici a destinazione residenziale o per uffici, nel limite in cui tali prodotti/servizi vengano commercializzati/offerti, direttamente o indirettamente, a clienti

¹ Nella presente versione alcuni dati sono omessi, in quanto si sono ritenuti sussistenti elementi di riservatezza o di segretezza delle informazioni.

residenti in Germania, Austria, Svizzera, Danimarca, Lussemburgo, Belgio, Romania, Olanda, Cina, Russia, Repubblica Ceca, Italia, Grecia, Finlandia, Islanda, Norvegia, Polonia, Spagna e Svezia (di seguito attività concorrenti);

– detenere, direttamente o indirettamente, alcuna partecipazione di natura non meramente finanziaria (ovvero che non attribuisca alcun diritto di controllo o facoltà di esercitare alcuna influenza sulla gestione) in alcuna società che sia, direttamente o indirettamente, coinvolta in alcuna delle attività concorrenti;

– agire come rappresentante per qualunque persona fisica o giuridica che sia coinvolta, direttamente o indirettamente, in alcuna delle attività concorrenti;

– condividere in qualunque modo con terzi che siano coinvolti, direttamente o indirettamente, in alcuna delle attività concorrenti, il proprio know how, avviamento o segreti aziendali inerenti alla società oggetto della presente acquisizione;

– esercitare alcuna influenza su clienti, fornitori, consulenti o terzi in genere che intrattengano relazioni contrattuali o d'altro tipo con Ritto, al fine di indurli a terminare tali relazioni o a diminuire il volume dei prodotti o dei servizi forniti/prestati;

– esercitare alcuna scelta in merito ai futuri amministratori, funzionari o dipendenti di Ritto.

III. QUALIFICAZIONE DELL'OPERAZIONE

L'operazione comunicata, in quanto comporta l'acquisizione del controllo esclusivo di un'impresa, costituisce una concentrazione ai sensi dell'articolo 5, 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 440 milioni di euro.

Il patto di non concorrenza tra le parti riveste natura accessoria all'operazione in esame, in quanto direttamente legato e necessario alla realizzazione della medesima.

IV. VALUTAZIONE DELLA CONCENTRAZIONE

Il mercato del prodotto

L'operazione di concentrazione in esame riguarda il settore dei sistemi di sicurezza.

Tali sistemi fanno parte del più ampio settore dei dispositivi di sicurezza che comprende anche i sistemi antincendio e anti-intrusione. Secondo gli orientamenti nazionale e comunitario², ciascuno di tali sistemi si distingue dagli altri in quanto risponde, dal punto di vista del cliente, a scopi diversi e non è pertanto interscambiabile con gli altri. Nel caso di specie, la società acquisita è attiva esclusivamente nella produzione e commercializzazione di dispositivi di sorveglianza e di controllo degli accessi negli edifici, quali video citofoni e citofoni.

² Cfr. la decisione della Commissione Europea nel caso IV/M.913, *Siemens/Elektrowatt*, del 18 novembre 1997 in GUCE L88/1 31 marzo 1999 par. 18-22 e i provvedimenti resi dall'Autorità nei casi C3852 - *Honeywell International/Pittway*, del 24 febbraio 2000 in Boll. 8/00, C4820 - *Tyco/Red System*, del 27 settembre 2001 in Boll. 39/01 e C4943 - *Elsag/Italdia Ingegneria dell'Idea*, del 13 dicembre 2001 in Boll. 50/01.

I sistemi in questione consentono la rilevazione e l'acquisizione in formato elettronico di caratteristiche biofisiche per la verifica ed il controllo degli accessi con finalità di sorveglianza nascosta o a distanza.

Il mercato geografico

In merito alla dimensione geografica del mercato, si rileva che, sebbene nel settore dei sistemi di sicurezza vi sia una tendenza all'uniformazione a livello europeo, considerato che molti Paesi europei dispongono di regimi propri di omologazione, il mercato dei dispositivi di sorveglianza in esame appare ancora di dimensione nazionale.

Pertanto, anche conformemente all'orientamento nazionale e comunitario³, si ritiene che il mercato rilevante abbia una dimensione nazionale.

Effetti dell'operazione

Nel mercato nazionale del controllo dell'accesso agli edifici, sia Ritto sia Schneider detengono una quota largamente inferiore all'1%. A seguito dell'operazione in esame, pertanto, Schneider verrà a detenere una quota largamente inferiore all'1%. In tale mercato sono presenti numerosi e qualificati concorrenti, quali Urmet, Bticino e Siedle.

In virtù di quanto considerato, si ritiene che nel mercato di riferimento l'operazione non avrà effetti pregiudizievoli per la concorrenza, non determinando modifiche sostanziali nella struttura concorrenziale dello stesso.

RITENUTO, pertanto, che l'operazione in esame non determina, ai sensi dell'articolo 6, comma 1, della legge n. 287/90, la costituzione o il rafforzamento di una posizione dominante sul mercato interessato, tale da eliminare o ridurre in modo sostanziale e durevole la concorrenza;

DELIBERA

di non avviare l'istruttoria di cui all'articolo 16, comma 4, della legge n. 287/90.

Le conclusioni di cui sopra saranno comunicate, ai sensi dell'articolo 16, comma 4, della legge n. 287/90, alle imprese interessate e al Ministro dello Sviluppo Economico.

Il presente provvedimento verrà pubblicato ai sensi di legge.

p. IL SEGRETARIO GENERALE
Giovanni Calabrò

IL PRESIDENTE
Antonio Catricalà

³ Cfr. decisione della Commissione nel caso IV/M.913 e i provvedimenti dell'Autorità nei casi C3852, C4820 e C4943, cit..

C8624 - VEOLIA SERVIZI AMBIENTALI/TERMOMECCANICA*Provvedimento n. 17088*

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 12 luglio 2007;

SENTITO il Relatore Giorgio Guazzaloca;

VISTA la legge 10 ottobre 1990, n. 287;

VISTA la comunicazione dell'impresa Veolia Servizi Ambientali S.p.A., pervenuta in data 25 giugno 2007;

CONSIDERATO quanto segue:

I. LE PARTI

Veolia Servizi Ambientali S.p.A. (di seguito VSA) è una società per azioni di diritto italiano attiva nella raccolta, trasporto e trattamento di rifiuti, gestione di discariche e impianti di trattamento e inceneritori. La società fa parte del gruppo Veolia Environnement, la cui capogruppo è Veolia Environnement S.A., società di diritto francese a capitale diffuso, tra i principali operatori mondiali nei settori dell'energia, dell'acqua, dei rifiuti e dei trasporti.

Nel 2006, il fatturato consolidato realizzato a livello mondiale dal gruppo Veolia Environnement è stato di circa [20-30]¹ miliardi di euro, di cui circa [20-30] miliardi di euro in Europa e [700-1.000] milioni di euro in Italia.

Termomeccanica S.p.A. (di seguito Termomeccanica) è una società per azioni di diritto italiano, *holding* di un gruppo di imprese attive nei settori dell'ingegneria ambientale. Tra le imprese del gruppo figura la TME Termomeccanica Ecologia S.p.A. (di seguito, TME), la quale attualmente controlla in via esclusiva TMT Tecnitalia S.p.A. (di seguito TMT), che a sua volta detiene partecipazioni di maggioranza in alcune società operanti nella gestione di rifiuti e produzione di energia elettrica in diverse regioni d'Italia.

Nel 2006, il fatturato del gruppo Termomeccanica è stato di circa [100-440] milioni di euro, interamente realizzati in Italia; il fatturato della sola TMT nello stesso periodo è stato di circa [44-100] milioni di euro.

II. DESCRIZIONE DELL'OPERAZIONE

L'operazione comunicata riguarda l'acquisizione da parte di VSA del 75% di TMT a mezzo di un contratto di compravendita di azioni (di seguito Contratto) stipulato con TME, la quale provvederà anche a trasferire a Termomeccanica il restante 25% detenuto in TMT. Il Contratto prevede altresì una opzione di *put/call* per l'acquisto di tale 25% da parte di VSA entro il 2012.

Allegato al Contratto è un patto parasociale (di seguito Patto) da sottoscrivere da parte di VSA e Termomeccanica, in virtù del quale VSA nominerà quattro dei sei componenti il Consiglio di Amministrazione di TMT e Termomeccanica i restanti due; il CdA delibererà secondo le

¹ Nella presente versione alcuni dati sono omessi, in quanto si sono ritenuti sussistenti elementi di riservatezza o di segretezza delle informazioni.

maggioranze previste dalla legge, salvo per una serie limitata di decisioni di straordinaria amministrazione che saranno soggette al voto favorevole di cinque componenti. Sempre in base al Patto, la nomina dei principali dirigenti di TMT (amministratore delegato, direttore generale, direttore tecnico e direttore amministrazione finanza e controllo) spetterà a VSA. Termomeccanica potrà designare il primo presidente del CdA di TMT: in caso di sua cessazione dalla carica per qualsiasi ragione, la successiva designazione spetterà a VSA.

Oltre al Patto, VSA e Termomeccanica stipuleranno con TMT un accordo denominato *Industrial Agreement* (di seguito Accordo) in virtù del quale Termomeccanica e le società dalla stessa controllate si asterranno per un periodo di cinque anni dallo svolgere attività di sviluppo, esercizio e/o gestione di una concessione per la costruzione e l'esercizio di impianti di gestione, trattamento e smaltimento di rifiuti in un'area geografica ricomprendente Italia, Malta, Slovenia, Bielorussia, Bosnia-Erzegovina, Moldavia, Croazia, Macedonia, Grecia, Serbia, Montenegro, Albania, Cipro e Romania.

III. QUALIFICAZIONE DELL'OPERAZIONE

L'operazione in esame, 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 dalle imprese interessate è stato superiore a 440 milioni di euro.

Sulla base dei contenuti del Contratto, del Patto e dell'Accordo, l'operazione determinerà l'acquisizione del controllo esclusivo di TMT da parte di VSA. Quest'ultima, infatti, anche alla luce delle previsioni contenute nel Patto stipulato, risulta in grado di esercitare un'influenza determinante sulla Autorità di TMT. Per quanto, infatti, alcune decisioni relative alle attività di TMT siano soggette all'approvazione anche da parte di un consigliere di amministrazione nominato da Termomeccanica, nel complesso tale previsione appare funzionale alla tutela degli interessi e degli investimenti del socio di minoranza nella società, in modo particolare a fronte del resto delle decisioni nella disponibilità della maggioranza semplice del CdA, nonché del diritto di nomina in capo a VSA di tutti i principali organi dirigenti.

Con riferimento all'obbligo di non concorrenza previsto nell'Accordo a carico di Termomeccanica, esso risulta direttamente connesso e necessario alla realizzazione della concentrazione limitatamente al territorio italiano e per un periodo di due anni dalla stipula del contratto di compravendita di azioni, in quanto soltanto entro tali limiti appare funzionale alla salvaguardia dell'investimento effettuato da VSA in TMT. Al riguardo, si fa presente che allo stato TMT opera esclusivamente in Italia, pertanto l'area geografica sopra richiamata è ben più estesa di quella relativa alle attività effettive dell'impresa di cui VSA acquista il controllo congiunto. Anche la durata dell'obbligo, nella misura di cinque anni, inoltre, copre un periodo di tempo eccessivo rispetto alla tutela del valore dell'impresa acquisita da VSA, tenuto conto della natura e delle modalità di svolgimento delle attività di TMT.

IV. VALUTAZIONE DELLA CONCENTRAZIONE

L'operazione in esame interessa i settori dei servizi ambientali e dell'energia. In particolare, i mercati interessati risultano essere i seguenti: (i) gestione di rifiuti urbani; (ii) gestione dei rifiuti speciali; (iii) servizi di bonifica ambientale; (iv) approvvigionamento all'ingrosso di energia elettrica. I primi tre mercati, direttamente attinenti ai servizi ambientali, hanno dimensioni geografiche nazionali, mentre il quarto ha dimensioni sovraregionali, sulla base di una suddivisione in macrozone dettata principalmente dai differenti prezzi di vendita dell'energia elettrica²: con specifico riferimento alle attività di TMT e delle sue controllate, le macrozone interessate risultano essere quella Nord, Sud e Sicilia.

In nessuno dei mercati citati l'operazione comporterà effetti di rilievo, posto che le parti detengono quote assai contenute. In particolare, sul mercato della gestione di rifiuti urbani la quota congiunta non supera il 2%, su quello della gestione di rifiuti speciali è inferiore allo 0,1%, su quello dei servizi di bonifica ambientale è inferiore all'1%, su quello di approvvigionamento all'ingrosso di energia elettrica è inferiore allo 0,1% in ciascuna delle macrozone considerate.

RITENUTO, pertanto, che l'operazione in esame non determina, ai sensi dell'articolo 6, comma 1, della legge n. 287/90, la costituzione o il rafforzamento di una posizione dominante sul mercato interessato, tale da eliminare o ridurre in modo sostanziale e durevole la concorrenza;

RITENUTO, altresì, che il patto di non concorrenza intercorso tra le parti è accessorio alla presente operazione nei soli limiti sopra descritti e che l'Autorità si riserva di valutare, laddove ne sussistano i presupposti, il suddetto patto che realizzi l'oggetto ivi indicato;

DELIBERA

di non avviare l'istruttoria di cui all'articolo 16, comma 4, della legge n. 287/90.

Le conclusioni di cui sopra saranno comunicate, ai sensi dell'articolo 16, comma 4, della legge n. 287/90, alle imprese interessate e al Ministro dello Sviluppo Economico.

Il presente provvedimento verrà pubblicato ai sensi di legge.

p. IL SEGRETARIO GENERALE
Giovanni Calabrò

IL PRESIDENTE
Antonio Catricalà

² V. provv. n. 16191 del 23 novembre 2006, C8082 - AAR e Ticino SA di Elettricità-Atel/Gestimi-Idrovalsesia, in *Bollettino* n. 47/06.

C8625 - EUTELIA/EUNICS*Provvedimento n. 17089*

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 12 luglio 2007;

SENTITO il Relatore Giorgio Guazzaloca;

VISTA la legge 10 ottobre 1990, n. 287;

VISTA la comunicazione della Eutelia S.p.A., pervenuta in data 25 giugno 2007;

CONSIDERATO quanto segue:

I. LE PARTI

Eutelia S.p.A. è una società con sede in Arezzo, che svolge, direttamente ed attraverso le proprie controllate, attività di gestione e fornitura, nei confronti delle imprese e dell'utenza finale, di impianti e reti di telecomunicazione fissa e di servizi di telecomunicazioni in genere, tra cui telefonia vocale, accesso ad internet e trasmissione dati.

I soci di Eutelia sono alcune società finanziarie e persone fisiche; nessuno dei soci esercita, però, il controllo sulla società; né, d'altro canto, risulta individuabile, all'interno dell'azionariato, alcun socio che detenga una partecipazione di "minoranza qualificata".

Nel 2006, il fatturato realizzato a livello mondiale da Eutelia S.p.A. è stato pari a circa 407 milioni di euro, di cui circa 382 milioni nell'Unione Europea e circa 24 milioni in Italia.

Eunics S.p.A. è una società con sede in Pregnana Milanese (MI), che svolge, direttamente ed attraverso le proprie controllate, attività di prestazione di servizi di Information & Communication Technology nei confronti di grandi e medie imprese e della pubblica amministrazione centrale e locale.

Attualmente, Eunics S.p.A. risulta partecipata da Finanziaria Italiana S.p.A., che ne detiene il 65% del capitale sociale, e dalla medesima Eutelia S.p.A., che ne detiene il 35% del capitale sociale.

Nel 2006, il fatturato di Eunics S.p.A., realizzato interamente in Italia, è stato pari a circa 76 milioni di euro.

II. DESCRIZIONE DELL'OPERAZIONE

L'operazione comunicata consiste nell'acquisizione, da parte di Eutelia S.p.A., del 65% del capitale sociale di Eunics S.p.A. In tal modo Eutelia S.p.A., che attualmente detiene il 35% del capitale sociale di Eunics S.p.A., diverrà titolare della totalità del capitale sociale e, quindi, del controllo esclusivo della stessa. Successivamente, una volta ottenuto il 100% delle partecipazioni sociali in Eunics S.p.A., Eutelia S.p.A. procederà alla fusione per incorporazione della medesima società acquisita.

III. QUALIFICAZIONE DELL'OPERAZIONE

L'operazione comunicata, in quanto comporta l'acquisizione del controllo esclusivo 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 440 milioni di euro.

IV. VALUTAZIONE DELLA CONCENTRAZIONE

Il mercato del prodotto

Il settore interessato dall'operazione in esame è quello dei servizi di c.d. *Information Technology*¹, il quale, in conformità con la giurisprudenza nazionale e comunitaria, comprende sette categorie di servizi: 1) *IT management*; 2) *business management*; 3) sviluppo e integrazione di *software*; 4) consulenza; 5) manutenzione *software*; 6) manutenzione *hardware*; 7) istruzione e addestramento. Tali segmenti, a loro volta, sono ulteriormente segmentabili in gruppi di servizi².

Per quanto concerne la definizione del mercato rilevante sotto il profilo merceologico, deve evidenziarsi che tale definizione non risulta agevole, in considerazione della rapida evoluzione tecnologica e del fatto che le imprese presenti su tali mercati tendono ad offrire una molteplicità di servizi, adattando la propria offerta alla domanda delle imprese.

Tuttavia, nel caso di specie, non è necessario definire se ciascuna delle categorie di servizi sopra evidenziate costituisca un mercato distinto o solo un segmento del più ampio mercato dei servizi di *IT Management*; tale definizione, quindi, può essere lasciata aperta, tenuto conto dell'assenza di sovrapposizione orizzontale tra le attività delle parti.

In relazione all'estensione geografica dei mercati relativi al settore dell'*IT*, in conformità alla giurisprudenza nazionale³, essi appaiono presentare dimensione nazionale, in considerazione della specificità della domanda della suddetta tipologia di servizi e prodotti informatici, che vede omogenee condizioni concorrenziali sul mercato italiano e dell'assenza di significative importazioni di servizi di *IT*.

Peraltro, come evidenziato di recente dalla giurisprudenza comunitaria⁴, tali mercati tendono verso l'internazionalizzazione sia dal lato della domanda sia dell'offerta, considerato che: *a)* i fornitori offrono i propri servizi su base sopranazionale; *b)* la natura e la qualità dei servizi non differisce da un Paese all'altro; *c)* i lavoratori del settore sono caratterizzati da un'elevata mobilità; *d)* l'inglese è utilizzato come lingua comune per tutte le applicazioni *IT*.

In ogni caso, ai fini della valutazione della presente operazione non è necessario procedere ad un'esatta definizione del mercato geografico rilevante, in quanto l'operazione stessa non appare idonea a modificare le condizioni di concorrenza esistenti.

¹ Cfr. Provv. AGCM del 18 gennaio 2007, caso C8203, *Eunics/Bull Italia*, pubbl. in Boll. n. 3/2007.

² Cfr. Provv. AGCM del 26 aprile 2007, caso C8440, *Roma Servizi Informatici/Ramo d'azienda di ABN AMRO Bank*, pubbl. in Boll. n. 17/07.

³ Cfr., da ultimo, Provv. AGCM del 22 giugno 2005, casi C708, *Fiat/Ramo di Azienda di IBM Italia*, e C7083, *Fiat/Rami di azienda di Global Value Services*.

⁴ Cfr. Decisione della Commissione n. COMP7M.2478 *IBM Italia/Business Solutions/JV*, del 29 giugno 2001 e n. COMP/M.2906 *HP/Compaq*, del 31 gennaio 2002.

Infatti, per quanto concerne la posizione delle Parti, si osserva che la quota di mercato di Eunics S.p.A. nel mercato italiano dei servizi di IT risulta inferiore all'1%, mentre Eutelia S.p.A. non è presente.

L'operazione in esame, determinando la mera sostituzione di un operatore con un altro non precedentemente presente nel mercato interessato, non risulta suscettibile di alterare l'attuale assetto competitivo del mercato medesimo.

RITENUTO, pertanto, che l'operazione in esame non determina, ai sensi dell'articolo 6, comma 1, della legge n. 287/90, la costituzione o il rafforzamento di una posizione dominante sul mercato interessato, tale da eliminare o ridurre in modo sostanziale e durevole la concorrenza;

DELIBERA

di non avviare l'istruttoria di cui all'articolo 16, comma 4, della legge n. 287/90.

Le conclusioni di cui sopra saranno comunicate, ai sensi dell'articolo 16, comma 4, della legge n. 287/90, alle imprese interessate e al Ministro dello Sviluppo Economico.

Il presente provvedimento verrà pubblicato ai sensi di legge.

p. IL SEGRETARIO GENERALE
Francesca Romana Ferri

IL PRESIDENTE
Antonio Catricalà

C8633 - UNIPOL BANCA/COOPERLEASING

Provvedimento n. 17090

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 12 luglio 2007;

SENTITO il Relatore Dottor Antonio Pilati;

VISTA la legge 10 ottobre 1990, n. 287;

VISTA la comunicazione di Unipol Banca S.p.A., pervenuta in data 28 giugno 2007;

CONSIDERATO quanto segue:

I. LE PARTI

Unipol Banca S.p.A. (di seguito anche "U.B.") è una banca, controllata da Unipol Assicurazioni S.p.A., attiva nei settori del credito, della gestione del risparmio, del *merchant banking*, dell'intermediazione mobiliare, della cartolarizzazione dei crediti e dell'attività fiduciaria.

Il fatturato realizzato in Italia dal Gruppo Unipol, con riferimento all'esercizio 2006, da considerare ai sensi dell'art. 16, commi 1 e 2 (un decimo dell'attivo dello stato patrimoniale, esclusi i conti d'ordine), della legge n. 287/90, è risultato pari a circa 12 miliardi di euro.

Cooperleasing S.p.A. (di seguito anche "Cooperleasing") è una società attiva nel settore del leasing finanziario. I principali azionisti di Cooperleasing sono BNL con una quota di capitale pari al 30% e Locafit S.p.A. (gruppo BNL) con una quota pari al 20%.

Il fatturato realizzato in Italia da Cooperleasing, con riferimento all'esercizio 2006, da considerare ai sensi dell'art. 16, commi 1 e 2 (un decimo dell'attivo dello stato patrimoniale, esclusi i conti d'ordine), della legge n. 287/90, è risultato pari a circa 5 milioni di euro.

II. DESCRIZIONE DELL'OPERAZIONE

L'operazione in esame consiste nell'acquisizione del 100% del capitale sociale di Cooperleasing da parte di U.B..

III. QUALIFICAZIONE DELL'OPERAZIONE

L'operazione, in quanto comporta l'acquisizione del controllo esclusivo di un'impresa, costituisce una concentrazione ai sensi dell'art. 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'art. 16, commi 1 e 2, della medesima legge, in quanto il fatturato totale realizzato nell'ultimo esercizio a livello nazionale dalle imprese interessate è stato superiore a 440 milioni di euro.

IV. VALUTAZIONE DELLA CONCENTRAZIONE

L'operazione in esame interessa il mercato del *leasing* finanziario. Il *leasing* finanziario è il contratto in base al quale una società finanziaria, che ha acquistato per conto di un'impresa industriale o

commerciale un bene ad essa necessario, lo cede alla stessa impresa in godimento, per un determinato periodo di tempo, dietro pagamento di un canone e con facoltà di optare, alla scadenza, tra la restituzione o il conseguimento della proprietà previo versamento di un ulteriore importo.

La dimensione geografica del mercato interessato è nazionale in quanto gli strumenti finanziari in oggetto presentano caratteristiche standard su tutto il territorio italiano.

I principali operatori attivi nel mercato del leasing finanziario sono le società Locat S.p.A., Banca Italease S.p.A., San Paolo Leasing S.p.A., Intesa Leasing S.p.A. e Mps Leasing e Factoring che complessivamente detengono una quota di mercato del 51,4%.

Considerato che la società acquisita detiene una modesta quota nel mercato interessato (inferiore all'1%), in cui peraltro la società acquirente non è presente, l'operazione non risulta in grado di incidere sostanzialmente sui meccanismi concorrenziali nel mercato suddetto.

RITENUTO, pertanto, che l'operazione in esame non determina, ai sensi dell'articolo 6, comma 1, della legge n. 287/90, la costituzione o il rafforzamento di una posizione dominante sul mercato interessato, tale da eliminare o ridurre in modo sostanziale e durevole la concorrenza;

DELIBERA

di non avviare l'istruttoria di cui all'articolo 16, comma 4, della legge n. 287/90.

Le conclusioni di cui sopra saranno comunicate, ai sensi dell'articolo 16, comma 4, della legge n. 287/90, alle imprese interessate ed al Ministro dello Sviluppo Economico.

Il presente provvedimento verrà pubblicato ai sensi di legge.

p. IL SEGRETARIO GENERALE

Francesca Romana Ferri

IL PRESIDENTE

Antonio Catricalà

ATTIVITA' DI SEGNALAZIONE E CONSULTIVA

AS410 - CONSORZIO DI RIASSICURAZIONE DI POLIZZE AGRICOLE PRESSO L'ISMEA (ISTITUTO DI SERVIZI PER IL MERCATO AGRICOLO ALIMENTARE)

Roma, 2 luglio 2007

Ministro delle Politiche Agricole, Alimentari e Forestali
Onorevole Paolo De Castro

Con riferimento alla richiesta di parere concernente la costituzione e il funzionamento del Consorzio italiano di coriassicurazione contro le calamità naturali in agricoltura presso l'ISMEA - Istituto di servizi per il Mercato Agricolo Alimentare, pervenuta in data 6 giugno 2007, l'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato, ai sensi dell'articolo 22 della legge n. 287/90, intende svolgere le seguenti considerazioni, sulla base delle informazioni disponibili in merito all'iniziativa in questione.

Come già esplicitato nel parere reso in data 2 maggio 2006 la valutazione della liceità di un consorzio di coriassicurazione sotto un profilo antitrust deve essere condotta avendo a riferimento i principi contenuti nel Regolamento (CE) n. 358/2003 della Commissione del 27 febbraio 2003. In particolare, l'art. 1, lett. e), del citato regolamento esenta la costituzione e il funzionamento dei consorzi *“per la copertura in comune di una specifica categoria di rischi mediante la coassicurazione o la coriassicurazione”*, purché siano rispettate le condizioni specificate nei considerando 18-23 e nel capo IV del regolamento medesimo, con riferimento tanto alla costituzione quanto alle modalità di funzionamento dei consorzi.

Il regolamento comunitario, nel ponderare i possibili effetti benefici per i consumatori ed il mercato derivanti dalla riassicurazione in comune di determinati rischi con i rischi di coordinamento orizzontale tra le imprese, prevede una soglia del 25% per la raccolta premi nel mercato rilevante realizzata per i prodotti sottoscritti nell'ambito del consorzio dai propri membri. Secondo quanto comunicato da codesto Ministero, il consorzio intende specializzarsi principalmente nell'offerta di polizze multirischio, per le quali l'offerta di riassicurazione è limitata; tali polizze attualmente rappresentano meno del 4% del mercato dell'assicurazione agricola agevolata. Conseguentemente il costituendo consorzio appare rispettare il requisito indicato dal regolamento di esenzione relativamente alla raccolta premi nel mercato interessato.

Il citato regolamento precisa, inoltre, che il requisito relativo al fatturato del consorzio di coriassicurazione, seppur necessario, non è però sufficiente per garantirne l'esenzione. Al riguardo è necessario che il consorzio, sia nell'oggetto che nei successivi comportamenti dei consorziati, adotti

misure tese a minimizzare le possibili restrizioni della concorrenza tra i propri membri. Nell'articolo 8 del regolamento comunitario sono indicati i principi cui il consorzio si deve conformare nel suo funzionamento. Tra questi rilevano quelli relativi al diritto di recesso dei soci, alla possibilità dei consorziati di decidere se cedere, totalmente o in parte, i rischi del tipo coperto dal consorzio, al divieto di ripartire i mercati tra i consorziati o di stabilire congiuntamente i premi commerciali.

Lo Statuto e il Regolamento del consorzio appaiono contenere norme coerenti con detti principi e, pertanto, l'attività del consorzio appare ricadere tra le fattispecie previste nel regolamento comunitario come meritevoli di esenzione.

L'Autorità, nel rendere il presente parere sulle regole di funzionamento del consorzio di coriassicurazione per i rischi agricoli, auspica, infine, che nella futura gestione dello stesso le imprese di assicurazione vogliano continuare ad attenersi ai principi indicati nel regolamento di esenzione e a quelli contenuti nello Statuto e nel Regolamento del consorzio.

IL PRESIDENTE

Antonio Catricalà

AS411 - LEGGE DELLA REGIONE LOMBARDIA RECANTE DISCIPLINA DELLA RICERCA, COLTIVAZIONE E UTILIZZO DELLE ACQUE MINERALI E TERMALI

Roma, 24 luglio 2007

Regione Lombardia
Presidente Dottor Roberto Formigoni
Conferenza Unificata Stato-Regioni, Città e Autonomie Locali
Presidente On.le Linda Lanzillotta

L'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato ha ricevuto una segnalazione relativa a presunte restrizioni della concorrenza nella fornitura di acque termali sorgenti dalle fonti situate nel giacimento ubicato nel comune di Sirmione, sito nella Regione Lombardia.

L'Autorità, ai sensi dell'articolo 21 della legge 10 ottobre 1990 n. 287, sulla base degli elementi acquisiti, intende formulare alcune considerazioni al fine di evidenziare le restrizioni della concorrenza derivanti dalla disciplina di cui alla legge regionale della Lombardia 29 aprile 1980 n. 44 recante la "*Disciplina della ricerca, coltivazione e utilizzo delle acque minerali e termali*".

L'Autorità intende evidenziare che la legge in esame pone ingiustificate restrizioni alla concorrenza nell'accesso al settore della fornitura di trattamenti termali nella parte in cui prevede che lo sfruttamento dell'acqua termale sorgente da un giacimento possa essere oggetto di un'unica concessione (spec. artt. 14 e 15), principio ribadito anche nella norma secondo cui in caso di fallimento del concessionario "*il curatore assume le funzioni di temporaneo custode del bene oggetto della concessione*" e deve predisporre l'asta avente ad oggetto anche la concessione per cui l'aggiudicatario subentra in tutti i diritti e obblighi posti dall'atto di concessione (art. 38).

L'Autorità evidenzia, altresì, che la disciplina regionale contiene disposizioni per alcuni aspetti pro-concorrenziali nella parte in cui prevede la stipula di contratti di somministrazione delle acque termali (art. 43, comma 1); essa tuttavia non contiene quel contenuto minimo di regole che impongano espressamente l'obbligo di concludere i contratti di somministrazione da parte dei concessionari e assicurino la sussistenza di condizioni di concorrenza nel mercato.

In particolare, con riguardo al profilo relativo all'accesso all'acqua termale, l'Autorità rileva che la compatibilità tra principi della concorrenza e contenuto delle concessioni per la coltivazione delle acque termali, in via generale, dovrebbe essere assicurato mediante un intervento del legislatore regionale che espressamente attribuisca alle amministrazioni competenti il potere di scegliere - sulla base di valutazioni da effettuare in concreto in relazione alle caratteristiche idrogeologiche del giacimento minerario - quale strumento utilizzare per garantire la più ampia concorrenza nel settore termale mediante l'accesso alle acque termali. In tale ottica, le

modifiche legislative dovrebbero consentire alle amministrazioni di decidere se procedere: *a*) mediante l'assegnazione di concessioni plurime per la coltivazione di diverse fonti sorgive situate all'interno del medesimo giacimento termale; ovvero *b*) mediante la stipula di contratti di somministrazione delle acque (strumento quest'ultimo previsto, peraltro, dall'art. 43, comma 1, della legge regionale in esame).

In altri termini, l'Autorità auspica che il legislatore regionale intervenga per modificare la legge vigente prevedendo la possibilità di procedere all'assegnazione di più concessioni per il medesimo bacino idrico laddove ciò sia possibile e compatibile con lo sfruttamento delle fonti sorgive e che le assegnazioni vengano effettuate in seguito allo svolgimento di procedure selettive trasparenti e non discriminatorie. Procedure selettive che, ovviamente, devono essere indette anche nei casi in cui la concessione venga nuovamente conferita come previsto dall'art. 40 della legge in esame.

Ove ciò non sia possibile, perché ad esempio la suddetta frazionabilità non risulta tecnicamente realizzabile, l'Autorità intende evidenziare che, al fine di garantire il libero gioco della concorrenza nel mercato, la legge regionale in esame appare già portatrice di una prospettiva (in astratto) pro-concorrenziale là dove prevede, all'art. 43, comma 1, la possibilità di concludere contratti di somministrazione delle acque termali. Tale disposizione regionale, peraltro, non può che essere letta congiuntamente alla norma dettata dal legislatore nazionale di cui all'art. 3, comma 1, lettera *a*) della legge quadro 24 ottobre 2000 n. 323 recante il “*Riordino del settore termale*”, che prevede, in astratto, la possibilità di utilizzare, oltre al titolo concessorio, qualsiasi titolo giuridicamente valido per l'utilizzo di acque termali ai fini dell'esercizio di stabilimenti termali¹. Dalla lettura congiunta delle due disposizioni in esame deriva quindi che titoli giuridicamente validi per l'esercizio di stabilimenti termali nella regione Lombardia devono essere ritenuti non solo le concessioni di coltivazione, ma anche i contratti di somministrazione di acque.

L'Autorità auspica quindi, conformemente ai principi *antitrust*, che, nei casi in cui la frazionabilità del giacimento di acqua termale non sia tecnicamente ovvero economicamente realizzabile, sia previsto, a livello legislativo, l'obbligo per il concessionario di stipulare contratti di somministrazione con operatori qualificati, dotati cioè di necessari requisiti economici e tecnici, che intendono esercitare attività di fornitura di trattamenti termali.

Inoltre, al fine di rendere effettivamente operativa la disposizione di cui all'art. 43 comma 1 della citata legge 29 aprile 1980 n. 44, che, come detto, persegue finalità pro-concorrenziali, l'Autorità auspica che il legislatore regionale integri la suddetta disposizione, disciplinando le modalità di conclusione dei contratti di somministrazione specificamente con riguardo al prezzo di utilizzo delle acque che deve essere orientato ai costi e uniforme per tutti i soggetti somministrati.

Infine, l'Autorità ritiene opportuno che, nelle more della revisione della disciplina legislativa esaminata, gli attuali concessionari di acque termali nella regione Lombardia procedano alla stipulazione di contratti di somministrazione a condizioni eque e non discriminatorie con il più

¹ L'art. 3, comma 1, lettera *a*), della legge quadro 24 ottobre 2000 n. 323 prevede che “le cure termali sono erogate negli stabilimenti delle aziende termali che risultano in regola con l'atto di concessione mineraria o di subconcessione o con altro titolo giuridicamente valido per lo sfruttamento delle acque minerali utilizzate”.

ampio numero possibile di operatori interessati ad utilizzare a scopi commerciali le suddette acque termali.

In conclusione, l'Autorità auspica che il legislatore regionale, nel perseguire la prospettiva concorrenziale sopra delineata, preveda l'apertura dell'accesso al settore termale alternativamente mediante l'assegnazione, ove tecnicamente possibile, di concessioni plurime sulla base di procedure selettive trasparenti e non discriminatorie ovvero mediante la conclusione di contratti di somministrazione applicando prezzi di somministrazione uniformi e orientati ai costi.

IL PRESIDENTE

Antonio Catricalà

PUBBLICITA' INGANNEVOLE E COMPARATIVA

IP14 - TOURIST DIRECTORY DI NOVA CHANNEL

Provvedimento n. 17072

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 12 luglio 2007;

SENTITO il Relatore Professoressa Carla Rabitti;

VISTO il Titolo III, Capo II, del Decreto Legislativo 6 settembre 2005, n. 206, recante *Codice del consumo*;

VISTO l'articolo 26, commi 10 e 12, del citato Decreto n. 206/05;

VISTO in particolare l'articolo 26, comma 10, del Decreto Legislativo n. 206/05, in base al quale, in caso di inottemperanza ai provvedimenti di urgenza e a quelli inibitori o di rimozione degli effetti, l'Autorità applica una sanzione amministrativa pecuniaria da 10.000 a 50.000 euro e nei casi di reiterata inottemperanza l'Autorità può disporre la sospensione dell'attività d'impresa per un periodo non superiore a trenta giorni;

VISTA la legge 24 novembre 1981, n. 689;

VISTO il proprio provvedimento n. 11791 del 6 marzo 2003, con il quale l'Autorità ha accertato l'ingannevolezza del messaggio consistente in un volantino diffuso a mezzo posta nel mese di agosto 2002, dalla società svizzera Nova Channel AG (di seguito, Nova Channel), diretto a reclamizzare la "Guida Turismo";

VISTO il proprio provvedimento n. 15467 del 10 maggio 2006, con il quale l'Autorità ha accertato l'inottemperanza sostanziale alla decisione del 6 marzo 2003 n. 11791, in relazione a messaggi diffusi nel periodo compreso tra il mese di maggio e di settembre 2005, volti a reclamizzare con le medesime modalità prodotti editoriali simili a quello dichiarato ingannevole nel mese di marzo 2003;

VISTA la segnalazione pervenuta in data 18 ottobre 2006, integrata in data 3 novembre con l'acquisizione del messaggio e l'individuazione della data di diffusione dello stesso, da parte di un operatore economico titolare di un'azienda agrituristica nella provincia di Ancona, il quale, in qualità di consumatore, ha segnalato la presunta ingannevolezza di un modulo prestampato diffuso in provincia di Ancona nel mese di luglio 2006, volto a reclamizzare la "Guida Alberghi", edita dalla società Nova Channel con sede in Svizzera;

VISTA la segnalazione pervenuta in data 20 ottobre 2006, successivamente integrata in data 15 novembre 2006 con l'identificazione del messaggio, da parte di un operatore economico titolare di una attività extra alberghiera di *bed & breakfast*, in Firenze, messaggio diffuso nel mese di ottobre 2006 nella stessa Firenze;

VISTA la segnalazione pervenuta in data 13 dicembre 2006 da parte di un operatore economico titolare di una tabaccheria ubicata nella città di Torino, riguardante un messaggio analogo dello

stesso operatore pubblicitario diffuso nel mese di ottobre 2006 volto a reclamizzare la “Guida Ristoranti”;

VISTO il proprio provvedimento del 4 gennaio 2007, con il quale è stato avviato un nuovo procedimento al fine di contestare alla società Nova Channel AG la violazione di cui all’articolo 26, comma 10, del Decreto Legislativo n. 206/05, per non aver ottemperato alla delibera dell’Autorità n. 11791 del 6 marzo 2003;

VISTE le ulteriori richieste di intervento riguardanti messaggi sostanzialmente identici a quello ritenuto ingannevole con la delibera del 6 marzo 2003, n. 11791, pervenute da parte di altri operatori successivamente alla comunicazione di avvio del predetto procedimento effettuata in data 18 gennaio 2007;

VISTI gli atti del procedimento;

CONSIDERATO quanto segue:

I. FATTO

1. Con provvedimento n. 11791 del 3 marzo 2003 (PI3968 - 310249 Guida Turismo), confermato dalla sentenza n. 5424/03 resa dal TAR del Lazio l’11 giugno 2003, l’Autorità aveva deliberato che il messaggio della società Nova Channel AG del mese di agosto 2002, diffuso a mezzo posta attraverso un volantino, volto a promuovere un’inserzione gratuita nella guida, denominata “Tourist Directory”, in *cd-rom*, era da ritenersi ingannevole, poiché in realtà, detta società richiede il pagamento di ingenti somme. In particolare, l’Autorità aveva affermato che *“i costi del servizio offerto non sono [...] chiaramente esplicitati nel messaggio; infatti, la dicitura “Ordine”, collocata in fondo alla pagina del volantino e le condizioni economiche dell’offerta sono riportate con caratteri grafici più compatti e in modo poco leggibile rispetto al contesto generale del messaggio, senza alcun rinvio che richiami l’attenzione dei destinatari. L’offerta risulta, altresì, confusoria per i destinatari in ragione del fatto che quasi i tre quarti della pagina sono occupati dalle informazioni richieste dall’operatore ai fini del controllo dei dati del destinatario, mentre solo l’ultima parte del foglio è destinata all’avvertenza relativa alle reali condizioni economiche dell’offerta. Pertanto, il messaggio non risulta immediatamente riconoscibile sia per quanto riguarda la sua natura promozionale, sia per quanto attiene alle stesse condizioni economiche dell’offerta. Infatti, le modalità prescelte e il contesto generale di presentazione del messaggio e, segnatamente, il ricorso ad un formato grafico particolarmente compresso, comportano che l’attenzione dei destinatari sia distratta dalla reale natura promozionale dell’iniziativa, facendo erroneamente ritenere che si possa aderire all’offerta senza sostenere oneri economici”*.

2. Con delibera del 10 maggio 2006 (provv. n. 15467, pubbl. in Boll. n. 19/06, PI 3968N), confermata dalla sentenza n. 4785/07 resa dal TAR del Lazio in data 24 maggio 2007, l’Autorità ha accertato l’inottemperanza sostanziale, da parte della società Nova Channel AG, al precedente provvedimento di ingannevolezza n. 11791 del 6 marzo 2003, irrogando all’operatore una sanzione pari a 40.000 euro, in relazione a messaggi diffusi nel periodo maggio-settembre 2005. Tali messaggi, infatti, pur reclamizzando un prodotto editoriale differente (si trattava di un repertorio intitolato “Guida Alberghi” e non “Guida Turismo”) presentavano le medesime modalità decettive

già riscontrate nel provvedimento di ingannevolezza n. 11791 del 6 marzo 2003, così da configurare sostanzialmente la reiterazione della medesima fattispecie di ingannevolezza.

3. Con ordinanza del 14 settembre 2006 il TAR Lazio ha disposto, a soli fini istruttori, la sospensione del provvedimento di inottemperanza sino alla successiva Camera di Consiglio del 26 ottobre 2006¹.

In data 26 ottobre 2006 n. 5913/06 il Tar Lazio ha rigettato l'istanza cautelare, promossa dalla società Nova Channel per la sospensione del provvedimento di inottemperanza.

Il TAR Lazio, con sentenza del 24 maggio 2007, n. 4785/07, ha respinto il ricorso proposto da NOVA CHANNEL AG contro il provvedimento di inottemperanza n. 15467, evidenziando *“l'assoluta preponderanza della parte meramente informativa del messaggio che, unitamente all'ambiguità lessicale della complessiva formulazione, può indurre in errore anche gli operatori mediamente avveduti (come gli imprenditori commerciali o gli enti destinatari del volantino) [...]. La reale finalità del messaggio diventa chiara [...] soltanto in tale parte finale del testo con il rischio, perciò che, elusa ormai la soglia della naturale attenzione, al lettore possa essere carpita una sottoscrizione apposta senza un'adeguata consapevolezza delle sue reali implicazioni. [...] non esistendo invero alcuna differenza, a parere del Collegio, tra la violazione dell'ordine inhibitorio e la sua elusione attraverso accorgimenti inidonei ad eliminare i profili di decettività già sanzionati dall'Autorità”*.

4. Con richieste di intervento pervenute rispettivamente in data 18 ottobre 2006, successivamente integrata il 3 novembre 2006 con l'identificazione del messaggio, e in data 20 ottobre 2006, integrata a sua volta in data 15 novembre 2006 con l'identificazione del messaggio, nonché, infine, con una nuova e successiva segnalazione pervenuta in data 13 dicembre 2006, tre consumatori hanno segnalato la presunta inottemperanza della società Nova Channel alla delibera n. 11791 del 6 marzo 2003, confermata dalla sentenza n. 5424/03 resa dal TAR Lazio l'11 giugno 2003, per aver diffuso a mezzo posta, in data 30 luglio 2006, in data 2 ottobre 2006 e in data 24 ottobre 2006, due moduli sostanzialmente identici tra di loro, ma volti a reclamizzare due prodotti editoriali distinti, intitolati rispettivamente: *“Guida Alberghi”* e *“Guida ristoranti”*.

5. Con provvedimento n. 1631 del 4 gennaio 2007, pertanto, l'Autorità ha deliberato, nei confronti dell'operatore NOVA CHANNEL AG, l'avvio del presente procedimento di inottemperanza, per aver nuovamente violato la delibera n. 11791 del 6 marzo 2003.

6. In data 29 gennaio, 2 aprile, 2 e 3 maggio 2007, ed, infine, 14 e 19 giugno 2007, sono pervenute altre cinque segnalazioni, tra le quali anche quella dell'Unione Albergatori e Pubblici esercenti di Bolzano, riguardanti fattispecie di identico contenuto a quelle oggetto di valutazione nell'ambito del procedimento di inottemperanza avviato con delibera del 4 gennaio 2007 n. 1632². Dalle predette nuove segnalazioni risulta che i moduli oggetto del presente procedimento di inottemperanza risultano essere stati diffusi, oltre che negli ultimi mesi del 2006 (14 e 27 dicembre 2006, 5 e 10 ottobre 2006), anche nei primi mesi dell'anno 2007 (11 aprile 2007, 27 marzo 2007, 5 febbraio 2007, 18 gennaio 2007).

¹ TAR Lazio, ordinanza del 14 settembre 2006, n. 1049/06.

² Pubblicato nel Bollettino dell'Autorità del 22 gennaio 2007 n. 1/2007.

II. RISULTANZE

7. Il provvedimento di contestazione dell'inottemperanza del 4 gennaio 2007 è stato ricevuto dall'operatore pubblicitario in data 25 gennaio 2007. A seguito di detta comunicazione, l'operatore ha prodotto una memoria difensiva pervenuta in data 4 aprile 2007, nella quale ha rappresentato quanto segue:

-“la clientela potenziale destinataria dell'invio del modulo è rappresentata da operatori economici la cui capacità di percepire e discernere è ben maggiore di quella di un semplice consumatore finale”;

-“la società [...] si rivolge ad operatori di un certo livello, non essendo interessata a pubblicizzare nel proprio prodotto editoriale dati relativi a strutture di piccole dimensioni a conduzione familiare”;

- il prodotto editoriale pubblicizzato è diviso in due parti: una prima parte contiene unicamente i dati di base degli operatori (come ad esempio, il nominativo, l'indirizzo, l'attività svolta), una seconda parte, invece, risulta più completa, in quanto permette agli operatori di pubblicare un'inserzione pubblicitaria vera e propria, completa di tutte le informazioni riguardanti la propria struttura recettiva da reclamizzare;

- la società pubblica la propria attività inviando un modulo attraverso il quale gli operatori possono scegliere se aggiornare i propri dati di base ovvero decidere se acquistare lo spazio pubblicitario vero e proprio nella Tourist Directory;

- nonostante le importanti modifiche apportate, l'Autorità, in data 10 maggio 2006 (provv. n. 15467, rif. PI3968N, in Boll. n. 19/06), ha condannato la Nova Channel al pagamento di una sanzione pecuniaria amministrativa per inottemperanza alla propria decisione del 6 marzo 2003 n. 11791;

- il provvedimento di inottemperanza è stato impugnato dalla Nova Channel, che otteneva dal TAR Lazio la sospensione del provvedimento che rimaneva in vigore per il periodo compreso tra il 14 settembre ed il 25 ottobre 2007;

- si contesta l'avvio del secondo procedimento di inottemperanza deliberato in data 4 gennaio 2007, in quanto, nonostante la sospensione stabilita dal TAR Lazio, l'Autorità ha avviato un nuovo procedimento di inottemperanza a carico della società a fronte di tre segnalazioni, delle quali la prima, ricevuta in data 18 ottobre 2007, integrata in data 3 novembre 2006, la seconda ricevuta in data 20 ottobre 2006 e integrata in data 15 novembre 2006, nonché, infine la terza segnalazione è pervenuta in data 13 dicembre 2006. Di queste tre segnalazioni, una è riferibile ad un modulo d'ordine non sottoscritto, rendendo, quindi, la mancata sottoscrizione evidente come il destinatario non sia incorso nell'equivoco, mentre gli altri due moduli sono stati diffusi, secondo quanto indicato dai segnalanti, quando ancora persisteva l'ordine di sospensione emesso dal TAR Lazio;

- secondo una prassi consolidata presso altre Autorità straniere (come l'Austria), l'operatore pubblicitario ha assunto l'impegno di cancellare automaticamente e con effetto immediato ogni ordine che risulta oggetto di segnalazione dinanzi all'Autorità;

- la società Nova Channel non è interessata a ricorrere ai mezzi capziosi oggetto di contestazione nel presente procedimento, in ragione del fatto che, essendo attiva da molti anni nel settore turistico alberghiero, cerca di selezionare la propria clientela, proprio perché nelle grosse organizzazioni aziendali, che firma la sottoscrizione dell'ordine senza avere alcun potere con il

rischio di essere contraddetto dallo stesso titolare della struttura, ingenerando ripensamenti e conseguente ricorso all'Autorità per sottrarsi all'obbligo di pagamento;

- si lamentano, inoltre, le insufficienti indicazioni ricevute precedentemente al presente procedimento, in ragione del fatto che il nuovo messaggio diffuso in epoca successiva alla decisione di ingannevolezza del marzo 2003, che risulta comunque diverso rispetto al precedente dichiarato ingannevole, sia nella forma sia nella sostanza e, perciò, dal punto di vista procedurale si doveva avviare un nuovo e diverso procedimento istruttorio, anziché, avviarne uno di inottemperanza;

- soltanto nel corso dell'audizione svoltasi in data 23 marzo 2007 è stato chiarito ciò che fino ad allora non era emerso con chiarezza nei provvedimenti, ossia che l'offerta gratuita di inserimento dei dati del soggetto destinatario nella guida e l'offerta onerosa devono consistere in due documenti separati, non essendo sufficiente una diversa grafica o altri accorgimenti, come ad esempio, la collocazione in due diverse e separate colonne di un unico documento.

In allegato alla propria memoria la società Nova Channel ha prodotto un fac-simile di modulo di ordine modificato, suddiviso in due diversi fogli, da cui non risulta esplicitata quale sia l'offerta a pagamento.

III. VALUTAZIONI

8. Le marginali modifiche apportate dall'operatore pubblicitario nei volantini a suo tempo segnalati, non sono idonee ad escludere l'inottemperanza di Nova Channel AG alla delibera del 2003, in quanto le stesse non risultano adeguate ad avvertire il consumatore circa la reale natura pubblicitaria del messaggio e le reali caratteristiche economiche dell'offerta, in ragione del fatto che continuano a presentare gli stessi elementi di induzione in errore riscontrati dall'Autorità con il provvedimento del 6 marzo 2003, n. 11791.

9. A conferma della inottemperanza accertata con provvedimento n. 15467 del 10 maggio 2006, il TAR del Lazio, con sentenza n. 4785/07 del 24 maggio 2007, non ha considerato come significative né sufficienti le modifiche del messaggio nuovamente diffuso dalla Nova Channel AG, che, pertanto, è stato ritenuto avere uguali caratteristiche rispetto al messaggio già oggetto del provvedimento di ingannevolezza n. 11791/03. Le motivazioni a cui è pervenuto il TAR del Lazio nella sua sentenza, concernenti i moduli diffusi dalla società Nova Channel, riguardano anche la permanenza dell'*“assoluta preponderanza della parte meramente informativa del messaggio che, unitamente all'ambiguità lessicale della complessa formulazione, può indurre in errore anche operatori mediamente avveduti”*. Pertanto, si basa anche su questi elementi l'impossibilità di ritenere il messaggio *“radicalmente modificato”*, secondo quanto esposto dalla società Nova Channel, congiuntamente alle insufficienti informazioni collocate nel messaggio ed ai caratteri utilizzati per la composizione dello stesso. Inoltre, nella succitata sentenza del TAR viene specificato che *“la reale finalità del messaggio diventa chiara [...soltanto nella] parte finale del testo con il rischio, perciò, che, elusa oramai la soglia della naturale attenzione, al lettore possa essere carpita una sottoscrizione apposta senza un'adeguata consapevolezza delle sue reali implicazioni. Non può condividersi la tesi [...] secondo cui vi sarebbe inottemperanza nella sola ipotesi di riproposizione tale e quale del messaggio del quale sia stata inibita la diffusione, non esistendo invero alcuna differenza, a parere del Collegio, tra la violazione dell'ordine inibitorio e*

la sua esclusione attraverso accorgimenti inidonei ad eliminare i profili di decettività già sanzionati dall'Autorità [...] la concreta quantificazione della sanzione non si appalesa né irragionevole né manifestatamente sproporzionata".

Pertanto, il riferimento, più volte richiamato dalla società Nova Channel, alla potenziale avvedutezza dei consumatori contattati, che sarebbero in grado di interpretare correttamente il messaggio inviato, non può, parimenti, essere considerato in grado di mitigare il pregiudizio al comportamento economico degli acquirenti che si è generato dalla sottoscrizione dell'offerta proposta.

10. I messaggi oggetto del presente procedimento appaiono quindi configurare una reiterata inottemperanza, da parte della società Nova Channel al provvedimento n. 11791/03, avendo la stessa diffuso, con le medesime modalità, messaggi pubblicitari idonei a produrre lo stesso effetto decettivo del messaggio già ritenuto ingannevole con il citato provvedimento del 6 marzo 2003, e comunicato all'operatore in data 18 aprile 2003. Il successivo provvedimento di accertata inottemperanza, deliberato in data 10 maggio 2006 n. 15467, è stato ricevuto dalla società Nova Channel in data 25 maggio 2006. Nonostante i piccoli accorgimenti utilizzati dall'operatore pubblicitario a modificare il modulo, infatti, permangono sempre elementi contraddittori tra la prima e la seconda parte del modulo, nel quale si continua a mantenere il massimo risalto alla parte meramente informativa, contenente l'invito ad "*indicare con una crocetta la vostra attività*", mediante appunto la richiesta dei dati di base del destinatario, come se il fine della comunicazione fosse essenzialmente conoscitivo e correlato ad una prestazione gratuita (non ben definita, ma verosimilmente di inserzione *una tantum in un elenco-guida*). La suddetta circostanza suscita nel destinatario del volantino l'impressione di trovarsi di fronte ad un mezzo pubblicitario a sua disposizione per far conoscere la propria attività, senza particolari oneri economici. In realtà, la reale finalità del messaggio, che dissimula una proposta contrattuale di vendita di spazi pubblicitari in un'apposita guida attraverso un volantino pubblicitario, viene accennata solo nella parte terminale del modulo e con scarsa evidenza. Pertanto, non c'è alcuna separazione strutturale né una chiara indicazione circa la natura di "proposta contrattuale a pagamento", a cui mira in realtà l'operatore pubblicitario. Emerge infatti un'anomala e confusoria commistione tra la predetta proposta contrattuale a titolo oneroso e la semplice trascrizione di dati aggiornati rivolta agli operatori turistici interessati, a titolo gratuito, in modo tale da creare una serie di informazioni avviluppate tra di loro, potendo indurre in errore i destinatari dei moduli d'ordine in questione.

11. Non risultano accoglibili le eccezioni sollevate dall'operatore in merito alla legittimità dell'avvio di un nuovo procedimento di inottemperanza stabilito in data 4 gennaio 2007, nelle more dell'ordine di sospensione di efficacia del provvedimento del mese di maggio 2006, stabilito dal TAR Lazio con l'ordinanza del 14 settembre 2006 n. 1049/06. In proposito va rilevato, infatti, che l'ordinanza del TAR sospendeva l'esecutività del provvedimento sanzionatorio esclusivamente "in attesa della disposta produzione documentale" e che, in ogni caso, i messaggi oggetto del presente procedimento risultano essere stati diffusi anche al di fuori del periodo asseritamente coperto dal predetto ordine di sospensione.

IV. SANZIONE

12. Ai sensi dell'articolo 26, comma 10, del Decreto Legislativo. n.206/05, in caso di inottemperanza ai provvedimenti inibitori, l'Autorità applica una sanzione amministrativa pecuniaria da 10.000 a 50.000 euro.

13. In ordine alla quantificazione della sanzione deve tenersi conto, in quanto applicabili, anche dei criteri individuati dall'articolo 11 della legge n. 689/81, in virtù del richiamo previsto all'articolo 26, comma 12, del Decreto Legislativo. n. 206/05: in particolare, della gravità della violazione, dell'opera svolta dall'impresa per eliminare o attenuare le conseguenze della violazione, della personalità dell'operatore, nonché delle condizioni economiche dello stesso.

14. Nella fattispecie in esame, si sottolinea come l'operatore pubblicitario era pienamente consapevole dell'attitudine della sua condotta ad integrare una fattispecie di inottemperanza all'ordine inibitorio disposto dall'Autorità con il provvedimento del 6 marzo 2003 n. 11791, essendo già risultato destinatario del provvedimento di inottemperanza del 10 maggio 2006 n. 15467, comunicato il giorno 25 del medesimo mese.

15. Con riguardo alla gravità della violazione, si tiene conto, oltre che della già menzionata reiterazione dell'illecito, delle particolari modalità di diffusione (a mezzo posta) e dell'ampiezza della diffusione (a livello nazionale, elementi che hanno reso i messaggi suscettibili, pertanto, di raggiungere direttamente e in maniera capillare i destinatari, anche nelle more del presente procedimento di inottemperanza, pregiudicando un cospicuo numero di soggetti destinatari di tali moduli d'ordine.

16. In relazione alla durata della violazione, risultano evidenze in atti di una diffusione dei messaggi dal 30 luglio 2006 sino ad almeno i primi mesi del 2007, in data, quindi, successiva anche all'avvio del nuovo procedimento di inottemperanza, ricevuto in data 25 gennaio 2007.

17. Considerati tali elementi, si ritiene di irrogare alla società svizzera Nova Channel AG, una sanzione amministrativa pecuniaria pari a 50.000 €(cinquantamila euro).

Tutto ciò premesso e considerato:

DELIBERA

a) che la diffusione dei messaggi oggetto del presente procedimento, da parte della società NOVA CHANNEL AG, costituisce una nuova inottemperanza alla delibera n. 11791 del 6 marzo 2003;

b) che, per tale comportamento, venga comminata alla Nova Channel AG una sanzione amministrativa pecuniaria di 50.000 €(cinquantamila euro).

La sanzione amministrativa di cui alla precedente lettera b) deve essere pagata entro il termine di trenta giorni dalla notificazione del presente provvedimento, con versamento diretto al concessionario del servizio della riscossione oppure mediante delega alla banca o alle Poste Italiane, presentando il modello allegato al presente provvedimento, così come previsto dal Decreto Legislativo 9 luglio 1997, n. 237.

Decorso il predetto termine, per il periodo di ritardo inferiore a un semestre, devono essere corrisposti gli interessi di mora nella misura del tasso legale a decorrere dal giorno successivo alla scadenza del termine del pagamento e sino alla data del pagamento. In caso di ulteriore ritardo nell'adempimento, ai sensi dell'articolo 27, comma 6, della legge n. 689/81, la somma dovuta per

la sanzione irrogata è maggiorata di un decimo per ogni semestre a decorrere dal giorno successivo alla scadenza del termine del pagamento e sino a quello in cui il ruolo è trasmesso al concessionario per la riscossione; in tal caso la maggiorazione assorbe gli interessi di mora maturati nel medesimo periodo.

Dell'avvenuto pagamento deve essere data immediata comunicazione all'Autorità attraverso l'invio di copia del modello attestante il versamento effettuato.

Il presente provvedimento verrà notificato ai soggetti interessati e successivamente pubblicato ai sensi di legge.

Avverso il presente provvedimento può essere presentato ricorso al TAR del Lazio, ai sensi dell'articolo 26, comma 12, del Decreto Legislativo n. 206/05, entro sessanta giorni dalla data di notificazione del provvedimento stesso, ovvero può essere proposto ricorso straordinario al Presidente della Repubblica, ai sensi dell'articolo 8, comma 2, del Decreto del Presidente della Repubblica 24 novembre 1971, n. 1199, entro il termine di centoventi giorni dalla data di notificazione del provvedimento stesso.

p. IL SEGRETARIO GENERALE
Francesca Romana Ferri

IL PRESIDENTE
Antonio Catricalà

PI5772 - NCC TAXICAR

Provvedimento n. 17092

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 12 luglio 2007;

SENTITO il Relatore Professor Piero Barucci;

VISTO il Titolo III, Capo II, del Decreto Legislativo 6 settembre 2005, n. 206, recante *Codice del consumo*;

VISTO il Regolamento sulle procedure istruttorie in materia di pubblicità ingannevole e comparativa, di cui al D.P.R. 11 luglio 2003, n. 284;

VISTI gli atti del procedimento;

CONSIDERATO quanto segue:

I. RICHIESTA DI INTERVENTO

1. Con richiesta di intervento pervenuta in data 25 gennaio 2007, un consorzio di concorrenti ha segnalato la presunta ingannevolezza, ai sensi del Titolo III, Capo II, del Decreto Legislativo n. 206/05, di alcuni messaggi pubblicitari diffusi dal Consorzio Autisti di rimessa denominato "TAXICAR" rispettivamente attraverso: 1) inserzione sulle Pagine bianche, versione informatica, in data 1° agosto 2006; 2) inserzione sulle Pagine bianche e gialle anno 2006/2007 diffuse nella città di Udine e provincia; 3) vetrofanìa presente sul lunotto posteriore e anteriore nonché sulla fiancata sinistra di un autoveicolo ad uso taxi nella città di Udine rilevata con riproduzione fotografica del giorno 23 marzo 2006.

Nella richiesta di intervento si evidenzia come nei messaggi in questione verrebbe impropriamente utilizzata la denominazione "TAXI", mentre l'operatore pubblicitario risulterebbe titolare di un'autorizzazione per il servizio di noleggio con conducente.

II. MESSAGGI

2. Il messaggio diffuso sulle pagine bianche, versione informatica, in data 1 agosto 2006, e cartacea, nell'edizione della città di Udine e provincia, anno 2006/2007 alla voce "Taxi", consiste in un riquadro ove è scritto. "*Taxicar 0432.44966 servizi per la città e aeroporti e tutte le località 24 ore su 24 ore*"; il messaggio diffuso sulle Pagine Gialle Udine e provincia – edizione 2006/07, sotto la voce "Taxi" riporta la seguente informazione: "*Taxicar Consorzio autisti di rimessa*" seguito dall'indirizzo della sede e dal numero telefonico. Infine, il messaggio diffuso sulla vetrofanìa presente sul lunotto posteriore e anteriore nonché sulla fiancata sinistra di un autoveicolo ad uso taxi nella città di Udine rilevata con riproduzione fotografica del giorno 23 marzo 2006 consiste nella scritta Taxicar Udine, seguita dal numero di telefono.

III. COMUNICAZIONI ALLE PARTI

3. In data 9 febbraio 2007 è stato comunicato al Consorzio segnalante e al Consorzio Autisti di rimessa Taxicar, in qualità di operatore pubblicitario, l'avvio del procedimento ai sensi del Decreto

Legislativo n. 206/05, precisando che l'eventuale ingannevolezza e illiceità del messaggio pubblicitario oggetto della richiesta di intervento sarebbero state valutate ai sensi artt. 19, 20 e 21, lettere a) e c), del citato Decreto Legislativo, con particolare riguardo alle effettive caratteristiche del servizio offerto, nonché alla qualifica dell'operatore pubblicitario.

IV. RISULTANZE ISTRUTTORIE

4. Contestualmente alla comunicazione di avvio del procedimento è stato richiesto al Consorzio Autisti di rimessa Taxicar in qualità di operatore pubblicitario, ai sensi dell'art. 5, comma 2, lettera a), del D.P.R. n. 284/03, di fornire informazioni e relativa documentazione riguardanti le caratteristiche del servizio prestato, le autorizzazioni e/o licenze amministrative di cui è titolare l'operatore pubblicitario ai fini dell'esercizio della propria attività nella provincia di Udine, nonché di fornire informazioni in merito alla programmazione pubblicitaria dei messaggi oggetto di intervento, precisando le modalità di diffusione e le relative date.

5. In data 2 marzo 2007, è pervenuta una memoria del Consorzio Autisti di rimessa Taxicar con la quale ha evidenziato quanto segue:

il consorzio si pone come unico obiettivo l'organizzazione, il coordinamento e la promozione dell'attività dei consorziati, anche mediante l'istituzione di condizioni e tariffe uniformi per l'erogazione del servizio da parte degli stessi;

attualmente aderiscono al consorzio cinque autisti, ciascuno munito di autovettura propria e di autonoma licenza all'esercizio del servizio di noleggio con conducente rilasciata dal Comune di Udine;

nell'ambito dell'attività di promozione del servizio svolto dai singoli consorziati il consorzio, nell'anno 2005, richiedeva alla SEAT Pagine Gialle l'inserimento nelle pagine bianche edizione 2006-2007 del messaggio pubblicitario allegato, corrispondendo per il servizio l'importo di € 1.533,60;

automaticamente, senza che vi fosse stata alcuna specifica richiesta in tal senso da parte del consorzio, la SEAT Pagine Gialle provvedeva ad inserire il medesimo messaggio anche nella versione informatica 2006 della pagine bianche, nonché a riportare il nominativo del consorzio nelle pagine gialle edizione 2006 – 2007 sotto la voce Taxi;

nella predetta edizione delle Pagine Gialle, fatta eccezione per il Radiotaxi di Udine e per i nominativi riportati sotto i comuni di Grado, Tarvisio e Lignano Sabbiadoro, tutti i nominativi ivi riportati alla voce Taxi si riferiscono a ditte che effettuano servizi di autonoleggio con conducente; quanto alle vetrofanie ed agli adesivi presenti sugli automezzi dei consorziati, gli stessi, di forma, caratteristiche e colore identici per tutti, sono stati applicati solo previa autorizzazione del Comune di Udine. Peraltro, sia sul lunotto posteriore che sul parabrezza anteriore di ogni veicolo, immediatamente dopo la richiesta dd. 1.8.06 della C.A.P.U. S.r.l. è stata apposta la scritta chiaramente visibile N.C.C. e tutti i veicoli sono altresì stati muniti di contrassegno inamovibile del Comune di Udine.

6. In data 15 marzo 2007 è stata comunicata alle parti la data di conclusione della fase istruttoria ai sensi dell'articolo 12, comma 1, del D.P.R. 11 luglio 2003, n. 284.

7. A seguito di tale comunicazione, in data 29 maggio 2007 il segnalante ha inviato una memoria conclusiva nella quale – oltre a ribadire quanto già riportato nella richiesta di intervento - si evidenzia che:

dalla visura CCIAA emerge inequivocabilmente la denominazione della “TAXICAR – Consorzio Autisti di rimessa”, denominazione che avrebbe dovuto essere pubblicata nella sua totalità in sede pubblicitaria, ove, per contro, è stata pubblicata sola la dizione “Taxicar”, come tale confondibile con il servizio Taxi e Radiotaxi legittimamente esercitato dalla istante;

l’inserzione della ditta in esame, - esercente il servizio di “Noleggio con Conducente” è stata pubblicata non nella competente Sezione “Autonoleggio” ma in quelle dedicate ai Taxi, attività con la quale non vi è – come precisato – alcuna attinenza relativamente alla natura giuridica del Servizio, né la stessa ha fornito prova di aver richiesto la pubblicazione nelle Pagine Gialle e Bianche nella competente categoria “Autonoleggio”, né di aver indicato compiutamente la propria denominazione e la propria attività di esercente il “Noleggio con conducente”;

quanto alla esposizione della indicazione “N.C.C.” sulle autovetture della TAXICAR- consorzio Autisti di rimessa – Udine”, la stessa ha prodotto le fotografie dalle quali si evince chiaramente di aver applicato l’indicazione “N.C.C.” sul portellone posteriore dell’auto e sul lunotto posteriore dell’auto;

non risulta altresì rispettato il disposto di cui al Regolamento Comunale del Comune di Udine per l’esercizio degli autoservizi pubblici non di linea di data 5.8.1996, che impone all’art. 6 “il veicolo adibito al servizio di noleggio con conducente deve essere dotato di contachilometri con numerazione parziale azzerabile ed esporre all’interno del parabrezza anteriore e sul lunotto posteriore un contrassegno con la scritta noleggio con conducente”; medesimo principio è ribadito nella “Legge Quadro per il trasporto di persone mediante autoservizi pubblici non di linea”, art. 12, del 15 gennaio 1996;

pertanto, non viene prevista l’ipotesi di poter esporre sul parabrezza anteriore, sul lunotto posteriore e sulle fiancate altre scritte, in particolare nel caso in esame la denominazione “Taxicar”, facilmente confondibili con l’esercizio dell’attività di Taxi e/o Radiotaxi e peraltro senza la benché minima indicazione di Noleggio con conducente.

In data 24 maggio 2007 la Taxicar ha inviato copia dell’ultimo bilancio relativo all’anno 2006.

V. PARERE DELL’AUTORITÀ PER LE GARANZIE NELLE COMUNICAZIONI

8. Poiché i messaggi oggetto del presente provvedimento sono stati diffusi attraverso la stampa e su sito internet, in data 1 giugno 2007 è stato richiesto il parere all’Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, ai sensi dell’art. 26, comma 5, del Decreto Legislativo n. 206/05.

Con parere pervenuto in data 21 giugno 2007, la suddetta Autorità ha ritenuto che i messaggi in esame costituiscono una fattispecie di pubblicità ingannevole ai sensi degli articoli sensi artt. 19, 20 e 21, lettere a) e c), del citato Decreto Legislativo n. 206/05, sulla base delle seguenti considerazioni:

- l’art. 1 della legge 15 gennaio 1992 n. 21 stabilisce che costituiscono autoservizi non di linea, ossia servizi di trasporto collettivo o individuale di persone, con funzione complementare ed integrativa rispetto ai trasporti pubblici, il “servizio di taxi” con autovettura, motocarrozzetta,

natante e veicoli a trazione animale e il “servizio di noleggio con conducente” e autovettura, motocarrozetta, natante e veicoli a trazione animale;

- il “servizio di taxi”, secondo quanto disposto dagli artt. 2, 12 e 13 della suddetta legge, è svolto in seguito a richiesta diretta del trasportato, dietro pagamento di un corrispettivo calcolato sulla base di tariffe determinate dalle competenti autorità amministrative con tassametro omologato, laddove il corrispettivo per “ il servizio di noleggio con conducente”, al contrario, è direttamente concordato tra l’utenza e il vettore;

- l’articolo 11 della citata legge prevede, inoltre, che i veicoli adibiti a “servizio taxi” possono circolare e sostare liberamente, secondo quanto stabilito dai regolamenti comunali, mentre per i veicoli adibiti a servizio di noleggio con conducente è vietata la sosta in posteggio di stazionamento in suolo pubblico;

- alla luce delle disposizioni vigenti, si osserva che i due servizi, pur costituendo entrambi autoservizi pubblici non di linea, presentano caratteristiche sostanzialmente difformi, tanto che, ai sensi di quanto disposto dall’articolo 8 della legge citata, non è ammesso il cumulo, in capo al medesimo soggetto, delle licenze per l’esercizio di entrambi i servizi;

- per l’effetto, i messaggi in esame, in quanto riportano l’esplicito termine “taxi”, sono in grado di orientare indebitamente le scelte dei consumatori, in considerazione del fatto che lasciano intendere che l’operatore pubblicitario sia regolarmente abilitato ad esercitare il servizio di trasporto taxi nei termini di quanto stabilito dalle norme attualmente in vigore sopra richiamate, nel rispetto in particolare delle regole preposte alla disciplina della relativa attività nonché di quelle che disciplinano i criteri di tariffazione, mentre, dalla documentazione allegata alla memoria difensiva, si evince chiaramente che l’operatore pubblicitario risulta titolare soltanto di un’autorizzazione a svolgere il servizio di noleggio con conducente;

- pertanto, i messaggi pubblicitari sopra descritti risultano idonei ad indurre in errore le persone alle quali sono rivolti o da essi raggiunte sulla natura del servizio effettivamente prestato, lasciando intendere, contrariamente al vero, che l’operatore pubblicitario sia regolarmente abilitato ad esercitare il servizio di trasporto taxi e, a causa della loro ingannevolezza, paiono suscettibili di pregiudicare il comportamento economico dei destinatari, con pericolo di danno anche per i concorrenti, inducendoli a rivolgersi all’operatore pubblicitario, in luogo di altri titolari di idonei titoli abilitativi a svolgere il servizio taxi, in base a qualità inesistenti.

VI. VALUTAZIONI CONCLUSIVE

9. Preliminarmente si osserva che gli “autoservizi pubblici non di linea”, ai sensi della normativa vigente – legge 15 gennaio 1992, n. 21 – sono i servizi di trasporto collettivo o individuale di persone, con funzione complementare ed integrativa rispetto ai trasporti pubblici.

L’articolo 1 della legge sopra citata dispone che costituiscono autoservizi pubblici non di linea, ossia servizi di trasporto collettivo individuale di persone, con funzione complementare ed integrativa rispetto ai trasporti pubblici:

- a) il “servizio di taxi” con autovettura, motocarrozetta, natante e veicoli a trazione animale;
- b) il “servizio di noleggio con conducente” e autovettura, motocarrozetta, natante e veicoli a trazione animale.

Il “servizio di taxi”, secondo quanto disposto dagli artt. 2, 12 e 13 della suddetta legge, è svolto in seguito a richiesta diretta del trasportato, dietro pagamento di un corrispettivo calcolato sulla base di tariffe determinate dalle competenti autorità amministrative con tassametro omologato, laddove il corrispettivo per “il servizio di noleggio con conducente”, al contrario, è direttamente concordato tra l’utenza e il vettore.

L’articolo 11 della citata legge prevede, inoltre, che i veicoli adibiti a “servizio taxi” possono circolare e sostare liberamente, secondo quanto stabilito dai regolamenti comunali, mentre per i veicoli adibiti a servizio di noleggio con conducente è vietata la sosta in posteggio di stazionamento in suolo pubblico. Alla luce delle disposizioni vigenti, si osserva che i due servizi, pur costituendo entrambi autoservizi pubblici non di linea, presentano caratteristiche sostanzialmente difformi, e che ai sensi di quanto disposto dall’articolo 8 della legge citata, non è ammesso il cumulo, in capo al medesimo soggetto, delle licenze per l’esercizio di entrambi i servizi.

Tutto ciò premesso si osserva che, come riportato e allegato dall’operatore pubblicitario nella propria memoria difensiva del 2 marzo 2007, lo stesso ha ottenuto tutte le autorizzazioni necessarie nonché l’autorizzazione del Comune di Udine, per “il servizio di noleggio con conducente” e che lo stesso ha formato, con altri cinque operatori, un “Consorzio Autisti di rimessa”. I messaggi in esame, diffusi dall’operatore pubblicitario sulle Pagine Bianche, versione informatica, in data 1° agosto 2006, sulle Pagine Bianche e Gialle – edizione 2006/2007 – nella città di Udine e provincia, nonché mediante vetrofania presente sul lunotto posteriore e anteriore oltre che sulla fiancata sinistra dell’autoveicolo adibito ad uso “taxi” nella città di Udine con riproduzione fotografica del giorno 23 marzo 2006, stante l’esplicito utilizzo del termine “taxi”, lasciano intendere che l’operatore pubblicitario sia regolarmente abilitato ad esercitare il servizio di trasporto taxi nei termini di quanto stabilito dalle norme attualmente in vigore sopra richiamate, nel rispetto in particolare delle regole preposte alla disciplina della relativa attività nonché di quelle che disciplinano i criteri di tariffazione.

Dalla visura effettuata presso la camera di Commercio locale esibita dallo stesso operatore, si evince chiaramente che l’operatore pubblicitario risulta titolare di un “Consorzio Autisti di Rimessa” autorizzato soltanto a svolgere il servizio di noleggio con conducente.

I messaggi in esame pertanto costituiscono, sotto tale profilo, elemento confusorio con riguardo all’identità e qualificazione della natura di attività dell’operatore, nonché evidenti profili di ambiguità per il consumatore, il quale, viste le autovetture utilizzate che sono dello stesso colore degli usuali “taxi”, nonché la scritta “Taxi” riportata sulle fiancate potrebbe essere indotto a confondere la reale qualificazione ed il tipo di servizio offerto dall’operatore pubblicitario.

In merito infine, al potenziale pregiudizio economico basti rilevare che i consumatori possono essere indotti a rivolgersi all’operatore pubblicitario, e non ad altri soggetti titolari di idonei titoli abilitativi a svolgere il servizio taxi, sulla base delle false credenze ingenerate dal messaggio relativamente alla natura del servizio effettivamente prestato, alle tariffe praticate ed alle qualifiche effettivamente possedute dall’operatore pubblicitario.

VII. QUANTIFICAZIONE DELLA SANZIONE

Ai sensi dell'articolo 26, comma 7, del Decreto Legislativo n. 206/05, con la decisione che accoglie il ricorso, l'Autorità dispone l'applicazione di una sanzione amministrativa pecuniaria da 1.000 a 100.000 euro, tenuto conto della gravità e della durata della violazione.

In ordine alla quantificazione della sanzione deve tenersi conto, in quanto applicabili, dei criteri individuati dall'art. 11 della legge n. 689/81, in virtù del richiamo previsto all'articolo 26, comma 12, del Decreto Legislativo n. 206/05: in particolare, del comportamento tenuto dall'operatore pubblicitario della capacità di penetrazione del mezzo, dell'ampiezza di diffusione del messaggio, nonché della durata dello stesso.

Nella fattispecie in esame l'operatore pubblicitario è rappresentato da una piccola impresa individuale che ha diffuso i messaggi oggetto di contestazione in un circoscritto ambito locale.

Considerati tali elementi, si applica la sanzione pecuniaria nella misura di 1.000 € (mille euro), pari cioè al minimo edittale;

RITENUTO, pertanto, conformemente al parere dell'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, che i messaggi pubblicitari in esame sono idonei ad indurre in errore i consumatori in ordine alle caratteristiche del servizio offerto e alla qualifica dell'operatore pubblicitario, potendo, per tale motivo, pregiudicarne il comportamento economico degli stessi;

DELIBERA

a) che i messaggi pubblicitari descritti al punto II del presente provvedimento, diffusi dal "Consorzio Autisti di Rimessa Taxicar", costituiscono, per le ragioni e nei limiti esposti in motivazione, una fattispecie di pubblicità ingannevole ai sensi degli articoli 19, 20 e 21, lettere a) e c), del Decreto Legislativo n. 206/05, e ne vieta l'ulteriore diffusione.

b) che, per tale comportamento, venga comminata al "Consorzio Autisti di Rimessa Taxicar", una sanzione amministrativa pecuniaria di 1.000 € (mille euro), pari cioè al minimo edittale.

La sanzione amministrativa di cui alla precedente lettera b) deve essere pagata entro il termine di trenta giorni dalla notificazione del presente provvedimento, con versamento diretto al concessionario del servizio della riscossione oppure mediante delega alla banca o alle Poste Italiane, presentando il modello allegato al presente provvedimento, così come previsto dal Decreto Legislativo 9 luglio 1997, n. 237.

Decorso il predetto termine, per il periodo di ritardo inferiore a un semestre, devono essere corrisposti gli interessi di mora nella misura del tasso legale a decorrere dal giorno successivo alla scadenza del termine del pagamento e sino alla data del pagamento. In caso di ulteriore ritardo nell'adempimento, ai sensi dell'articolo 27, comma 6, della legge n. 689/81, la somma dovuta per la sanzione irrogata è maggiorata di un decimo per ogni semestre a decorrere dal giorno successivo alla scadenza del termine del pagamento e sino a quello in cui il ruolo è trasmesso al concessionario per la riscossione; in tal caso la maggiorazione assorbe gli interessi di mora maturati nel medesimo periodo.

Dell'avvenuto pagamento deve essere data immediata comunicazione all'Autorità attraverso l'invio di copia del modello attestante il versamento effettuato.

Ai sensi dell'art. 7, comma 9, del Decreto Legislativo n. 74/92, in caso di inottemperanza alla presente delibera l'Autorità applica la sanzione amministrativa pecuniaria da 10.000 a 50.000 euro. Nei casi di reiterata inottemperanza l'Autorità può disporre la sospensione dell'attività di impresa per un periodo non superiore a trenta giorni.

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

Avverso il presente provvedimento può essere presentato ricorso al TAR del Lazio, ai sensi dell'articolo 26, comma 12, del Decreto Legislativo n. 206/05, entro sessanta giorni dalla data di notificazione del provvedimento stesso, ovvero può essere proposto ricorso straordinario al Presidente della Repubblica, ai sensi dell'articolo 8, comma 2, del Decreto del Presidente della Repubblica 24 novembre 1971, n. 1199, entro il termine di centoventi giorni dalla data di notificazione del provvedimento stesso.

p. IL SEGRETARIO GENERALE
Francesca Romana Ferri

IL PRESIDENTE
Antonio Catricalà

PI6088 - KALORY EMERGENCY 1000

Provvedimento n. 17093

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 12 luglio 2007;

SENTITO il Relatore Professoressa Carla Rabitti;

VISTO il Titolo III, Capo II, del Decreto Legislativo 6 settembre 2005, n. 206, recante *Codice del consumo*;

VISTO il Regolamento sulle procedure istruttorie in materia di pubblicità ingannevole e comparativa di cui al D.P.R. 11 luglio 2003, n. 284;

VISTI gli atti del procedimento;

VISTA la richiesta di intervento pervenuta in data 28 maggio 2007, integrata in data 15 giugno 2007 con l'originale del messaggio stampa e l'identificazione del committente dello stesso, un'associazione di consumatori ha segnalato la presunta ingannevolezza, ai sensi del Titolo III, Capo II, del Decreto Legislativo n. 206/05, del messaggio pubblicitario volto a promuovere il prodotto *Kalory Emergency 1000*, diffuso attraverso la rivista mensile *Starbene* di aprile 2007 e del foglietto illustrativo contenuto nella confezione del prodotto *Kalory Emergency 1000*, dedicato al prodotto stesso e alla promozione di altri prodotti della linea ESI (*FucusLinea Chitosano 1000*, *Kalory Fibra Attiva e Tisazio*, *Diurerbe Forte*, *Erbaven Gel e Retard*).

VISTA l'istanza di sospensione provvisoria del suddetto messaggio presentata, ai sensi dell'art. 11, comma 2, del D.P.R. 11 luglio 2003, n. 284, contestualmente alla suindicata richiesta pervenuta in data 19 febbraio 2007;

VISTA la comunicazione di avvio del procedimento del 21 giugno 2007, con la quale, tra l'altro, le parti sono state invitate a presentare memorie scritte e documenti da far pervenire entro e non oltre il 27 giugno 2007;

VISTA la nota pervenuta in data 17 aprile 2007 da parte della società ESI S.p.A. con la quale la stessa ha dichiarato che con riferimento ai messaggi diffusi attraverso stampa, è riportata la seguente avvertenza "*Si consiglia di associare ad un regime alimentare ipocalorico ed attività fisica*". Nella predetta nota, la parte ha altresì evidenziato che tale affermazione sarà apposta anche sul foglietto accluso alla confezione del prodotto. Laddove viene affermato che "*2 ovalette = 1002 Kcal non assorbite*", si tratta di un *claim* volto ad indicare un risultato scaturito da una sperimentazione condotta dalla Facoltà di Farmacia dell'Università di Torino. Copia delle risultanze del citato studio sono state depositate dalla parte in allegato alla nota difensiva. Per quanto concerne le informazioni relative alla programmazione dei messaggi pubblicitari, la parte ha fatto presente che la relativa campagna promozionale si è svolta nei mesi di aprile e maggio 2007 ed è allo stato terminata;

CONSIDERATO altresì che, nel caso di specie, allo stato degli atti, la valutazione circa la ingannevolezza dei messaggi necessita di ulteriori approfondimenti che dovranno essere svolti nel corso del procedimento;

RITENUTO, pertanto, che non emergono elementi idonei ad avvalorare gli estremi della particolare urgenza di cui all'art. 26, comma 3, del Decreto Legislativo n. 206/05 e all'art. 11 del D.P.R. n. 284/03;

DELIBERA

di rigettare l'istanza di sospensione provvisoria dei suindicati messaggi pubblicitari presentata ai sensi dell'art. 11, comma 2, del D.P.R. 11 luglio 2003, n. 284.

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

Avverso il presente provvedimento può essere presentato ricorso al TAR del Lazio, ai sensi dell'articolo 26, comma 12, del Decreto Legislativo n. 206/05, entro sessanta giorni dalla data di comunicazione del provvedimento stesso, ovvero può essere proposto ricorso straordinario al Presidente della Repubblica, ai sensi dell'articolo 8, comma 2, del Decreto del Presidente della Repubblica 24 novembre 1971, n. 1199, entro il termine di centoventi giorni dalla data di comunicazione del provvedimento stesso.

p. IL SEGRETARIO GENERALE
Francesca Romana Ferri

IL PRESIDENTE
Antonio Catricalà

PI6095 - AQUAFRESH GENTLE WHITE*Provvedimento n. 17094*

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 12 luglio 2007;

SENTITO il Relatore Professoressa Carla Rabitti;

VISTO il Titolo III, Capo II, del Decreto Legislativo 6 settembre 2005, n. 206, recante Codice del consumo;

VISTO il Regolamento sulle procedure istruttorie in materia di pubblicità ingannevole e comparativa di cui al D.P.R. 11 luglio 2003, n. 284;

VISTI gli atti del procedimento;

VISTA la richiesta di intervento pervenuta il 22 maggio 2007, da ultimo integrata in data 14 giugno 2007, con la quale un'associazione di consumatori ha segnalato la presunta ingannevolezza, ai sensi del Titolo III, Capo II, del Decreto Legislativo n. 206/05, del messaggio pubblicitario volto a promuovere l'acquisto del kit sbiancante "Aquafresh Gentle White", diffuso dalla società *GlaxoSmithKline Consumer Healthcare S.p.A.*, sulla confezione del prodotto, acquistata in data 11 aprile 2007, presso l'ipermercato Carrefour di Paterno Dugnano (MI);

VISTA l'istanza di sospensione provvisoria del suddetto messaggio presentata, ai sensi dell'art. 11, comma 2, del D.P.R. 11 luglio 2003, n. 284, contestualmente alla suindicata richiesta;

VISTA la comunicazione di avvio del procedimento del 25 giugno 2007, con la quale, tra l'altro, le parti sono state invitate a presentare memorie scritte e documenti da far pervenire entro e non oltre cinque giorni lavorativi dal ricevimento della comunicazione medesima;

VISTA la memoria pervenuta in data 5 luglio 2007 nella quale la società evidenzia, tra l'altro, la correttezza del messaggio contestato in ordine alla efficacia sbiancante del prodotto ed alla rimozione delle macchie dalla superficie dei denti senza svolgere una intensa attività abrasiva dello smalto, così come dimostrato da alcuni studi scientifici e test clinici;

CONSIDERATO che, allo stato degli atti, la valutazione circa la ingannevolezza del messaggio contestato necessita di ulteriori approfondimenti che dovranno essere svolti nel corso del procedimento;

RITENUTO, pertanto, che non emergono elementi idonei ad avvalorare gli estremi della particolare urgenza di cui all'art. 26, comma 3, del Decreto Legislativo n. 206/05 e all'art. 11 del D.P.R. n. 284/03;

DELIBERA

di rigettare l'istanza di sospensione provvisoria del suindicato messaggio pubblicitario presentata ai sensi dell'art. 11, comma 2, del D.P.R. 11 luglio 2003, n. 284.

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

Avverso il presente provvedimento può essere presentato ricorso al TAR del Lazio, ai sensi dell'articolo 26, comma 12, del Decreto Legislativo n. 206/05, entro sessanta giorni dalla data di comunicazione del provvedimento stesso, ovvero può essere proposto ricorso straordinario al Presidente della Repubblica, ai sensi dell'articolo 8, comma 2, del Decreto del Presidente della Repubblica 24 novembre 1971, n. 1199, entro il termine di centoventi giorni dalla data di comunicazione del provvedimento stesso.

p. IL SEGRETARIO GENERALE

Francesca Romana Ferri

IL PRESIDENTE

Antonio Catricalà

VARIE

PRATICANTATO PRESSO L'AUTORITA'

L'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato offre a giovani laureati l'opportunità di svolgere presso le proprie Direzioni e Uffici un periodo di praticantato non retribuito della durata di sei mesi.

Il praticantato consente di approfondire le tematiche della concorrenza e della pubblicità ingannevole e comparativa, nonché di applicare alle competenze istituzionali dell'Autorità metodologie e strumenti di analisi quantitativa.

Sono requisiti essenziali per essere ammessi al praticantato:

- aver conseguito la laurea con il massimo dei voti (110/110 o voto equivalente, in tal caso specificando nel curriculum la scala di valutazione);
- non aver compiuto i 28 anni di età alla data di spedizione della domanda;
- aver maturato esperienze di studio (tesi di laurea, corsi di specializzazione, *stage*, ecc.) attinenti le competenze istituzionali dell'Autorità, anche con riferimento alle discipline statistiche o econometriche.

Gli interessati che siano in possesso di tutti i requisiti potranno chiedere all'Autorità di partecipare alla selezione per il praticantato, inviando un sintetico curriculum nel quale siano specificati: i titoli di studio conseguiti, con le votazioni riportate e la relativa scala di valutazione; l'argomento della tesi di laurea; l'oggetto e la durata delle esperienze attinenti ai compiti dell'Autorità; ecc..

I candidati più meritevoli saranno convocati ad un colloquio al fine di verificarne le conoscenze e le attitudini.

Il curriculum deve essere trasmesso, non più di una sola volta per ogni periodo di praticantato, all'Autorità garante della concorrenza e del mercato, Direzione del Personale, o per posta - all'indirizzo di Piazza Giuseppe Verdi 6/A, 00198 Roma - o per posta elettronica all'indirizzo stage@agcm.it.

N. B. Le domande pervenute entro il 15 dicembre di ciascun anno saranno prese in considerazione per il periodo di praticantato decorrente dal 15 marzo al 14 settembre dell'anno successivo.

Le domande pervenute entro il 15 giugno di ciascun anno saranno prese in considerazione per il periodo di praticantato decorrente dal 15 settembre dello stesso anno al 14 marzo dell'anno successivo.

Non saranno accolte richieste di effettuare il praticantato in periodi diversi o richieste che non siano riferite alla prima selezione utile.

*Autorità garante
della concorrenza e del mercato*

Bollettino Settimanale
Anno XVII- N. 28 . 2007

Coordinamento redazionale

Lapo Berti

Redazione

Tamara Levi, Lucia Quadrini, Claudia Sansoni, Manuela Villani
Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato
Ufficio Documentazione e Biblioteca
Piazza Giuseppe Verdi, 6/a - 00198 Roma
Tel.: 06-858211 Fax: 06-85821256
E-mail: antitrust@agcm.it
Web: <http://www.agcm.it>

Realizzazione grafica

Area Strategic Design
