



AUTORITÀ GARANTE
DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

Bollettino

Settimanale

Anno XXXIV - n. 6

**Publicato sul sito www.agcm.it
12 febbraio 2024**

SOMMARIO

INTESE E ABUSO DI POSIZIONE DOMINANTE	5
A567 - MERCATO DEGLI ABS NELLE E-BIKE	
<i>Provvedimento n. 31039</i>	5
OPERAZIONI DI CONCENTRAZIONE	6
C12572 - SAN QUIRICO/GORETTI-DEADEMA-TECKNOMABEL-ESTROLAB	
<i>Provvedimento n. 31040</i>	6
C12596 - BOSSONI AUTOMOBILI/BAIAUTO	
<i>Provvedimento n. 31041</i>	13
C12597 - VETRI SPECIALI/GENERALVETRI	
<i>Provvedimento n. 31042</i>	18
SEPARAZIONI SOCIETARIE	23
SP182 - POSTE ITALIANE/FORNITURA ENERGIA ELETTRICA E GAS	
<i>Provvedimento n. 31047</i>	23

INTESE E ABUSO DI POSIZIONE DOMINANTE

A567 - MERCATO DEGLI ABS NELLE E-BIKE

Provvedimento n. 31039

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 23 gennaio 2024;

SENTITA la Relatrice, Professoressa Elisabetta Iossa;

VISTO l'articolo 102 del Trattato sul Funzionamento dell'Unione europea (TFUE);

VISTO il Regolamento del Consiglio n. 1/2003 del 16 dicembre 2002;

VISTA la legge 10 ottobre 1990, n. 287 e successive modifiche;

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

VISTO il proprio provvedimento n. 30765 del 5 settembre 2023, con il quale è stata avviata un'istruttoria ai sensi dell'articolo 14 della Legge n. 287/1990 nei confronti della società Robert Bosch GmbH, per accertare l'esistenza di una violazione dell'articolo 102 del TFUE;

VISTI gli atti del procedimento;

RITENUTA necessaria la sostituzione del responsabile del procedimento per sopravvenute esigenze organizzative;

DELIBERA

di sostituire la dottoressa Claudia Desogus con il dottor Luigi Di Gaetano come responsabile del procedimento.

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

IL SEGRETARIO GENERALE

Guido Stazi

IL PRESIDENTE

Roberto Rustichelli

OPERAZIONI DI CONCENTRAZIONE

C12572 - SAN QUIRICO/GORETTI-DEADEMA-TECKNOMABEL-ESTROLAB

Provvedimento n. 31040

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 23 gennaio 2024;

SENTITA la Relatrice, Professoressa Elisabetta Iossa;

VISTO il Regolamento (CE) n. 139/2004;

VISTA la legge 10 ottobre 1990, n. 287;

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

VISTA la comunicazione della società San Quirico S.p.A., pervenuta in data 5 ottobre 2023;

VISTA la richiesta di informazioni, inviata in data 25 ottobre 2023, con conseguente interruzione dei termini ai sensi dell'articolo 5, comma 3, del D.P.R. 30 aprile 1998, n. 217;

VISTE le informazioni aggiuntive della società San Quirico S.p.A., pervenute in data 2 gennaio 2024;

CONSIDERATO quanto segue:

I. LE PARTI

1. San Quirico S.p.A. (di seguito anche "SQ") è una *holding* di partecipazioni, che, per il tramite delle sue partecipate, è attiva in diversi settori, quali la produzione di energia elettrica da fonti rinnovabili (in particolare, eolica e solare)¹, il settore finanziario e immobiliare, nonché il settore dei beni di lusso e la produzione e commercializzazione di prodotti galvanici.

Con specifico riguardo a tali ultimi ambiti, SQ, per il tramite di SQ11 S.p.A. (di seguito, "SQ11"), che a sua volta controlla MinervaHub S.p.A. (di seguito, "MH"), controlla le società Quake S.r.l., Jato 1991 S.r.l., SP Plast Creating S.r.l., Gruppo Meccaniche Luciani S.r.l., Zeta Catene S.r.l., Koverlux S.r.l., New and Best H.F. S.r.l., L.T.M. S.r.l., Interlinea 2 S.r.l. e Conceria Zuma Pelli Pregiate S.r.l., attive nella produzione e lavorazione di beni intermedi, quali ricami, stampi di materie plastiche e termoplastiche, stampi e fuscilli per calzature e pelletteria, accessori in metallo e finiture superficiali di accessori, stampa serigrafica e laseratura e inserti in poliuretano e produzione di inserti metallici destinati sostanzialmente alla decorazione o, comunque, al confezionamento dei beni di lusso nonché nella concia, lavorazione e rivendita di pellami di alta gamma; inoltre, controlla le società Oroplac S.r.l., Galvanica Formelli S.r.l., Ma.Gui. S.r.l. e Elettrogalvanica Settimi S.r.l., attive nella lavorazione e commercializzazione di prodotti galvanici, ossia prodotti ottenuti attraverso il processo di galvanizzazione.

¹ SQ opera in questo settore attraverso ERG S.p.A.; successivamente alla prima comunicazione, SQ ha rappresentato, attraverso l'invio di informazioni aggiuntive al formulario di notifica, la conclusione in data 17 ottobre 2023 di una operazione di cessione di ERG Power S.r.l. ad Achenar Energy S.p.A.

Il gruppo SQ ha realizzato, nel 2022, un fatturato di circa [1-2]* miliardi di euro nel mondo, di cui [1-2] miliardi in Europa e [532-700] milioni di euro in Italia².

2. Oggetto di acquisizione sono quattro società, segnatamente Goretti S.r.l, Deadema S.r.l., Teknomabel S.r.l., Estrolab S.r.l. (di seguito, rispettivamente “Goretti”, “Deadema”, “Teknomabel”, “Estrolab” e congiuntamente “Target”), che sono parte di un *network* di aziende diversamente specializzate nella realizzazione di semilavorati destinati alla realizzazione di calzature, capi di abbigliamento e pelletteria dei principali *brand* operanti nel segmento dei beni di lusso nonché nella lavorazione e commercializzazione di prodotto galvanici.

In particolare, Goretti è una società di diritto italiano attualmente controllata da persone fisiche, attiva nella realizzazione e applicazione di accessori decorativi rigidi (perle, paillettes, pietre, etc.), inserti ricamati in lana e pelliccia, decorazioni tramite laseratura, accessori realizzati tramite stampa 3D, fibbie, bottoni, etc.. Goretti ha realizzato, nel 2022, un fatturato di circa [10-31] milioni di euro a livello mondiale, di cui circa [10-31] milioni di euro in Italia.

Deadema è una società di diritto italiano, attualmente controllata da SGE S.r.l. e da alcune persone fisiche, che opera nella produzione di prodotti galvanici e, in particolare, di accessori di bigiotteria, componenti e decorazioni per calzature e pelletteria destinati alle case di alta moda. Deadema ha realizzato, nel 2022, un fatturato di circa [1-10] milioni di euro quasi interamente in Italia.

Teknomabel è una società di diritto italiano il cui capitale è attualmente detenuto da persone fisiche, che è attiva nelle stampe e in altre lavorazioni su componenti e accessori (quali borchie, catene, applicazioni, bottoni, fibbie, alamari, manici, fermagli, pettinini, cerchietti, ecc.) in materiale plastico (quale l’acrilonitrile-butadiene-stirene, la bioplastica, la resina e il materiale acrilico) per il settore dell’alta moda. Nel 2022, il fatturato realizzato da Teknomabel è stato pari a circa [1-10] milioni di euro, di cui [1-10] milioni realizzati in Italia.

Estro Lab, infine, è una società italiana di consulenza stilistica, attualmente controllata da una persona fisica, che svolge attività di ricerca di tendenze, *design*, prototipia, sviluppo e supporto creativo in relazione ad articoli di alta moda dei settori calzaturiero, dell’abbigliamento e della pelletteria. Estro Lab ha realizzato, interamente in Italia, nel 2022 un fatturato di circa [*inferiore a 1 milione di*] euro.

II. DESCRIZIONE DELL’OPERAZIONE

3. L’operazione notificata consiste nell’acquisizione da parte di SQ, per il tramite di SQ11 e dunque di MH, del controllo esclusivo sulle Target. In particolare, da un lato, i Contratti di Compravendita prevedono l’acquisizione della totalità del capitale di ciascuna delle società descritte; dall’altro lato, l’Accordo di Investimento, sottoscritto da tre persone fisiche, attualmente azioniste di Goretti, Teknomabel e Estro Lab e la stessa SQ11, prevede che le prime acquisiranno una quota assolutamente minoritaria del capitale di quest’ultima; tale quota, tuttavia, anche in ragione del Patto

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

² I livelli di fatturato prodotto *post* cessione di ERG S.p.A. (vedi nota 1) risulterebbero - con data di riferimento ottobre 2023 - pari a 985 milioni nel Mondo, di cui 940 milioni in Europa e 616 milioni in Italia.

Parasociale sottoscritto tra gli stessi soggetti, non sarà idonea a conferire alcun tipo di controllo alle persone fisiche sottoscrittenti.

4. Le Parti rappresentano che le descritte operazioni di acquisto costituiscono un'unica operazione di concentrazione data l'inscindibilità e l'unitarietà che le caratterizza. Infatti, sulla base delle previsioni contenute nei relativi contratti, gli impegni di acquisto e di vendita previsti sono assunti in modo inscindibile con riferimento alla piena ed esclusiva proprietà dell'intero capitale di tutte le Target, tale per cui ciascuna di queste operazioni non si realizzerebbe senza le altre. Pertanto, le quattro acquisizioni appaiono legate da un vincolo di condizionalità e simultaneità reciproca di diritto, con la conseguenza che l'operazione ha natura unitaria e costituisce una concentrazione unica.

5. Nell'ambito dell'operazione le Parti venditrici si sono, altresì, impegnate, per la durata di cinque anni: (i) ad astenersi dallo svolgere nell'Unione europea attività nei settori di operatività delle Target e a ricoprire cariche o a fornire supporto a società che operino in tali attività; (ii) a non sollecitare dipendenti, agenti distributori, collaboratori, fornitori o clienti delle Target a interrompere o modificare i rapporti con le stesse; (iii) ad astenersi dall'utilizzare o registrare segni distintivi analoghi o idonei a generare confusione con quelli delle Target o dall'avvalersi dei segreti aziendali, *know-how* e conoscenze tecniche sviluppate dalle Target.

III. QUALIFICAZIONE DELL'OPERAZIONE

6. L'operazione comunicata costituisce una concentrazione, ai sensi dell'articolo 5, comma 1, lettera b), della legge n. 287/1990, in quanto comporta l'acquisizione del controllo di imprese. Essa rientra nell'ambito di applicazione della legge n. 287/1990, non ricorrendo le condizioni di cui all'articolo 1 del Regolamento (CE) n. 139/2004, ed è soggetta all'obbligo di comunicazione preventiva disposto dall'articolo 16, comma 1, della medesima legge, in quanto il fatturato totale realizzato, nell'ultimo esercizio a livello nazionale, dall'insieme delle imprese interessate è stato superiore a 532 milioni di euro e il fatturato totale realizzato, nell'ultimo esercizio a livello nazionale, individualmente da almeno due delle imprese interessate è stato superiore a 32 milioni di euro.

7. Gli obblighi di non concorrenza e non sollecitazione descritti possono essere qualificati come accessori alla concentrazione comunicata nella misura in cui contengono restrizioni direttamente connesse alla realizzazione dell'operazione e ad essa necessarie³. In particolare, nel caso di specie gli impegni assunti dai venditori vanno a beneficio dell'acquirente e rispondono all'esigenza di garantire a quest'ultimo il trasferimento dell'effettivo valore dell'acquisizione. Tuttavia, per non travalicare i limiti di quanto ragionevolmente richiesto allo scopo, è necessario che essi abbiano una durata limitata a due anni, essendo l'acquirente già presente nei settori interessati, e che non eccedano l'attuale ambito territoriale e merceologico di operatività delle società oggetto di acquisizione.

³ Cfr. Comunicazione della Commissione sulle restrizioni direttamente connesse e necessarie alle concentrazioni (2005/C 56/03) § 18 e ss..

IV. VALUTAZIONE DELL'OPERAZIONE

I mercati rilevanti

8. In ragione dell'attività svolta dalle società Target, nella presente operazione vengono in rilievo *i)* il settore dei prodotti galvanici e *ii)* il settore del lusso.

a) Il settore dei prodotti galvanici

9. In primo luogo, viene in rilievo il settore dei prodotti galvanici, ossia quei prodotti ottenuti mediante processi chimici di miscelazione di materie prime (quali, ad esempio, il nickel, lo zinco, il rame, il cromo e i metalli preziosi) o di semilavorati. Trattasi, più specificamente, di un processo attraverso il quale si rivestono degli oggetti o parti di oggetti in metallo grezzo, di uno strato superficiale di metallo prezioso (oro, argento o platino), attraverso una trasformazione di tipo elettrolitico.

10. Il principale campo di applicazione dei prodotti galvanici è il rivestimento (c.d. metallizzazione) di superfici metalliche o di plastica, che viene effettuato sia a scopo funzionale (nel caso in cui il rivestimento metallico sia realizzato al fine di prevenire l'erosione delle superfici rivestite o la corrosione delle stesse), sia decorativo (per rendere particolarmente lucente un determinato oggetto o accessorio).

11. I prodotti galvanici sono prevalentemente indirizzati all'industria automobilistica (maniglie, cerchioni, coperture dei fari, particolari decorativi delle scocche, viti, etc.), al settore della rubinetteria (rubinetti, altri accessori per la cucina e per il bagno, etc.) e a quello degli articoli per la casa in genere (mobili, casalinghi, elettrodomestici, etc.), nonché all'industria dell'abbigliamento e della bigiotteria.

12. In questo senso, occorre rilevare che, in base alla destinazione d'uso del prodotto e, dunque, all'industria alla quale il prodotto è destinato, potrebbero individuarsi differenti mercati merceologici⁴. Nel caso di specie, Deadema, che è l'unica società delle Target che opera in questo settore, è attiva nella realizzazione di bigiotteria e gioielli.

13. Dal punto di vista geografico, il mercato potrebbe avere una dimensione nazionale in ragione delle esigenze degli utilizzatori⁵.

14. Tuttavia, vista la quota di mercato del tutto marginale detenuta da Deadema anche considerando la definizione merceologica e geografica più ristretta di mercato, che comprenderebbe solo la produzione e commercializzazione di prodotti galvanici per la realizzazione di bigiotteria e che sarebbe ristretta ai confini nazionali, si ritiene che la corretta definizione del mercato rilevante possa essere lasciata aperta.

b) Il settore dei beni di lusso

15. In base a quanto comunicato dalle Parti, sia il Gruppo acquirente sia le Target operano, in via generale, nel settore dell'alta moda e del lusso, fornendo alle case di moda o a loro committenti

⁴ Cfr. C5178 - *Gucci Luxembourg/ Frosini Giuliano*, provvedimento n. 10641 dell'11 aprile 2002, in Bollettino n. 15/2002.

⁵ Cfr. C5178 - *Gucci Luxembourg/ Frosini Giuliano*, cit e C3444 - *Atotech Italia/Tecnoriv*, provvedimento n. 7018 del 26 marzo 1999, in Bollettino n. 12/1999.

lavorazioni e prodotti idonei a rifinire, decorare e a completare il confezionamento dei relativi prodotti finali.

16. Secondo i precedenti orientamenti nazionali⁶, il comparto del lusso viene definito come quello della ideazione, del *design*, della produzione e della commercializzazione di un'ampia gamma di beni considerati nel loro complesso come un unico ambito merceologico.

17. Secondo i richiamati precedenti: (i) dal lato della domanda, i beni di lusso si qualificano come articoli di alta qualità e si caratterizzano per essere venduti a prezzi tipicamente elevati e sotto marchi prestigiosi che, proprio in virtù del valore aggiunto rappresentato dal marchio, si caratterizzano per uno scarso grado di sostituibilità con i beni che appartengono alla stessa categoria merceologica ma che sono venduti con marchi non conosciuti; (ii) dal lato dell'offerta, la strategia di sviluppo seguita dalla maggior parte delle società produttrici di beni di lusso risulta caratterizzata da un elevato grado di diversificazione e di innovazione. Ciò è indicativo di *switching cost* contenuti e di una significativa sostituibilità dal lato dell'offerta. Una siffatta strategia rende inappropriata una classificazione per raggruppamenti merceologici di singoli prodotti.

18. Nell'ambito del mercato del lusso così come descritto, possono individuarsi segmenti specifici sia in ragione della categoria di prodotto, distinguendo, ad esempio, articoli di abbigliamento, articoli in pelle e accessori, profumi e cosmetici, gioielli e orologi, vini e liquori; sia in base al differente posizionamento nella filiera produttiva, distinguendosi la lavorazione del prodotto finito rispetto a quella dei beni semilavorati o intermedi, che sono acquistati dalle case di moda di lusso per essere a loro volta incorporati nel confezionamento del prodotto finale.

19. Nel caso specifico, l'operazione in esame riguarda società attive nella produzione e lavorazione di beni semilavorati o intermedi, attraverso differenti processi, tra cui la galvanizzazione, o mediante l'uso di differenti materiali (Goretti, Deadema e Teknomabel), nonché società attive nella fase di *design* e progettazione dei beni (Estrolabel).

20. Tali segmenti si pongono a monte rispetto al confezionamento finale e alla distribuzione del prodotto a livello *retail* al consumatore, e sono caratterizzati dalla presenza di imprese altamente specializzate nella fabbricazione di beni, previo l'utilizzo di avanzate tecniche produttive - come i processi di galvanizzazione che sono impiegati per la produzione di componenti di abbigliamento (quali fibbie e borchie) o di accessori come gioielli e bigiotteria oppure l'utilizzo di laseratura o stampa 3D - e di manodopera artigianale di alto livello. I grandi marchi dei prodotti di lusso si affidano, quindi, a tali realtà per l'approvvigionamento di componenti specifiche dal momento che l'integrazione verticale, seppur esistente, non è la norma.

21. In questo contesto, si ritiene che, nel caso di specie, la corretta definizione del mercato rilevante possa essere lasciata aperta in considerazione della posizione del tutto marginale delle Parti.

22. Per quel che riguarda la rilevanza geografica, la dimensione del mercato - definito sia nella sua accezione più ampia dei beni di lusso, che in quella ristretta della produzione degli accessori per beni di lusso - può ritenersi sovranazionale, nello specifico SEE.

⁶ Cfr. C12263 - *LVMH Moët Hennessy - Louis Vuitton - Stella Mc Cartney/Anin Star Holding Limited*, provvedimento n. 27973 del 29 ottobre 2019, in Bollettino n. 46/2019; C10806 - *L Capital Management-Florac/Sandro Andy-Maje-Storenex-HF Biousse*, provvedimento n. 21837 del 24 novembre 2010, in Bollettino n. 46/2010; C10547 - *Phillips-Van Heusen/Tommy Hilfiger*, provvedimento n. 21060 del 28 aprile 2010, in Bollettino n. 17/2010; C10495 - *3I SGR/Mosaicon*, provvedimento n. 20901 del 10 marzo 2010, in Bollettino n. 10/2010; C10200 - *S.L.D.J.-Cotec-Altea-Newco/Arcadia-Accademia-Atmosfera*, provvedimento AGCM n. 20211 del 6 agosto 2009, in Bollettino n. 33/2009.

23. Tale ipotesi, confermata dalla prassi decisionale dell'Autorità, trae origine da diversi elementi quali l'assenza di particolari preferenze da parte dei clienti per i prodotti accessori nazionali, la bassa incidenza dei costi di trasporto rispetto al prezzo, tenuto anche conto delle ridotte dimensioni dei componenti, l'insussistenza di barriere tecniche o di natura giuridica tali da impedire la circolazione degli stessi.

Gli effetti dell'operazione

24. In base alle informazioni fornite dalle Parti si ritiene che l'operazione in esame non sia idonea a generare alcun significativo impatto nei settori interessati. Infatti, sebbene vi sia una sovrapposizione orizzontale tra le attività del Gruppo acquirente e quelle delle Target, l'incremento della quota di mercato determinato dall'acquisizione di queste ultime risulta del tutto marginale.

25. Più specificamente, per quel che concerne la produzione e commercializzazione di prodotti galvanici si rappresenta che, anche nell'accezione più ristretta di mercato che, come anticipato, comprenderebbe solo la produzione e commercializzazione di prodotti galvanici per la realizzazione di bigiotteria e che sarebbe ristretta ai confini nazionali, la Target ha una quota del tutto marginale, inferiore all'1% mentre il Gruppo acquirente ha una quota del [1-5%].

26. Parimenti, nel settore del lusso dove si osserva che, laddove il mercato fosse definito come quello comprendente ogni segmento e ogni livello della filiera produttiva, sia il Gruppo acquirente sia le Target detengono nel SEE quote di mercato inferiori all'1%. Inoltre, le quote restano marginali anche laddove considerassimo il mercato come inclusivo dei soli accessori per beni di lusso, posto che in tale ambito la quota del Gruppo acquirente è pari al [1-5%] mentre quella delle Target è inferiore all'1%.

27. In relazione ai profili verticali tra il settore della produzione di prodotti galvanici, a monte, e quello della produzione di beni di lusso o di accessori per beni di lusso, a valle, non appaiono sussistere preoccupazioni dal punto di vista della concorrenza in considerazione delle ridotte quote di mercato delle Parti nei mercati suddetti.

28. Infine, in base a quanto descritto dalle Parti, nel mercato sono presenti numerosi e qualificati concorrenti, sia nazionali che internazionali.

29. In conclusione, alla luce delle considerazioni che precedono, la concentrazione in esame non appare idonea a ostacolare in misura significativa la concorrenza effettiva in nessuno dei settori interessati né a determinare la costituzione o il rafforzamento di una posizione dominante.

RITENUTO, pertanto, che l'operazione in esame non ostacola, ai sensi dell'articolo 6, comma 1, della legge n. 287/1990, in misura significativa la concorrenza effettiva nei mercati interessati e non comporta la costituzione o il rafforzamento di una posizione dominante;

RITENUTO, altresì, che i patti di non concorrenza e di non sollecitazione possono essere considerati accessori alla presente operazione nei soli limiti sopra indicati e che l'Autorità si riserva di valutare, laddove sussistano i presupposti, i suddetti patti ove si realizzi oltre tali limiti;

DELIBERA

di non avviare l'istruttoria di cui all'articolo 16, comma 4, della legge n. 287/1990.

Le conclusioni di cui sopra saranno comunicate, ai sensi dell'articolo 16, comma 4, della legge n. 287/1990, alle imprese interessate e al Ministro delle Imprese e del Made in Italy.

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

IL SEGRETARIO GENERALE

Guido Stazi

IL PRESIDENTE

Roberto Rustichelli

C12596 - BOSSONI AUTOMOBILI/BAIAUTO*Provvedimento n. 31041*

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 23 gennaio 2024;

SENTITO il Relatore, Saverio Valentino;

VISTO il Regolamento (CE) n. 139/2004;

VISTA la legge 10 ottobre 1990, n. 287;

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

VISTA la comunicazione effettuata da Bossoni Automobili S.p.A. pervenuta in data 2 gennaio 2024;

VISTA la documentazione agli atti;

CONSIDERATO quanto segue:

I. LE PARTI

1. Bossoni Automobili S.p.A. (di seguito, "Bossoni") è una società attiva nella distribuzione al dettaglio di autovetture (nuove e usate) e di veicoli commerciali leggeri (nuovi e usati) dei marchi del gruppo Volkswagen, nella vendita di ricambi originali ed equivalenti per i medesimi marchi e nella fornitura di servizi *post* vendita di assistenza, manutenzione e riparazione di autoveicoli, in diverse province del nord Italia¹. Bossoni è, altresì, attiva nella vendita di autovetture usate di altri marchi.

La società è controllata dal Gruppo Bossoni S.p.A. (di seguito, "Gruppo Bossoni"), che ne detiene l'intero capitale sociale. Il Gruppo Bossoni è controllato da persone fisiche riconducibili all'omonima famiglia² e, nel 2022, ha realizzato, in Italia, un fatturato consolidato pari a circa [532-700]* milioni di euro.

2. Baiauto S.p.A. (di seguito, "Baiauto" o "Target") è una società che svolge, nella provincia di Reggio Emilia, attività di distribuzione al dettaglio di autovetture nuove e usate nonché di ricambi originali ed equivalenti dei marchi del gruppo Volkswagen³. Essa è, altresì, attiva, nella medesima provincia, nell'offerta di servizi *post* vendita di assistenza, manutenzione e riparazione. Baiauto è sottoposta al controllo esclusivo di Buratti Holding S.r.l. (di seguito, "Buratti Holding"), che ne

¹ In particolare, le concessionarie del Gruppo Bossoni sono ubicate nelle province di Brescia, Cremona, Mantova e Piacenza.

² Il Gruppo Bossoni opera attraverso le proprie controllate, Bossoni Automobili S.p.A., Mandolini Auto S.p.A. (acquisita nel 2020; cfr. C12341 - *Bossoni automobili/Mandolini auto*, provvedimento n. 28500 del 22 dicembre 2020, in Bollettino n. 2/2021) e Agricar S.p.A. (acquisita nel 2022, cfr. C12441 - *Gruppo Bossoni/Agricar*, provvedimento n. 30115 del 12 aprile 2022). Il Gruppo Bossoni è attivo nella distribuzione al dettaglio di autovetture nuove e usate e di veicoli commerciali leggeri nuovi e usati di diversi marchi (FCA, Peugeot, Volvo, Kia e Volkswagen - Audi e Skoda), di ricambi originali ed equivalenti dei rispettivi marchi e servizi *post* vendita di assistenza, manutenzione e riparazione.

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

³ Si precisa che la società Baiauto non è attiva nella distribuzione al dettaglio di veicoli commerciali leggeri.

detiene l'intero capitale sociale. Il fatturato realizzato in Italia da Baiauto, nell'anno finanziario 2022, è stimato in [32-100] milioni di euro.

II. DESCRIZIONE DELL'OPERAZIONE

3. L'operazione comunicata consiste nell'acquisizione, da parte di Bossoni, del controllo esclusivo di Baiauto, da realizzarsi mediante l'acquisto delle azioni detenute da Buratti Holding, pari al 100 % del relativo capitale sociale.

4. La *ratio* dell'operazione è riconducibile alla decisione di Buratti Holding di uscire dal mercato dell'automobile e, parallelamente, alla volontà del Gruppo Bossoni di estendere la propria presenza in un'area geografica in cui attualmente non è presente. In particolare, con l'acquisizione della società Baiauto, il Gruppo Bossoni si propone di ampliare la presenza della controllata Bossoni Automobili, come concessionaria Audi - Volkswagen, anche alla provincia di Reggio Emilia, e ampliare l'attività anche ai marchi Seat e Cupra.

5. Il contratto preliminare di compravendita prevede le seguenti restrizioni accessorie a tutela dell'avviamento dell'impresa acquisita: *i*) obbligo di non concorrenza, della durata di due anni, per le aree geografiche delle province di Brescia, Cremona, Mantova, Piacenza, Parma, Reggio Emilia, Modena e Bologna e *ii*) una clausola di non sollecitazione della durata di due anni.

III. QUALIFICAZIONE DELL'OPERAZIONE

6. L'operazione comunicata, in quanto finalizzata all'acquisizione del controllo esclusivo di un'impresa, costituisce una concentrazione ai sensi dell'articolo 5, comma 1, lettera b), della legge n. 287/1990. Essa rientra nell'ambito di applicazione della legge n. 287/1990 non ricorrendo le condizioni di cui all'articolo 1 del Regolamento (CE) n. 139/2004, ed è soggetta all'obbligo di comunicazione preventiva disposto dall'articolo 16, comma 1, della medesima legge in quanto il fatturato totale realizzato, nell'ultimo esercizio a livello nazionale, dall'insieme delle imprese interessate è stato superiore a 532 milioni di euro e il fatturato totale realizzato, nell'ultimo esercizio a livello nazionale, da almeno due delle imprese interessate è stato superiore a 32 milioni di euro.

7. I patti di non concorrenza e di non sollecitazione sottoscritti dalle Parti e descritti in precedenza possono essere qualificati come accessori alla concentrazione nella misura in cui contengono restrizioni direttamente connesse alla realizzazione dell'operazione e a essa necessarie⁴. Nel caso di specie, gli impegni assunti dal venditore vanno a beneficio dell'acquirente, rispondono all'esigenza di preservare il valore dell'impresa acquisita, sono limitati geograficamente e la loro durata è limitata a un periodo non superiore ai due anni.

⁴ Si veda "Comunicazione della Commissione sulle restrizioni direttamente connesse e necessarie alle concentrazioni", in G.U.C.E. 2005/C56/03 del 5 marzo 2005.

IV. VALUTAZIONE DELL'OPERAZIONE

Il mercato del prodotto

8. Sotto il profilo merceologico, i mercati interessati dall'operazione sono quelli in cui opera la società oggetto di acquisizione, ossia⁵:

- i) la distribuzione al dettaglio di autoveicoli per passeggeri nuovi e usati;
- ii) la distribuzione al dettaglio di ricambistica per autoveicoli per passeggeri;
- iii) i servizi *post* vendita di assistenza, manutenzione e riparazione di autoveicoli.

9. Il mercato *sub* i) interessa l'attività di distribuzione degli autoveicoli per passeggeri nuovi e usati da parte dei concessionari ai consumatori finali. Le case produttrici commercializzano le proprie vetture mediante imprese di distribuzione (imprese controllate o operatori terzi), le quali, a loro volta, si avvalgono di una rete di concessionari che svolgono attività di vendita alla clientela. Nell'ambito di tale mercato possono individuarsi diversi segmenti, distinguendo tra autoveicoli per passeggeri nuovi e usati, in base alle prestazioni, alle dimensioni e al prezzo delle autovetture commercializzate. Tuttavia, frequentemente i concessionari distribuiscono diverse tipologie di prodotto (utilitarie, categoria media, categoria superiore, ecc.). Ai fini della presente operazione, comunque, non appare necessario addivenire a una esatta delimitazione merceologica del mercato.

10. Con riguardo al mercato *sub* ii), relativo alla distribuzione al dettaglio di ricambistica per autoveicoli, è possibile individuare due categorie di prodotto: i ricambi originali e i ricambi equivalenti (di qualità corrispondente). I pezzi di ricambio originali sono commercializzati con il marchio della casa automobilistica; la ricambistica equivalente è, invece, fornita da operatori indipendenti del settore della componentistica, che possono anche rifornire le stesse case automobilistiche.

11. I prezzi delle parti di ricambio equivalenti presentano un livello significativamente inferiore, che varia anche a seconda della tipologia di ricambio considerato. Inoltre, le diverse tipologie di ricambi per autoveicoli (guarnizioni, pastiglie, ammortizzatori, cinghie, candele, filtri, fanaleria, ecc.) non sono tra loro sostituibili dal lato della domanda finale che dipende, evidentemente, dall'intervento di manutenzione o riparazione da effettuare. Tuttavia, si registra, sempre dal lato della domanda, una significativa sostituibilità tra ricambi originali ed equivalenti (purché di qualità corrispondente), variabile in funzione dell'età e della classe economica di appartenenza del veicolo, nonché del tipo di ricambio. Dal lato dell'offerta, inoltre, i centri di assistenza delle case automobilistiche (generalmente concessionarie e officine autorizzate) possono distribuire al dettaglio ricambi sia originali che equivalenti. Sempre dal lato dell'offerta, infine, gli operatori distribuiscono generalmente un'ampia gamma di parti di ricambio. Ai fini della presente operazione, comunque, non appare necessario addivenire a una esatta delimitazione merceologica del mercato.

12. Il mercato *sub* iii) risulta caratterizzato da un'estrema polverizzazione dell'offerta. L'attività di riparazione e manutenzione viene, infatti, svolta da un'ampia gamma di operatori quali: officine e concessionari rivenditori autorizzati; officine indipendenti; stazioni di servizio; centri auto

⁵ Cfr., tra gli altri, provvedimento n. 30845 del 24 ottobre 2023, C12573 - *PAG Italy/Sarma NewCo*, in Bollettino n. 43/2023; provvedimento n. 30738 del 18 luglio 2023, C12550 - *Autotorino/Mercedes-Benz Roma*, in Bollettino n. 30/2023; provvedimento n. 28273 del 17 giugno 2020, C12300 - *Eurocar Italia/Erre Esse*, in Bollettino n. 27/2020; provvedimento n. 27594 del 12 marzo 2019; cfr. anche le decisioni della Commissione europea del 1° agosto 2018, COMP/M.8963 - *Eurocar/Bonaldi* e del 10 settembre 2018, COMP/M.9070 - *Eurocar/Vicentini*.

specializzati; servizi rapidi di assistenza (l'attività di assistenza in garanzia viene invece effettuata dagli stessi concessionari delle case automobilistiche ovvero da altri soggetti da queste autorizzati). Ai fini della presente operazione, comunque, non appare necessario addivenire a una esatta delimitazione merceologica del mercato.

Il mercato geografico

13. Per quel che riguarda la definizione dei mercati *sub i*), *ii*) e *iii*) sotto il profilo dell'estensione geografica, in considerazione dei comportamenti di acquisto dei consumatori e, in particolare, dell'importanza da questi attribuita alla prossimità dei punti di vendita e assistenza⁶, si ritiene che questa debba essere locale.

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

15. In alternativa, è possibile definire i mercati locali tenendo conto della dimensione dei bacini di utenza dei singoli punti vendita delle imprese interessate e della propensione alla mobilità dal lato della domanda. A tal riguardo, la Parte notificante ritiene che sia possibile ipotizzare l'esistenza di un bacino di utenza individuato dalle aree site intorno ai concessionari di Baiauto, oggetto di acquisizione, percorribili in 40 ovvero 60 minuti di tragitto in macchina per il mercato *sub i*) e in 20 minuti di tragitto in macchina per i mercati *sub ii*) e *iii*) (c.d. *isocrone*).

16. Ai fini della presente operazione, tuttavia, non appare necessario addivenire ad un'esatta delimitazione geografica del mercato in quanto ciò non inciderebbe sulla valutazione dell'operazione in esame.

Gli effetti dell'operazione

17. L'operazione comunicata non appare idonea a determinare effetti distorsivi per la concorrenza. In particolare si rileva che Bossoni non ha sedi nella provincia di Reggio Emilia e, pertanto, non sviluppa fatturato considerando tale definizione del mercato. Considerando una definizione geografica basata su isocrone, Bossoni non ha comunque attività sovrapponibili nei mercati *sub ii*) e *iii*), mentre risulta detenere una quota del tutto marginale (inferiore all'1%) nel mercato *sub i*). Inoltre, anche le quote di mercato detenute dalla Target nei mercati interessati dall'operazione risultano modeste.

Pertanto, a esito dell'operazione, nella provincia di Reggio Emilia, l'entità risultante dalla concentrazione sarà in grado di esprimere le seguenti quote di mercato:

- nel mercato della distribuzione al dettaglio di autoveicoli per passeggeri, una quota di mercato pari a circa [1-5%],
- nel mercato della distribuzione al dettaglio di ricambistica per autoveicoli, una quota di mercato pari al [1-5%],
- nel mercato della fornitura dei servizi di assistenza, riparazione e manutenzione di autoveicoli, una quota di mercato, espressa in volumi, di [1-5%].

⁶ Cfr. provvedimento n. 29653, del 4 maggio 2021, C12372 - Gruppo Bossoni-Agricar/Ramo di azienda fallimento Agricar Diesel, in Bollettino n. 21/2021.

Infine, in tutti i mercati interessati dall'operazione sono attivi numerosi e qualificati concorrenti. Pertanto, l'operazione non è suscettibile di modificare in maniera significativa la struttura concorrenziale nei mercati in parola.

18. Alla luce delle considerazioni sopraesposte, la concentrazione in esame non appare idonea a ostacolare la concorrenza nei mercati interessati e a determinare la costituzione o il rafforzamento di una posizione dominante.

RITENUTO, pertanto, che l'operazione in esame non ostacola, ai sensi dell'articolo 6, comma 1, della legge n. 287/1990, in misura significativa la concorrenza effettiva nei mercati interessati e non comporta la costituzione o il rafforzamento di una posizione dominante;

RITENUTO, altresì, che il patto di non concorrenza è accessorio alla presente operazione nei soli limiti temporale e geografico sopra indicati e che l'Autorità si riserva di valutare, laddove ne sussistano i presupposti, il suddetto patto ove si realizzi oltre tali limiti;

DELIBERA

di non avviare l'istruttoria di cui all'articolo 16, comma 4, della legge n. 287/1990.

Le conclusioni di cui sopra saranno comunicate, ai sensi dell'articolo 16, comma 4, della legge n. 287/1990, alle imprese interessate e al Ministro delle Imprese e del Made in Italy.

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

IL SEGRETARIO GENERALE
Guido Stazi

IL PRESIDENTE
Roberto Rustichelli

C12597 - VETRI SPECIALI/GENERALVETRI*Provvedimento n. 31042*

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 23 gennaio 2024;

SENTITA la Relatrice, Professoressa Elisabetta Iossa;

VISTO il Regolamento (CE) n. 139/2004;

VISTA la legge 10 ottobre 1990, n. 287;

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

VISTA la comunicazione della società Generalvetri S.p.A., pervenuta in data 3 gennaio 2024;

VISTI gli atti al fascicolo;

CONSIDERATO quanto segue:

I. LE PARTI

1. Vetri Speciali S.p.A. (di seguito, anche "VS" o "Vetri Speciali"), con sede in Trento (TN), è una società attiva nel settore della produzione e commercializzazione di contenitori speciali in vetro cavo per alimenti su scala mondiale.

2. VS è controllata congiuntamente dalle società Owens-Illinois Glass Inc. (di seguito, anche "O-I" e, congiuntamente alle sue controllate, il "Gruppo O-I") e Zignago Holding S.p.A. (di seguito, anche "Zignago" e, congiuntamente alle sue controllate, il "Gruppo Zignago"). Sia il Gruppo O-I che il Gruppo Zignago operano principalmente nella produzione e commercializzazione di contenitori in vetro cavo per uso industriale a livello globale.

3. Nel 2022 VS ha realizzato un fatturato di [100-532]* milioni di euro a livello mondiale, di cui 301,8 realizzati nell'Unione Europea e [100-532] milioni di euro in Italia. Nel medesimo anno il fatturato riferibile al Gruppo O-I è stato di circa [6-7] miliardi di euro a livello mondiale, di cui circa [2-3] miliardi di euro realizzati nell'Unione Europea e [700-1.000] milioni di euro in Italia, mentre quello riferibile al Gruppo Zignago è stato di [700-1.000] milioni di euro a livello mondiale, di cui [700-1.000] milioni di euro realizzati nell'Unione Europea e [532-700] milioni di euro in Italia.

4. Generalvetri S.p.A. (di seguito, Generalvetri o la Target), con sede in San Polo di Piave (TV), è attiva nella distribuzione di contenitori in vetro cavo per uso industriale (in particolare uso alimentare e relativi accessori). Il capitale sociale di Generalvetri è detenuto da due persone fisiche. Nel 2022 Generalvetri ha realizzato un fatturato pari a [32-100] milioni di euro, quasi interamente in Italia.

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

II. DESCRIZIONE DELL'OPERAZIONE

5. L'Operazione di concentrazione comunicata consiste nell'acquisizione da parte di Vetri Speciali dell'intero capitale sociale di Generalvetri e, pertanto, a esito dell'operazione O-I e Zignago deterranno il controllo congiunto di Generalvetri per il tramite di Vetri Speciali.

III. QUALIFICAZIONE DELL'OPERAZIONE

6. L'operazione comunicata costituisce una concentrazione, ai sensi dell'articolo 5, comma 1, lettera b), della legge n. 287/1990, in quanto comporta l'acquisizione del controllo congiunto di un'impresa. Essa rientra nell'ambito di applicazione della legge n. 287/1990, non ricorrendo le condizioni di cui all'articolo 1 del Regolamento (CE) n. 139/2004, ed è soggetta all'obbligo di comunicazione preventiva disposto dall'articolo 16, comma 1, della medesima legge, in quanto il fatturato totale realizzato, nell'ultimo esercizio a livello nazionale, dall'insieme delle imprese interessate è stato superiore a 532 milioni di euro e il fatturato totale realizzato, nell'ultimo esercizio a livello nazionale, individualmente da almeno due delle imprese interessate è stato superiore a 32 milioni di euro.

IV. VALUTAZIONE DELL'OPERAZIONE

I mercati rilevanti

7. Le Parti sono attive, a vari livelli, nel mercato della produzione e distribuzione di prodotti in vetro cavo per uso industriale. Più specificatamente, (i) la società Target risulta esclusivamente attiva nella distribuzione di prodotti vetro cavo per uso industriale (in particolare per prodotti alimentari) e relativi accessori; mentre (ii) l'Acquirente e le società controllanti sono primariamente attive nel mercato a monte della produzione di contenitori in vetro cavo, provvedendo altresì alla distribuzione nei confronti di clienti di grandi dimensioni, che utilizzano i prodotti in vetro cavo per il confezionamento dei loro prodotti.

I mercati della produzione dei contenitori in vetro

8. Per quanto riguarda il mercato della produzione di contenitori in vetro, i precedenti nazionali e comunitari¹ individuano due possibili segmentazioni di tale mercato basate: (i) sulla *destinazione d'uso* del prodotto; (ii) sulla *tipologia* di vetro prodotto.

9. In relazione alla prima distinzione, i precedenti considerati distinguono il vetro cavo in due segmenti: 1) il vetro cavo per uso domestico, pressato o soffiato, relativo all'area dei c.d.

¹ Cfr. C10103 - *O-I Manufacturing Italy-Zignago Vetro/Vetri Speciali*, provvedimento n. 19997 del 18 giugno 2009, in Bollettino n. 24/2009; C10973 - *Owens Illinois/Verrerie Du Languedoc*, provvedimento n. 22248 del 23 marzo 2011, in Bollettino n. 12/2011; I201 - *Produttori Di Vetro Cavo*, provvedimento del 12 giugno 1997 n. 5084, in Bollettino n. 24/1997; C7140 - *Zi.Fi./Zignago Santa Margherita*, provvedimento n. 14531 del 21 luglio 2005, in Bollettino n. 29/2005; C6242 - *Bormioli Finanziaria/Bormioli Rocco & Figlio*, provvedimento n. 12921 del 26 marzo 2004, in Bollettino n. 9/2004. Si vedano anche i casi comunitari M.6025 - *Ardagh/Impress* (2010) e COMP/ M3397 *Owens-Illinois/Bsn Glasspack* (2004).

“casalinghi” quali bicchieri, tazze, vasi; 2) il vetro cavo per uso industriale, per il confezionamento di prodotti industriali².

10. Con riferimento, invece, alla distinzione basata sulla tipologia di vetro, in alcuni precedenti nazionali³ si distingue il mercato dei prodotti in vetro cavo c.d. *standard*, caratterizzati da forme e dimensioni standardizzate, dal mercato dei prodotti in vetro cavo *speciale/non standard*, caratterizzati da forme e dimensioni *ad hoc* specifiche per ogni cliente, il quale, in molti casi, fornisce lo stampo al produttore. Mentre, in altri casi nazionali⁴ e comunitari⁵, non è stata apportata una distinzione merceologica del mercato rilevante tra vetro cavo *standard* e speciale. Ai fini della presente decisione non occorre tuttavia addivenire ad una definizione merceologica conclusiva, posto che in entrambe le definizioni (sia considerando il vetro cavo *standard* e speciale come mercati distinti o facenti parte di un unico mercato) le conclusioni in merito agli effetti concorrenziali non varierebbero⁶.

11. Secondo quanto emerso dal Formulario e le successive informazioni, VS è primariamente attiva nella produzione di contenitori per uso industriale in vetro cavo speciale, mentre le controllanti, Zignago e O-I, sono primariamente attive nella produzione di contenitori per uso industriale in vetro cavo *standard*, sebbene producano anche, in via residuale, contenitori in vetro speciale/*non standard*.

12. In base alla propria prassi decisionale relativa al mercato della produzione di vetro cavo - tanto per uso industriale che per uso domestico - l’Autorità ha constatato che esso ha estensione geografica nazionale⁷.

Il mercato della distribuzione dei prodotti in vetro cavo

13. Elemento determinante al fine di definire il mercato dal punto di vista merceologico, in assenza di precedenti nazionali o comunitari, sembra essere la dimensione dei clienti finali, in ragione del fatto che le imprese produttrici di contenitori in vetro si avvalgono di distributori per consegne alle piccole imprese localizzate sul territorio italiano. Diversamente, i clienti grandi utilizzatori, in ragione di acquisti in volume elevato (secondo le informazioni reperite, la dimensione minima sarebbe quella di un “camion completo”), si rivolgono direttamente ai produttori di prodotti in vetro cavo.

14. Inoltre, dal punto di vista merceologico, nel settore della distribuzione non vi sono differenze in base alla tipologia di vetro cavo trattato, risultando quindi non applicabili le ulteriori segmentazioni del mercato in *standard* e *non standard*.

² Sulla base dei succitati precedenti (cfr nota *supra*), in tale ambito è possibile isolare ulteriori tipologie di prodotti quali, ad esempio, bottigliame e fiaschi (bottiglie), e contenitori a bocca larga (vasi), flaconeria, utilizzata dall’industria farmaceutica e dall’industria cosmetica e della profumeria.

³ Cfr. C10103 - *O-I Manufacturing Italy-Zignago Vetro/Vetri Speciali*, cit..

⁴ Cfr. C10973 - *Owens Illinois/Verrerie Du Languedoc*, cit.; C7140 - *Zi.Fi./Zignago Santa Margherita*, cit.; C6242 *Bormioli Finanziaria/Bormioli Rocco & Figlio*, cit..

⁵ Cfr., *ex multis*, caso M.6025 - *Ardagh/Impress*, cit..

⁶ Si deve osservare, infatti, che tale distinzione non rileva ai fini della valutazione degli effetti verticali, posto che i distributori locali di prodotti in vetro cavo vendono indistintamente vetro cavo *standard* e speciale.

⁷ Cfr., *inter alia*, C10103 - *O-I Manufacturing Italy-Zignago Vetro/Vetri Speciali*, cit. e C10973 - *Owens Illinois/Verrerie Du Languedoc*, cit..

15. Sotto il profilo geografico, sembrerebbe rilevante l'incidenza dei costi di trasporto del vetro - considerando come punto di origine il magazzino in cui il distributore riceve e stiva il vetro consegnato dal produttore, e come destinazione i magazzini dei clienti del distributore - come principale *driver* per la valutazione della convenienza economica a coprire una determinata area.

16. In linea con tali considerazioni è possibile ipotizzare l'esistenza di un bacino di utenza individuato dalle aree site intorno ai depositi dei distributori. Nello specifico, la Parte ipotizza che il bacino di utenza debba essere individuato in 150 km ma ha tuttavia fornito le quote di mercato relative a tre possibili definizioni geografiche (isometriche di 100 km, 150 km e 200 km). Secondo le informazioni acquisite, circa il 70-80% delle vendite (in volume e valore) viene effettuata entro 100 km, o al massimo 150 km, sebbene vi siano casi in cui parte significativa delle vendite dei distributori venga effettuata oltre i 150 km. Nel caso di specie si ritiene non necessario pervenire a una definizione conclusiva del mercato rilevante in quanto, in tutte le definizioni possibili, non vi sarebbero problemi concorrenziali.

Gli effetti dell'operazione

17. In base alle informazioni fornite dalle Parti e le elaborazioni dell'Autorità, si ritiene che l'operazione in esame non sia idonea a generare alcun significativo impatto nei settori interessati. Infatti, sebbene vi siano profili di natura orizzontale e verticale tra le attività della società Acquirente, delle controllanti e quelle delle Target, l'incremento delle quote di mercato determinato dall'acquisizione di questa ultima non desta preoccupazioni dal punto di vista della concorrenza.

18. Più specificamente, per quanto riguarda gli effetti orizzontali, VS – attiva nella fase produttiva a monte - controlla alcuni distributori di contenitori in vetro cavo facenti capo al Gruppo Tre.Ve. S.r.l.⁸, che operano nello stesso ambito merceologico (la distribuzione dei prodotti in vetro cavo) e in alcuni casi in ambiti geografici sovrapponibili a quelli in cui opera Generalvetri.

19. Considerando le *location* di tutti i depositi di Generalvetri⁹ e quelle dei distributori facenti capo al Gruppo Tre.Ve. S.r.l., in tutte le configurazioni isometriche considerate - 100 km, 150 km e 200 km -, la quota di mercato *post merger* non è mai superiore al [20-25%], l'HHI compreso tra 1.000 e 2.000 e il delta-HHI generalmente inferiore a 250. Pertanto, in linea con gli orientamenti sulla valutazione delle concentrazioni orizzontali¹⁰, la concentrazione in esame non sembra dare luogo a preoccupazioni concorrenziali sotto il profilo orizzontale.

20. Con riferimento ai possibili effetti verticali, non si ritiene che la concentrazione possa determinare significativi effetti di preclusione degli input nei confronti dei distributori. Infatti, in ragione della posizione dei mercati a monte, rappresentata (i) nella produzione di contenitori in vetro speciale con una quota del [40-50%] da parte di VS; (ii) nella produzione di contenitori in vetro *standard* con quote pari al [25-30%] per O-I e al [5-10%] per Zignago, nonché la presenza di numerosi e qualificati operatori, si ritiene che la preclusione degli input sia improbabile. Anche considerando una definizione di mercato unitaria, cioè comprendente sia i contenitori in vetro *standard* e speciale, le conclusioni rimarrebbero invariate poiché le parti deterrebbero quote pari al

⁸ Nello specifico: Covim S.r.l.; Ez Vetro S.r.l.; Les Verres S.r.l.; Unionvetro S.r.l.; Vetro Reno S.r.l.

⁹ Generalvetri è dotata di 5 magazzini ubicati a San Polo di Piave (TV) ed 1 magazzino ubicato a San Giovanni al Natisone (UD).

¹⁰ Orientamenti relativi alla valutazione delle concentrazioni orizzontali a norma del regolamento del Consiglio relativo al controllo delle concentrazioni tra imprese (2004/C 31/03), par. 18.

[5-10%] per VS, [20-25%] per O-I e [5-10%] per Zignago. In entrambi i casi, i concorrenti di Generalvetri potrebbero sostituire i prodotti delle parti con quelli di altri produttori di vetro cavo.

21. Non si ritiene altresì plausibile - sempre dal punto di vista degli effetti verticali - che la concentrazione possa determinare significativi effetti di preclusione degli sbocchi a danno dei produttori concorrenti. Infatti, in ragione delle quote *post-merger* detenute da Generalvetri (vedi *supra*) e della presenza di numerosi e qualificati concorrenti nella distribuzione di prodotti in vetro cavo industriale, si ritiene che i concorrenti di O-I, Zignago e VS nel mercato a monte della produzione di vetro cavo dispongano di alternative sufficienti per raggiungere, con altri distributori sul mercato, i clienti finali¹¹. Inoltre, già oggi, ampia parte dei contenitori in vetro venduti da Generalvetri sono prodotti dalle parti acquirenti.

22. Infine, si ritiene che la concentrazione non accresca significativamente i rischi di coordinamento nel mercato. Si osserva, infatti, che O-I e Zignago hanno già in essere una *joint venture* (VS) che controlla a sua volta altri distributori di vetro cavo (le società facenti capo al Gruppo Tre.Ve. S.r.l), sicché l'acquisizione del controllo di Generalvetri non appare idonea ad accrescere ulteriormente l'abilità delle case madri di reperire informazioni sui concorrenti. Inoltre, le Parti hanno dichiarato la volontà di “[...] adottare una struttura di governance che ne preservi l'indipendenza, nonché a istituire presidi ad hoc a tutela della confidenzialità delle informazioni che Generalvetri acquisisce nello svolgimento della propria attività”.

23. In conclusione, alla luce delle considerazioni che precedono, la concentrazione in esame non appare idonea a ostacolare in misura significativa la concorrenza effettiva in nessuno dei settori interessati né a determinare la costituzione o il rafforzamento di una posizione dominante.

RITENUTO, pertanto, che l'operazione in esame non ostacola, ai sensi dell'articolo 6, comma 1, della legge n. 287/1990, in misura significativa la concorrenza effettiva nei mercati interessati e non comporta la costituzione o il rafforzamento di una posizione dominante;

DELIBERA

di non avviare l'istruttoria di cui all'articolo 16, comma 4, della legge n. 287/1990.

Le conclusioni di cui sopra saranno comunicate, ai sensi dell'articolo 16, comma 4, della legge n. 287/1990, alle imprese interessate e al Ministro delle Imprese e del Made in Italy.

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

IL SEGRETARIO GENERALE

Guido Stazi

IL PRESIDENTE

Roberto Rustichelli

¹¹ Orientamenti relativi alla valutazione delle concentrazioni non orizzontali a norma del regolamento del Consiglio relativo al controllo delle concentrazioni tra imprese (2008/C 265/07), par. 61.

SEPARAZIONI SOCIETARIE

SP182 - POSTE ITALIANE/FORNITURA ENERGIA ELETTRICA E GAS

Provvedimento n. 31047

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 30 gennaio 2024;

SENTITO il Relatore, Saverio Valentino;

VISTA la legge 10 ottobre 1990, n. 287;

VISTO, in particolare, l'articolo 8, comma 2-*quater* della legge n. 287/1990, ai sensi del quale al fine di garantire pari opportunità di iniziativa economica, qualora le imprese di cui al comma 2 rendano disponibili a società da esse partecipate o controllate nei mercati diversi di cui al comma 2-*bis* beni o servizi, anche informativi, di cui abbiano la disponibilità esclusiva in dipendenza delle attività svolte ai sensi del medesimo comma 2, esse sono tenute a rendere accessibili tali beni o servizi, a condizioni equivalenti, alle altre imprese direttamente concorrenti;

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

VISTA la Comunicazione dell'Autorità relativa all'applicazione dell'articolo 14-*bis* della legge n. 287/1990, adottata con provvedimento del 12 dicembre 2006, n. 16218;

VISTO il Decreto Legislativo 22 luglio 1999, n. 261 e, in particolare, l'articolo 23, ai sensi del quale Poste Italiane S.p.A. è il gestore incaricato *ex lege* della fornitura di tale Servizio Universale;

VISTO l'articolo 1, comma 6, del decreto legge 6 maggio 2021, n. 59;

VISTA la segnalazione di Utilitalia (di seguito, "Segnalante") pervenuta il 20 ottobre 2023 e successivamente integrata il 7 novembre 2023;

VISTA la documentazione presente nel fascicolo;

VISTI gli atti del procedimento;

RITENUTO che la società Poste Italiane S.p.A. (di seguito, "Poste Italiane"), in quanto concessionaria del Servizio Universale postale ai sensi dell'articolo 23 del Decreto Legislativo del 22 luglio 1999, n. 261, è impresa che esercita la gestione di un servizio di interesse economico generale ai sensi dell'articolo 8, comma 2-*bis*, della legge n. 287/1990;

CONSIDERATO che, attraverso la controllata PostePay S.p.A. (di seguito, "PostePay"), da inizio 2023 Poste Italiane è attiva nel settore della fornitura di energia elettrica e gas naturale a condizioni di libero mercato, commercializzando offerte con il marchio Poste Energia tramite la rete postale e gli uffici postali, di cui ha la disponibilità esclusiva in virtù delle attività svolte al fine di garantire il servizio universale postale;

CONSIDERATO che Poste, in quanto affidataria del servizio universale postale, laddove renda disponibili beni o servizi, anche informativi, di cui abbia la disponibilità esclusiva in dipendenza delle attività svolte nel perimetro del servizio universale postale a società da essa partecipate o

controllate nei mercati diversi da quelli postali, è tenuta a rendere accessibili tali beni o servizi, a condizioni equivalenti, alle altre imprese direttamente concorrenti;

CONSIDERATO che, dagli atti del procedimento, risulta che Poste Italiane, in presenza di esplicite richieste inviate tra giugno e luglio 2023 da due società concorrenti di PostePay nei mercati della vendita al dettaglio di energia elettrica e gas naturale (A2A Energia S.p.A. e Iren Mercato S.p.A.) di accesso, a parità di condizioni e ai sensi dall'articolo 8, comma 2-*quater*, della legge n. 287/1990, alle risorse messe a disposizione di PostePay per promuovere e commercializzare l'offerta Poste Energia, avrebbe negato tale accesso;

CONSIDERATA l'istanza del Segnalante di adozione di misure cautelari, consistenti: (i) nell'ordine rivolto a Poste Italiane di interrompere le attività di promozione e commercializzazione dell'offerta Poste Energia per mezzo dei beni e servizi di cui Poste Italiane dispone in virtù del proprio ruolo di fornitore esclusivo del servizio universale postale, almeno finché non ne sia garantito l'accesso a condizioni equivalenti anche agli operatori concorrenti; e (ii) nell'ordine rivolto a Poste Italiane di garantire agli operatori concorrenti l'accesso a tali beni e servizi, a condizioni equivalenti;

RITENUTO, alla luce delle considerazioni suesposte, che Poste Italiane potrebbe aver posto in essere una condotta in violazione dell'articolo 8, comma 2-*quater* della legge n. 287/1990;

RITENUTO, inoltre, che le condotte di Poste Italiane si inseriscono in un contesto singolare, caratterizzato dalla fine dei regimi tutelati nella fornitura di energia elettrica e gas naturale, che ha favorito l'entrata di numerosi nuovi operatori e che la recente parziale proroga della maggior tutela nelle forniture di energia elettrica a tutto giugno 2024 ha ulteriormente ampliato il periodo temporale in cui gli utenti domestici avranno la possibilità di scegliere il fornitore sul mercato libero;

RITENUTO che in tale periodo di transizione gli operatori attivi abbiano forti incentivi ad attrarre nuovi clienti provenienti dal regime tutelato, aumentando così la pressione concorrenziale in questi mercati, e che in questo contesto un vantaggio competitivo esclusivo e difficilmente replicabile come quello su cui può contare PostePay appaia idoneo ad alterare illegittimamente e irrimediabilmente le dinamiche concorrenziali, in quanto PostePay sarebbe in grado di attrarre nuovi clienti contattando i numerosi utenti che ogni giorno utilizzano i servizi postali e finanziari del gruppo Poste Italiane;

RITENUTO che sussista l'urgenza di avviare un procedimento volto all'eventuale adozione di misure cautelari comportanti l'imposizione a Poste Italiane dell'obbligo di garantire l'accesso ai concorrenti alle risorse messe a disposizione di PostePay a condizioni equivalenti, al fine di ripristinare il *level playing field* ed evitare che le condotte di Poste Italiane possano produrre danni gravi e irreparabili alla concorrenza durante il tempo necessario per lo svolgimento dell'istruttoria;

DELIBERA

a) l'avvio dell'istruttoria nei confronti di Poste Italiane S.p.A. ai sensi dell'articolo 14 della legge n. 287/1990, al fine di accertare l'esistenza di una violazione dell'articolo 8, comma 2-*quater* della legge n. 287/1990;

- b) la fissazione del termine di giorni sessanta, decorrente dalla data di notificazione del presente provvedimento, per l'esercizio da parte dei legali rappresentanti delle parti del diritto di essere sentiti, precisando che la richiesta di audizione dovrà pervenire alla Direzione Trasporti, Energia e Ambiente del Dipartimento per la Concorrenza - 2 di questa Autorità almeno quindici giorni prima della scadenza del termine sopra indicato;
- c) l'avvio del procedimento cautelare ai sensi dell'articolo 14-*bis* della legge n. 287/1990, volto a verificare l'effettiva sussistenza dei requisiti necessari all'adozione di misure cautelari atte a ripristinare e mantenere condizioni concorrenziali nei mercati interessati;
- d) la fissazione, nell'ambito del procedimento per l'adozione delle misure cautelari, del termine di giorni sette decorrenti dalla data di notificazione del presente provvedimento per la presentazione da parte dei legali rappresentanti delle parti, o di persone da esse delegate, di memorie scritte e documenti e della richiesta di audizione dinanzi al Collegio, precisando che la richiesta di audizione dovrà pervenire alla Direzione Trasporti, Energia e Ambiente del Dipartimento per la Concorrenza - 2 di questa Autorità entro cinque giorni dalla data di notificazione del presente provvedimento;
- e) che il responsabile del procedimento è il dottor Matteo Aggio;
- f) che gli atti del procedimento possono essere presi in visione presso la Direzione Trasporti, Energia e Ambiente del Dipartimento per la Concorrenza - 2 di questa Autorità dai legali rappresentanti delle parti o da persone da essi delegate;
- g) che il termine di chiusura del procedimento è fissato al 19 luglio 2024.

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

IL SEGRETARIO GENERALE
Guido Stazi

IL PRESIDENTE
Roberto Rustichelli

*Autorità garante
della concorrenza e del mercato*

Bollettino Settimanale
Anno XXXIV- N. 6 - 2024

Coordinamento redazionale

Giulia Antenucci

Redazione

Angela D'Auria, Valerio Ruocco, Manuela Villani
Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato
Direzione gestione documentale, protocollo e servizi
statistici
Piazza Giuseppe Verdi, 6/a - 00198 Roma
Tel.: 06-858211 Fax: 06-85821256

Web: <https://www.agcm.it>

Realizzazione grafica

Area Strategic Design
