

*AUTORITA' GARANTE
DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO*

BOLLETTINO

SETTIMANALE

ANNO III - N. 37

20 dicembre 1993

PRESIDENZA DEL CONSIGLIO DEI MINISTRI
Dipartimento per l'informazione e l'editoria

SOMMARIO

	Pag.
INTESE	5
<i>Provvedimento n. 1612 (165) A.I.S./A.T.I./ITALKALI</i>	5
<i>Provvedimento n. 1613 (183) GIGLIO FINANZIARIA/C.E.R.P.L.</i>	6
<i>Provvedimento n. 1625 (197) ECOLOGIA-EMIT-PASSAVANT-BARTOLOMEI</i>	8
OPERAZIONI DI CONCENTRAZIONE	11
<i>Provvedimento n. 1614 (C1109) SANDOZ PHARMA/GAZZONI 1907</i>	11
<i>Provvedimento n. 1615 (C1115B) SIO/PERGINE</i>	15
<i>Provvedimento n. 1619 (C1193) ERICSSON FATME/CESI</i>	23
<i>Provvedimento n. 1620 (C1194) JOHNSON/ROC</i>	24
<i>Provvedimento n. 1622 (C1196) PAF/MAXFIN-FIDENZA VETRARIA</i>	26
<i>Provvedimento n. 1618 (C1154B) CREDITO BERGAMASCO/GEMINA GESTIONI</i>	27
<i>Provvedimento n. 1623 (C1197) B.POP. SUD PUGLIA/B. POP. DI LECCE</i>	29
INDAGINI CONOSCITIVE	31
SETTORE DEL CALCESTRUZZO	31
ATTIVITA' DI SEGNALAZIONE E CONSULTIVA	39
<i>DIRETTIVA CEE / ASSICURAZIONE VITA</i>	39
PUBBLICITA' INGANNEVOLE	41
<i>Provvedimento n. 1616 (P1157C) MENSILE QUALITA'/PHILIPS</i>	41
<i>Provvedimento n. 1617 (P1157D) MENSILE QUALITA'/ULIVETO</i>	43
ERRATA CORRIGE	45

	<i>Decisioni dell'1 dicembre 1993</i>	5
--	---------------------------------------	---

INTESE

Provvedimento n. 1612 (I65) A.I.S./A.T.I./ITALKALI

L'AUTORITA' GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA dell'1 dicembre 1993;

SENTITO il Relatore Professor Luciano Cafagna;

VISTA la legge 10 ottobre 1990 n. 287;

VISTA la propria delibera del 16 giugno 1993, con la quale è stata avviata l'istruttoria di cui all'art. 14 della legge n. 287/90 nei confronti delle società AZIENDA TABACCHI ITALIANI (A.T.I.) Spa, ITALKALI Spa e AZIENDA ITALIANA SALE (A.I.S.) Spa per presunta infrazione degli artt. 2 e 3 della stessa legge;

VISTA l'istanza, pervenuta in data 29 novembre 1993, con la quale le società A.T.I. Spa, ITALKALI Spa e A.I.S. Spa hanno chiesto la proroga, per un periodo non inferiore ai quarantacinque giorni, del termine di chiusura del procedimento, al fine di predisporre una revisione degli accordi tra esse intercorrenti che ristabilisca una situazione di maggiore concorrenzialità nel mercato della commercializzazione del sale;

RITENUTO opportuno accogliere l'istanza suddetta al fine di acquisire ulteriori elementi necessari alla valutazione del caso e di verificare se la proposta di modifica dei rapporti tra le parti sia idonea a ristabilire condizioni di concorrenzialità nel suddetto mercato

DELIBERA

di prorogare al 15 febbraio 1994 il termine per la chiusura del procedimento.

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

IL SEGRETARIO GENERALE <i>Alberto Pera</i>	IL PRESIDENTE <i>Francesco Saja</i>
---	--

* * *

Provvedimento n. 1613 (I83) GIGLIO FINANZIARIA/C.E.R.P.L.**L'AUTORITA' GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO**

NELLA SUA ADUNANZA dell'1 dicembre 1993;

SENTITO il Relatore Professor Franco Romani;

VISTA la legge 10 ottobre 1990 n. 287;

VISTA la documentazione acquisita nel corso dell'istruttoria avviata, ai sensi dell'art. 16, comma 4, della legge n. 287/90, con delibera del 2 giugno 1993, nei confronti di PARMALAT Spa e GIGLIO FINANZIARIA Spa, attestante la sussistenza di un'intesa tra la stessa GIGLIO FINANZIARIA Spa e la C.E.R.P.L. Srl, realizzata mediante la costituzione di una società comune, denominata SOCIETA' GENERALE ALIMENTARE Spa, il cui capitale è pariteticamente posseduto;

VISTA la propria delibera del 23 luglio 1993, con la quale ha disposto, ai sensi degli artt. 2 e 14 della legge n. 287/90, l'avvio dell'istruttoria nei confronti di PARMALAT Spa, GIGLIO FINANZIARIA Spa, SOCIETA' GENERALE ALIMENTARE Spa e C.E.R.P.L. Srl;

VISTA la documentazione acquisita nel corso dell'istruttoria;

VISTI gli atti del procedimento;

CONSIDERANDO i seguenti elementi:

1. Nel corso dell'istruttoria avviata sull'operazione di concentrazione tra la PARMALAT Spa e la GIGLIO FINANZIARIA Spa, veniva acquisita documentazione relativa all'avvenuta costituzione della SOCIETA' GENERALE ALIMENTARE Spa, il cui capitale sociale era detenuto pariteticamente da GIGLIO FINANZIARIA Spa e C.E.R.P.L. Srl. Scopo della società era il coordinamento commerciale delle politiche delle sue società fondatrici, con particolare riguardo al settore del latte, ove le medesime società sono operanti con i marchi Giglio e Granarolo.

A seguito dell'acquisizione della GIGLIO FINANZIARIA Spa da parte della PARMALAT Spa - operazione autorizzata dall'Autorità con delibera del 23 luglio 1993 - la SOCIETA' GENERALE ALIMENTARE Spa avrebbe potuto costituire lo strumento del coordinamento delle politiche commerciali fra la medesima PARMALAT Spa e la C.E.R.P.L. Srl, con possibili effetti restrittivi sulla concorrenza nel settore del latte, in virtù del particolare rilievo economico delle imprese interessate.

2. L'Autorità ha pertanto avviato l'istruttoria ai sensi degli artt. 2 e 14 della legge n. 287/90, con delibera del 23 luglio 1993, al fine di accertare eventuali infrazioni all'art. 2, comma 2, della legge medesima, in ordine all'intesa in esame.

3. In seguito alla notifica del provvedimento alle parti, avvenuta il 13 agosto 1993, la PARMALAT Spa ha inviato all'Autorità una memoria, in data 29 settembre 1993, nella quale dichiarava: a) che la medesima società non aveva mai posseduto quote del capitale sociale della SOCIETA' GENERALE ALIMENTARE Spa e che, pertanto, non era a conoscenza dei piani di sviluppo di quest'ultima società; b) che la GIGLIO FINANZIARIA Spa, co-fondatrice della SOCIETA' GENERALE ALIMENTARE Spa ed il cui controllo è stato successivamente acquisito dalla PARMALAT Spa, ha agito, prima di tale operazione, solo sulla base delle indicazioni del suo precedente azionista di controllo, la GIGLIO GRUPPO LATTIERO CASEARIO Srl; c) la PARMALAT Spa, prima di acquisire il controllo della GIGLIO FINANZIARIA Spa, ha preteso ed ottenuto che quest'ultima vendesse la sua quota di partecipazione al capitale della SOCIETA' GENERALE ALIMENTARE Spa.

A tale proposito, la PARMALAT Spa ha inviato all'Autorità documentazione attestante l'avvenuta alienazione, in data 21 settembre 1993, delle azioni della SOCIETA' GENERALE ALIMENTARE Spa possedute da GIGLIO

	<i>Decisioni dell'1 dicembre 1993</i>	7
--	---------------------------------------	---

FINANZIARIA Spa; l'acquirente risulta essere la FINEC - FINANZIARIA NAZIONALE DELL'ECONOMIA COOPERATIVA Spa.

4. In data 26 agosto 1993, la C.E.R.P.L. Scrl comunicava all'Autorità che, a seguito dell'acquisizione della GIGLIO FINANZIARIA Spa da parte della PARMALAT Spa, riteneva che fossero venuti meno i motivi che avevano condotto alla costituzione della SOCIETA' GENERALE ALIMENTARE Spa - ovvero, l'integrazione societaria fra imprese lattiero-casearie con forma giuridica cooperativa - e manifestava l'intenzione di procedere allo scioglimento della suddetta società.

5. A seguito di una richiesta di informazioni formulata dall'Autorità in data 11 ottobre 1993, la LATTERIE COOPERATIVE RIUNITE Scrl - già GIGLIO GRUPPO LATTIERO CASEARIO ITALIANO Scrl - comunicava, in data 25 ottobre 1993, l'attuale composizione dell'azionariato della SOCIETA' GENERALE ALIMENTARE Scrl, nel quale figurano la FINEC - FINANZIARIA NAZIONALE DELL'ECONOMIA COOPERATIVA Spa con il 50% del capitale sociale, la GRANAROLO FELSINEA Spa - già FINLATTE Spa - con il 35% e la NAGRAFIN Spa con il 15%. Nessuna di queste società ha legami di tipo societario o personale con la PARMALAT Spa o sue società controllanti ovvero da essa controllate.

6. In data 26 ottobre 1993, la C.E.R.P.L. Scrl confermava all'Autorità la suindicata composizione dell'azionariato della SOCIETA' GENERALE ALIMENTARE Spa, precisando inoltre che per il giorno 22 novembre 1993 - e in data 29 novembre 1993 in seconda convocazione - era stata convocata l'assemblea generale ordinaria dei soci della SOCIETA' GENERALE ALIMENTARE Spa per deliberare la messa in liquidazione della società.

7. Con l'alienazione, da parte della GIGLIO FINANZIARIA Spa - controllata dalla PARMALAT Spa - delle quote di capitale sociale detenute nella SOCIETA' GENERALE ALIMENTARE Spa - della quale peraltro è stata proposta la liquidazione - vengono a mancare i presupposti di presunta restrizione della concorrenza, ex art. 2, comma 2, della legge n. 287/90, tra le imprese oggetto dell'istruttoria.

Tutto ciò premesso e considerato

DELIBERA

la chiusura dell'istruttoria.

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

IL SEGRETARIO GENERALE <i>Alberto Pera</i>	IL PRESIDENTE <i>Francesco Saja</i>
---	--

* * *

Provvedimento n. 1625 (197) ECOLOGIA-EMIT-PASSAVANT-BARTOLOMEI**L'AUTORITA' GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO**

NELLA SUA ADUNANZA dell'1 dicembre 1993;

SENTITO il Relatore Dottor Giacinto Militello;

VISTA la legge 10 ottobre 1990 n. 287;

VISTE le informazioni apprese da fonti di stampa (Corriere della Sera del 22 luglio 1993) in ordine ad un possibile accordo tra le società ECOLOGIA Spa, EMIT Spa, Forni ed Impianti Industriali Ing. DE BARTOLOMEIS Spa e PASSAVANT IMPIANTI Spa volto a coordinarne i rispettivi comportamenti concorrenziali nel settore dell'impiantistica ambientale;

VISTA la documentazione acquisita in data 20 ottobre 1993 dalla Procura della Repubblica presso il Tribunale di Monza, che dal gennaio del 1993 sta indagando sulle suddette società;

CONSIDERATO che l'accordo, stipulato dalle quattro società suddette nel corso del 1988, concerne attività progettuali, costruttive ed impiantistiche in Italia finanziate con fondi ex lege n. 64 dell'1 marzo 1986, legge n. 441 del 29 ottobre 1987, legge Regione Sicilia n. 27 del 15 maggio 1986, ecc.;

CONSIDERATO che l'accordo contempla un complesso sistema di attribuzione degli appalti secondo criteri di qualificazione e rilevanza degli stessi e di probabilità di acquisizione da parte delle imprese partecipanti, nonché meccanismi di controllo e sanzione volti a garantirne l'effettività e, in particolare, stabilisce che, per ogni singolo appalto, le parti esprimano un "leader" il quale, dichiarando di essere particolarmente introdotto nella specifica iniziativa, assume la responsabilità di espletare ogni e qualsiasi azione per arrivare all'aggiudicazione;

CONSIDERATO che gli importi contrattuali dei singoli appalti che le società si aggiudicano vanno a costituire il "portafoglio ordini" delle stesse e che sull'insieme degli importi contrattuali l'accordo riconosce una quota pari al 32% ad EMIT Spa e Forni ed Impianti Industriali Ing. DE BARTOLOMEIS Spa e pari al 18% ad ECOLOGIA Spa e PASSAVANT IMPIANTI Spa;

CONSIDERATO che l'accordo ha una durata di quattro anni e prevede, all'art. 13, punto 2, che ciascuna parte sarà soggetta a denuncia del portafoglio acquisito e verifica del fatturato, nonché alla ripartizione delle quote di lavoro per tutte le iniziative rientranti nell'oggetto dell'accordo, intraprese nel periodo di validità del medesimo, per la durata di tre anni decorrenti dalla data di risoluzione o di cessazione dell'accordo tra tutte le parti o tra alcune di esse;

CONSIDERATO, pertanto, che l'accordo potrebbe essere rimasto valido ed aver prodotto i suoi effetti anche in epoca successiva all'entrata in vigore della legge n. 287/90 e che comunque le imprese suddette -a prescindere da una qualsiasi formalizzazione dell'accordo- potrebbero aver posto in essere pratiche concordate aventi il medesimo oggetto, anche in relazione ad un più ampio disegno volto alla ripartizione del mercato dell'impiantistica ambientale concordato dalle imprese suddette;

RITENUTO che i suddetti comportamenti possono costituire un'intesa in violazione dell'art. 2 della legge n. 287/90

	<i>Decisioni dell'1 dicembre 1993</i>	9
--	---------------------------------------	---

DELIBERA

a) l'avvio dell'istruttoria, ai sensi dell'art. 14 della legge n. 287/90, nei confronti delle società ECOLOGIA Spa, EMIT Spa, Forni ed Impianti Industriali Ing. DE BARTOLOMEIS Spa e PASSAVANT IMPIANTI Spa;

b) la fissazione del termine di giorni quaranta, decorrenti dalla data della notifica del presente provvedimento, per l'esercizio da parte dei rappresentanti legali delle parti e di chiunque abbia interesse diretto, immediato ed attuale nel procedimento, o di persona da essi delegata, del diritto di essere sentiti, precisando che la richiesta di audizione dovrà pervenire all'Ufficio Istruzione ed Inchieste "B" di questa Autorità almeno sette giorni prima della scadenza del termine sopra indicato;

c) che il responsabile del procedimento è il Dottor Alberto Nahmijas;

d) che gli atti del procedimento possono essere presi in visione presso l'Ufficio Istruzione ed Inchieste "B" di questa Autorità, da parte dei rappresentanti legali delle parti, nonché da chiunque abbia un interesse diretto, immediato ed attuale nel procedimento, o da persona da essi delegata;

e) che il procedimento deve concludersi entro il termine di giorni centottanta, decorrenti dalla data di notificazione del presente provvedimento.

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

IL SEGRETARIO GENERALE <i>Alberto Pera</i>	IL PRESIDENTE <i>Francesco Saja</i>
---	--

* * *

OPERAZIONI DI CONCENTRAZIONE

Provvedimento n. 1614 (C1109) SANDOZ PHARMA/GAZZONI 1907

L'AUTORITA' GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA dell'1 dicembre 1993;

SENTITO il Relatore Professor Luciano Cafagna;

VISTA la legge 10 ottobre 1990 n. 287;

VISTO l'atto, pervenuto il 27 agosto 1993, con il quale la società SANDOZ PHARMA Ag, appartenente al Gruppo multinazionale SANDOZ, comunicava all'Autorità l'intenzione di procedere all'acquisizione del 50,1% del capitale sociale della società GAZZONI 1907 Spa;

VISTO l'atto, del 16 settembre 1993, con il quale venivano richieste da questa Autorità ulteriori informazioni, e l'atto pervenuto il 17 settembre 1993, con il quale la società SANDOZ Ag forniva le informazioni richieste;

CONSIDERATO che i patti parasociali stipulati tra la società acquirente e la Famiglia GAZZONI prevedono che il Gruppo SANDOZ e la Famiglia GAZZONI abbiano uguale rappresentanza negli organi amministrativi della società GAZZONI 1907 Spa e ne esercitino il controllo congiunto;

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

RITENUTA la propria competenza;

VISTA la propria delibera del 4 ottobre 1993, con la quale ha avviato l'istruttoria, ai sensi dell'art. 16, comma 4, della legge n. 287/90, nei confronti delle società SANDOZ PHARMA Ag e GAZZONI 1907 Spa;

SENTITI i legali rappresentanti delle imprese interessate e i rappresentanti della società concorrente HEINZ ITALIA Spa;

VISTI gli atti del procedimento;

CONSIDERATO quanto segue:

Le parti

1. La società acquirente, SANDOZ PHARMA Ag (di seguito SANDOZ PHARMA), è interamente controllata dalla società SANDOZ Ag, a capo del Gruppo multinazionale Sandoz (di seguito SANDOZ), ed opera prevalentemente nel settore farmaceutico.

Il Gruppo SANDOZ opera in Italia prevalentemente nel settore chimico-farmaceutico e nel settore alimentare attraverso la società controllata Wander Spa, che produce e commercializza prodotti dietetico-naturali con i marchi Cereal, Vitasystem e Wasa, integratori alimentari quali la lecitina di soia con i marchi Lecisan e Lecigran, integratori proteico-vitaminici con il marchio Meritene, preparati per la prima colazione con il marchio Ovomaltina e bevande toniche ed isotoniche con i marchi Ginseng e Isostad.

Il fatturato totale realizzato in Italia dalla società SANDOZ PHARMA nel 1992 ammonta a circa 580 milioni di lire. Il Gruppo Sandoz ha realizzato invece in Italia nello stesso anno un fatturato complessivo pari a circa 1.000 miliardi di lire.

2. La società oggetto di acquisizione, GAZZONI 1907 Spa (di seguito GAZZONI), è controllata dalla Famiglia Gazzoni e controlla a sua volta le società A.B.I. Srl e PREST Spa, che svolgono attività di produzione e commercializzazione di prodotti alimentari, e la società immobiliare G.M. Spa, proprietaria di uno stabilimento dato in locazione alla GAZZONI.

La società svolge prevalentemente attività di produzione e distribuzione di prodotti nutrizionali. In particolare essa opera nel settore alimentare e si occupa essenzialmente della produzione e della commercializzazione di caramelle senza zucchero (che rappresentano circa il 40% del fatturato della società), dolcificanti (circa il 22%), lecitine di soia (circa il 18%), altri integratori alimentari (circa il 6%) e polveri per acque da tavola (circa il 6%).

Il fatturato totale realizzato in Italia dalla società GAZZONI nel 1992 ammonta a circa 147 miliardi di lire.

Il mercato rilevante

a) il mercato del prodotto

3. L'unico ambito di sovrapposizione tra le attività svolte dalle società interessate riguarda la commercializzazione, attraverso il canale farmaceutico ed alimentare, della lecitina di soia come integratore alimentare.

4. Il settore economico interessato dall'operazione in esame è quindi il settore della commercializzazione, attraverso il canale farmaceutico ed alimentare, della lecitina di soia come integratore alimentare.

5. La lecitina di soia è una sostanza che possiede proprietà antiossidanti e viene impiegata come additivo per olii e grassi per ritardarne l'irrancidimento. Tale sostanza trova tradizionale applicazione nell'industria alimentare ed in particolare nell'industria dolciaria. La lecitina di soia trova poi largo impiego nell'industria dei saponi e dei cosmetici, sia per le sue proprietà emulsionanti, sia per il suo notevole effetto emolliente sulla pelle.

La lecitina di soia è inoltre ricca di fosfolipidi poli-insaturi, la cui proprietà più significativa è quella di coadiuvare la produzione di lipoproteine HDL, efficaci nel limitare la formazione di colesterolo nel sangue. Il prodotto contribuisce, altresì, ad aumentare la ritenzione del fosforo e svolge quindi le funzioni di ricostituente cerebrale.

Per quanto attiene in particolare alla funzione di controllo del colesterolo, si è sviluppato solo di recente, a partire dal 1988, un nuovo utilizzo del prodotto come integratore alimentare destinato al consumo diretto degli utilizzatori finali e distribuito attraverso il canale farmaceutico e, in misura crescente, attraverso il canale alimentare.

Relativamente a questa specifica funzione d'uso, la lecitina di soia può essere adeguatamente sostituita da altri prodotti di origine naturale, quali gli olii di pesce e gli integratori a base di fibre di avena, di soia e di crusca (disponibili in differenti confezionamenti nei canali della distribuzione alimentare e farmaceutica). D'altra parte nessuno dei prodotti sopra menzionati svolge anche la funzione di ricostituente cerebrale, e pertanto non può configurarsi come un sostituto integrale della lecitina di soia.

6. La compresenza di queste due funzioni nella lecitina di soia e l'inesistenza di prodotti aventi analoghe proprietà configurano, quindi, un mercato del prodotto distinto.

b) il mercato geografico

7. Il mercato geografico rilevante deve considerarsi di dimensione nazionale.

Diversamente dagli altri paesi europei dove la lecitina di soia ha un utilizzo prettamente industriale, essendo impiegata come additivo, in Italia la lecitina di soia viene utilizzata anche come integratore alimentare destinato al consumo diretto degli utilizzatori finali.

Tale funzione d'uso si è sviluppata solo in seguito ad una campagna pubblicitaria e di marketing condotta a livello nazionale da GAZZONI, che ha introdotto per la prima volta sul mercato italiano la lecitina di soia come integratore alimentare.

Le società presenti in tale mercato svolgono mera attività di commercializzazione, limitandosi a confezionare il prodotto sfuso che viene importato tutto direttamente dall'estero. La produzione della lecitina di soia è, infatti, concentrata nelle mani di pochi grandi produttori esteri, fra i quali i più importanti sono Stern e Lucas Meyer in Germania e Duphar in Olanda. Questi produttori vendono il prodotto sfuso in grosse quantità in tutti i paesi europei ed in particolare in Italia, dove la lecitina di soia viene acquistata per circa il 90% direttamente dal settore industriale e per

	<i>Decisioni dell'1 dicembre 1993</i>	13
--	---------------------------------------	----

la restante parte da imprese confezionatrici, come SANDOZ E GAZZONI, che la commercializzano come integratore alimentare attraverso il canale farmaceutico ed alimentare.

In Italia, mentre la lecitina di soia sfusa è interamente importata dall'estero, le importazioni del prodotto confezionato destinato al consumo diretto degli utilizzatori finali, pur in assenza di dazi doganali e di barriere non tariffarie, sono del tutto trascurabili. Il modesto grado di apertura del mercato italiano della lecitina di soia come integratore alimentare induce a circoscrivere tale mercato ad un ambito nazionale.

c) conclusioni

8. Per i motivi sopra esposti, il mercato rilevante, ai fini dell'analisi della concentrazione in esame, è il mercato italiano della lecitina di soia destinata al consumo diretto degli utilizzatori finali e distribuita attraverso il canale farmaceutico ed alimentare.

La struttura del mercato interessato

9. Il valore complessivo del mercato della lecitina di soia per il 1992 è stimato pari ad a circa 44 miliardi di lire, di cui circa il 75% è intermediato attraverso il canale della distribuzione alimentare ed il restante 25% attraverso il canale della distribuzione farmaceutica.

10. Nel mercato considerato opera un numero ristretto di imprese, quali Sandoz, Gazzoni, Crivellaro, Aligest, Albios e Marco Viti.

SANDOZ E GAZZONI sono le uniche imprese ad essere presenti in ambedue i canali distributivi.

In particolare, nel canale della distribuzione alimentare Gazzoni è presente con i prodotti Lecinova e Soianova, e detiene una posizione di assoluto rilievo con una quota di mercato in valore pari a circa il 68%, mentre il Gruppo Sandoz, attraverso la società controllata Wander Spa, è presente invece con il prodotto Lecigran con una quota in valore pari a circa il 5,5%.

Nel canale della distribuzione attraverso farmacie Gazzoni è presente con il prodotto Leciplus, e detiene una posizione di assoluto rilievo con una quota di mercato in valore pari a circa il 78%, mentre il Gruppo Sandoz, sempre attraverso la società controllata Wander Spa, è presente invece con il prodotto Lecisan con una quota in valore pari a circa l'1,4%.

11. Sia le parti che i concorrenti sono concordi nel ritenere che il mercato in esame non presenti barriere all'ingresso, né di natura amministrativa, né di tipo tecnologico o legate a fattori finanziari.

Le procedure amministrative richieste per ottenere l'autorizzazione ministeriale prevista per i prodotti dietetici richiedono oggi costi e tempi minori rispetto al passato, rendendo più agevole l'ingresso in tale mercato.

Risulta inoltre estremamente facile, anche per operatori di piccole dimensioni, commercializzare lecitina di soia, trattandosi di un prodotto che non richiede particolari tecnologie di lavorazione: gli operatori già presenti sul mercato si limitano, infatti, ad importare la lecitina di soia sfusa, a confezionarla e ad immetterla nei canali distributivi.

Va osservato, infine, che non si ravvisa un grosso ostacolo all'ingresso in tale mercato neanche nell'entità degli investimenti pubblicitari e di marketing che caratterizzano la commercializzazione di questo prodotto. Le parti e i concorrenti sono infatti concordi nell'affermare che tali costi sono sensibilmente inferiori a quelli a suo tempo sostenuti da GAZZONI, dal momento che oggi già esiste un mercato della lecitina di soia come integratore alimentare, e non sono quindi più necessari particolari investimenti al fine di render note al consumatore le proprietà della lecitina.

12. Secondo quanto emerso nel corso del procedimento, sembra inoltre ipotizzabile che il valore del mercato interessato passi dagli attuali 44 miliardi di lire ai 100 miliardi di lire nel 1998, con una crescita annuale in volume pari a circa il 10-20%. L'evoluzione prevista costituisce un forte incentivo all'ingresso di nuovi operatori. A riprova della concorrenzialità di questo mercato è sufficiente osservare il recente ingresso (agosto 1993) di operatori, quali Heinz Italia Spa con il marchio Misura, nonché l'introduzione sul mercato di "private labels", quali quella di Crai.

Effetti dell'operazione

13. L'operazione in esame è destinata a produrre effetti rilevanti nel mercato della lecitina di soia come integratore alimentare, l'unico mercato in cui vi è sovrapposizione tra le attività svolte dalle società SANDOZ e GAZZONI.

14. In tale mercato a seguito della concentrazione le società interessate dall'operazione verranno a detenere una quota pari a circa il 73,4% in valore, nel canale della distribuzione alimentare, ed una quota pari a circa il 79,5% in valore, nel canale della distribuzione farmaceutica.

15. Tenuto conto che: 1) nuovi importanti concorrenti sono recentemente entrati nel mercato; 2) la crescita e l'ulteriore espansione prevista in tale mercato costituisce un forte incentivo all'ingresso di ulteriori nuovi operatori; 3) tale ingresso non risulta ostacolato dalla presenza di significative barriere all'entrata

DELIBERA

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

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

Avverso il presente provvedimento, ai sensi dell'art. 33, comma 1, della legge n. 287/90, può essere proposto ricorso al Tribunale Amministrativo Regionale del Lazio, entro il termine di giorni sessanta dalla data di notificazione del provvedimento stesso.

IL SEGRETARIO GENERALE
Alberto Pera

IL PRESIDENTE
Francesco Saja

* * *

Provvedimento n. 1615 (C1115B) SIO/PERGINE

L'AUTORITA' GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA dell'1 dicembre 1993;

SENTITO il Relatore Professor Franco Romani;

VISTA la legge 10 ottobre 1990 n. 287;

VISTO il D.P.R. 10 settembre 1991, n. 461;

VISTA la comunicazione pervenuta il 9 settembre 1993, con la quale la SIO Srl e la PERGINE Spa informavano l'Autorità: - dell'avvenuta acquisizione del 29,14% del capitale sociale della PERGINE Spa da parte di SIO Srl realizzatasi il 28 maggio 1991 e della successiva sottoscrizione dell'aumento del capitale sociale, deliberato il 20 giugno 1991 dagli azionisti della PERGINE Spa con riserva del diritto di opzione esclusivamente a favore della SIO Srl, che consentiva a quest'ultima di portare la sua partecipazione al capitale sociale della PERGINE Spa al 58,24%; - dell'avvenuto acquisto da parte di PERGINE Spa del 99% del capitale sociale della CANDIA Srl dalla SIO Srl, realizzatosi il 28 giugno 1991 e della successiva fusione per incorporazione in PERGINE Spa della stessa CANDIA Srl, realizzatasi il 5 settembre 1991;

CONSIDERATO che le operazioni, in quanto comportano l'acquisizione del controllo di un'impresa, costituiscono una concentrazione ai sensi dell'art. 5, comma 1, lettere a) e b), della legge n. 287/90;

RITENUTA la propria competenza;

VISTA la propria delibera adottata in data 4 ottobre 1993, ricevuta dalle parti in data 18 ottobre 1993, con la quale ha avviato l'istruttoria ai sensi dell'art. 16, comma 4, della legge n. 287/90, nei confronti della SIO Srl e della PERGINE Spa;

VISTE le proprie delibere del 20 ottobre 1993, con le quali ha disposto l'ispezione nei confronti della SIO Srl e della PERGINE Spa, ai sensi dell'art. 14, comma 2, della legge n. 287/90, notificate contestualmente all'ispezione stessa in data 3 novembre 1993;

SENTITI, rispettivamente, in data 28 ottobre, 8 novembre, 15 novembre, 16 novembre e 18 novembre 1993 i rappresentanti delle società CARACCIOLOSSIGENO Srl, MESSER GRIESHEIM ITALIANA Spa, LINDE GAS ITALIA Srl, SICO Spa e SOL Spa;

SENTITI in data 26 novembre 1993 i legali rappresentanti delle società SIO Srl e PERGINE Spa;

VISTI gli atti del procedimento;

CONSIDERATO in via preliminare, che l'avvio dell'istruttoria è stato deliberato dall'Autorità nel termine di trenta giorni dall'avvenuta tardiva comunicazione della concentrazione, come prescritto dall'art. 16, comma 4, della legge n. 287/90;

RITENUTO che, contrariamente a quanto sostenuto dalle parti, la citata norma del comma 4 pone il predetto termine (peraltro non qualificato perentorio, diversamente da quanto disposto nel successivo comma 8 dello stesso art. 16) ai soli fini dell'adozione del provvedimento di avvio dell'istruttoria e non anche per la successiva notificazione dello stesso; che, infatti, laddove la legge ha inteso prevedere che entro il termine prescritto debba procedersi, oltre che all'adozione anche alla comunicazione del provvedimento o quanto meno delle sue conclusioni, ha espressamente disposto in tal senso, come appunto è stabilito nel già citato comma 8;

RITENUTO altresì che, in considerazione della ristrettezza del termine di trenta giorni previsto per l'avvio dell'istruttoria, l'inclusione in esso del compimento delle formalità necessarie per la notifica del provvedimento, lo renderebbe assolutamente incongruo rispetto alle esigenze del buon andamento dell'azione amministrativa, con particolare riguardo ad una adeguata valutazione degli elementi da considerare ai fini dell'eventuale avvio dell'istruttoria, nello stesso interesse della tutela delle parti; che, inoltre, essendo variabili i tempi della notificazione in ragione di circostanze di fatto, la riduzione del termine di trenta giorni risulterebbe indeterminata e non predeterminabile;

RITENUTO peraltro che la correttezza dello svolgimento dell'iter procedimentale da parte dell'Autorità, per quanto riguarda la ragionevole congruità dei termini, resta comunque assicurata dall'esperibilità dei normali rimedi giurisdizionali contro l'eventualità di non giustificate dilatazioni dei termini stessi al di là dell'ordinario e normale andamento delle varie fasi procedurali;

CONSIDERATO quanto segue:

Le parti

1. La società acquirente, SIO Srl (di seguito SIO), è attiva nella produzione e nella vendita: di tutti i principali gas tecnici (allo stato liquido e gassoso); di impianti e prodotti per la produzione e utilizzazione dei gas tecnici; di impianti, apparecchi e materiali per la saldatura e il taglio dei metalli. Relativamente ai gas tecnici, la SIO opera su tutto il territorio nazionale direttamente, attraverso proprie centrali di produzione, centri di condizionamento e unità locali di vendita, e indirettamente, tramite società controllate e rivenditori di zona.

Il capitale sociale della SIO è detenuto al 99,35% dall'ALIC - Air Liquide International Corporation, società di diritto statunitense.

Il fatturato complessivo realizzato in Italia dal gruppo Sio è stato, nel 1991 e nel 1992, rispettivamente pari a 588 e a circa 613 miliardi di lire.

2. La società acquisita, PERGINE Spa (di seguito PERGINE), svolge prevalentemente attività di produzione e commercializzazione di gas tecnici, in particolare di anidride carbonica e protossido di azoto. Il suo capitale sociale è detenuto per il 58,24% dalla SIO, mentre la restante parte è frammentata fra 15 azionisti. Nel 1991 e nel 1992, la PERGINE ha realizzato in Italia un fatturato pari, rispettivamente, a circa 33 e a quasi 60 miliardi di lire.

I mercati interessati dalla concentrazione

a) Il mercato dei prodotti

3. Il principale mercato del prodotto interessato dall'operazione è quello dell'anidride carbonica. L'anidride carbonica viene ottenuta dall'ossidazione completa del carbonio. Ha un peso specifico di circa una volta e mezzo quello dell'aria. È un gas inodore, incolore, di sapore leggermente acidulo e non infiammabile.

4. Una parte rilevante dei consumi di anidride carbonica è legata al suo utilizzo come reagente in alcuni importanti processi chimici: fra i principali, quelli che conducono alla produzione di urea, di carbonato di sodio, di solfato d'ammonio ed alla neutralizzazione acida delle basi forti nell'industria dello zucchero e in quella della tintura dei tessuti. In questi casi, i consumi sono soddisfatti direttamente da autoproduzione, in quanto spesso l'anidride carbonica è un coprodotto di altre materie prime necessarie per il prodotto finale (ad esempio, nel caso del ciclo che conduce dal metano all'ammoniaca e all'urea). Deve, inoltre, rilevarsi che l'anidride carbonica prodotta per essere utilizzata come reagente ha una gamma di applicazioni limitate e, in particolare, non può essere direttamente utilizzata laddove sono richieste elevate percentuali di purezza e di omogeneità, superiori a quelle ottenibili con questi processi. Ne consegue che queste produzioni non entrano direttamente in concorrenza con quelle destinate a soddisfare la domanda di quei settori che richiedono non solo un prodotto di qualità e purezza elevate, ma anche un servizio di distribuzione e di assistenza per le applicazioni del prodotto.

5. Il principale mercato del prodotto interessato dall'operazione deve, pertanto, circoscriversi all'anidride carbonica immessa sul mercato.

Tale prodotto ha un elevatissimo grado di purezza ed è omogeneo come qualità. Per l'anidride carbonica prodotta per usi alimentari, la legge stabilisce un massimo di impurità consentite. I principali utilizzi dell'anidride carbonica commercializzata sono: -alimentare (gasatura di acque minerali e altre bevande); -criogenico e della conservazione degli alimenti; -applicazioni industriali.

6. L'attività di gasatura delle bevande (acque minerali, birra, bevande analcoliche) costituisce circa il 50% del mercato nazionale di anidride carbonica commercializzata. Molti utilizzatori, soprattutto quelli attivi nel settore delle acque minerali, spesso richiedono anidride carbonica derivante da fonte naturale e la acquistano in forma liquida immagazzinandola in serbatoi (concessi, tipicamente, in comodato dagli stessi fornitori). Per questo utilizzo, l'anidride carbonica non ha alcun sostituto e deve avere un grado assai elevato di purezza, per evitare rischi di tossicità.

7. Per quanto riguarda la criogenia alimentare, l'anidride carbonica è stata introdotta in alternativa alle cosiddette frigoriferie meccaniche, ottenute con impianti a freon o ad ammoniaca ed è parzialmente sostituibile dall'azoto. Contrariamente a quanto sostenuto dalle parti, l'utilizzo di frigoriferie meccaniche è caratterizzato da elevati costi fissi e bassi costi variabili e diventa conveniente solo per ingenti consumi e per la surgelazione di prodotti a basso valore intrinseco, costituendo un mercato a sé stante. Nei restanti casi, si usano anidride carbonica e azoto, impiegando tecniche di surgelazione specifiche che sfruttano le caratteristiche dei due prodotti (minore tossicità dell'anidride carbonica e maggiore capacità criogenica dell'azoto). Nonostante tali tecniche e la struttura generale dei due tipi di impianti criogenici siano simili, la sostituibilità fra questi due prodotti è solo parziale. Un cliente industriale, infatti, non è in grado di utilizzare indifferentemente azoto o anidride carbonica con gli stessi impianti per surgelare alimenti, ma deve modificare il sistema di diffusione di azoto (o di anidride carbonica) predisponendo valvole adeguate. Inoltre, anche i contenitori per lo stoccaggio (oltre a quelli per il trasporto) dei due prodotti sono differenti e non utilizzabili per il prodotto alternativo.

8. L'anidride carbonica commercializzata viene anche impiegata nelle attività di saldatura (in bombole) e per il trattamento degli effluenti (soprattutto nella fase di neutralizzazione). Complessivamente, questi usi industriali di anidride carbonica ammontano al 25-30% dei consumi annui totali dell'anidride carbonica commercializzata. Nel trattamento degli effluenti, l'acido cloridrico e l'acido solforico possono essere considerati sostituti imperfetti dell'anidride carbonica. I sistemi di diffusione di questi due acidi sono, infatti, differenti rispetto a quello dell'anidride carbonica.

9. Anche il mercato del protossido di azoto è interessato dall'operazione in oggetto. Il protossido di azoto è un gas industriale derivato da un processo di decomposizione termica del nitrato di ammonio. E' impiegato quasi esclusivamente nel settore sanitario come anestetico (per oltre il 90% dei consumi complessivi, mentre la quota rimanente è utilizzata come propellente per spray alimentare).

Nell'ambito dei prodotti usati a fini anestetici, contrariamente a quanto sostenuto dalle parti e nonostante il suo ridotto impiego rispetto al passato, il protossido di azoto è ancor oggi insostituibile e lo rimarrà anche a medio termine.

b) Il mercato geografico

10. La dimensione dei mercati dell'anidride carbonica e del protossido di azoto è, dal punto di vista geografico, nazionale. Infatti, i centri di produzione sono pochi, rispetto a quanto si riscontra con riguardo agli altri gas tecnici e le condizioni di domanda/offerta sono omogenee sull'intero territorio nazionale. La domanda interna di anidride carbonica e di protossido di azoto è soddisfatta in larga parte dalla produzione nazionale, come avviene, del resto, anche per gli altri gas tecnici. L'interscambio commerciale è inconsistente per entrambi questi prodotti, soprattutto a causa degli elevati costi di trasporto per unità di prodotto, nonché per la tendenza degli utilizzatori ad approvvigionarsi preferibilmente presso operatori conosciuti e che offrano un prodotto di qualità stabile e sicura.

c) Conclusioni

11. Per i motivi sopra esposti, i mercati rilevanti ai fini dell'analisi della concentrazione in esame sono i mercati nazionali dell'anidride carbonica commercializzata e del protossido di azoto.

La struttura del mercato

a) Anidride carbonica

12. In base alle informazioni acquisite nel corso dell'istruttoria, dalle imprese e da fonte ISTAT, il mercato italiano dell'anidride carbonica commercializzata è pari ad oltre 180.000 tonnellate annue.

L'anidride carbonica commercializzata è ottenuta da processi chimici industriali, da fenomeni geotermici e da giacimenti naturali dopo aver subito un procedimento di purificazione. Al fine di produrre anidride carbonica da commercializzare, è necessario, quindi, disporre di impianti di purificazione.

Fra le tre fonti disponibili, quelle industriali sono spesso ritenute poco vantaggiose, oltre che per la possibile non omogeneità del prodotto fornito dalla fonte stessa, anche per la forte variabilità del grado di utilizzo degli impianti chimici, soggetti a lunghe fermate. Le risultanze istruttorie confermano che, per questi motivi, si preferisce ricorrere alle altre due fonti e a quella naturale in particolare.

Complessivamente, in Italia sono disponibili impianti per la purificazione di anidride carbonica da fonte chimica, geotermica e naturale per oltre 300.000 tonnellate annue.

ANIDRIDE CARBONICA: CAPACITÀ PRODUTTIVA ('000 tons/a)

impianti chimici

Ferrara	Sio	60-80
Cairo Monte Notte	Sio	20-30
Scarlino	Aci (Siad)	40
Mantova	Igi/Siad/Rivoira	8
<i>totale</i>		<i>128-158</i>

emanazioni geotermiche

Torre alfinia	Consorgas (58% di Sio)	40
---------------	------------------------	----

giacimenti

S.Albino-Montepulciano	Sio	25
Arezzo	Sio	10
Pergine Valdarno	Sio	25
Rapolano	Geogas	17
Castelnuovo	Geogas	33
Altri		30
<i>totale</i>		<i>140</i>

TOTALE 308/338.000

Fonte: comunicazione delle parti e informazioni imprese interpellate

SIO dispone di tre giacimenti naturali per complessive 60.000 tonnellate annue di capacità nonché di due impianti di purificazione di emissioni chimiche industriali per 80-110.000 tonnellate annue. Inoltre, attraverso PERGINE, SIO detiene la maggioranza del capitale sociale di Consorgas Srl, un consorzio fra società costituito per lo sfruttamento della fonte geotermica di Torre Alfinia e possiede il 40% del capitale sociale di Itac Spa nonché il 10% del capitale sociale di Mofeta dei Palici Spa, due società che dispongono di sorgenti naturali per circa 20.000 tonnellate annue di anidride carbonica.

13. Attualmente, a fini di commercializzazione, si producono ogni anno in Italia poco più di 180.000 tonnellate di anidride carbonica, di cui circa il 60% proviene da fonte naturale. Le imprese produttrici di anidride carbonica servono indifferentemente e con la stessa struttura produttiva e distributiva tutti i tipi di clienti. I consumi di anidride carbonica, presi singolarmente per tipologia di settore utilizzatore, non costituiscono mercati separati, ma più precisamente segmenti di un unico mercato.

Come è facilmente riscontrabile dal confronto fra la produzione annua e la capacità installata, il grado di utilizzo medio delle unità produttive esistenti è molto basso: mentre gli impianti collegati alle fonti naturali operano quasi al massimo della loro capacità, quelli collegati a fonti chimiche risentono della forte ciclicità della produzione chimica a cui sono legati e, mediamente, registrano un grado di utilizzo assai basso.

ANIDRIDE CARBONICA: QUOTE DI MERCATO

(% in volume)	1989	1990	1991	1992
Pergine	52	53	52	--
Sio(Candia)	24	24	23	73
Igi/Siad/Rivoira	n.d.	6	7	8
altri	n.d.	17	18	19

Fonte: Databank (1989,1990,1991); elaborazione dati acquisiti (1992)

14. Con l'acquisizione di PERGINE, SIO ha raggiunto nel 1991 una quota pari al 75% della produzione nazionale di anidride carbonica da commercializzare. Il secondo concorrente, successivamente alla stessa acquisizione, Igi/Siad/Rivoira, deteneva una quota pari al 7% del mercato nazionale. Gli altri operatori presenti sul mercato dispongono di quote molto basse.

15. Fra il 1990 e il 1992, SIO ha effettuato vendite dirette per un quantitativo fra le 100 e le 110.000 tonnellate annue di anidride carbonica sul mercato italiano, con una quota di circa il 60%. Le consistenti vendite a concorrenti del settore rendono problematica l'individuazione precisa delle quote della distribuzione ai settori clienti di anidride carbonica. SIO ha venduto, almeno fino al 1992, oltre 20.000 tonnellate all'anno a imprese concorrenti del settore (più del 15% delle sue vendite complessive). Alcune società sono presenti sul mercato solo nella fase di commercializzazione.

16. Dal gennaio 1993, Geogas, una società operante da 15 anni come fornitore di SIO, (precedentemente all'acquisizione di PERGINE, l'anidride carbonica di fonte naturale distribuita da SIO era interamente prodotta da Geogas) ha esteso la propria attività anche alla fase di commercializzazione, restando fornitore di SIO per 10.000 tonnellate annue. Grazie ad una politica di prezzo aggressiva, Geogas è riuscita ad acquisire clienti soprattutto nel segmento più tradizionale e più facilmente penetrabile della gasatura delle bevande. Le stime di Geogas e quelle di SIO, acquisite nel corso dell'istruttoria, fanno ritenere che Geogas possa arrivare entro la fine del 1993 a produrre 25/30.000 tonnellate di anidride carbonica, includendo le 10.000 tonnellate acquistate da SIO e le circa 5.000 tonnellate vendute a imprese concorrenti del settore (Sol e Sapio, fra le altre), conseguendo una quota di circa il 9% delle vendite dirette e di poco più del 10% del totale delle vendite dirette e indirette.

b) Protossido di azoto

17. Il mercato italiano del protossido di azoto è inferiore a quello dell'anidride carbonica ed è quantificabile in circa 2.900 tonnellate/annue. In Italia, solo quattro operatori sono attivi nella produzione di protossido di azoto: oltre al gruppo Sio, Sol, Eurogas e Sapio. Esistono anche altre due società, Caraccioloossigeno e Criosalento, che dispongono ciascuna di un impianto di dimensioni minime, non in funzione ormai da qualche anno. La capacità installata è di circa 1000-1100 kg/h, di cui 500/600 concentrati a Pergine Valdarno (Ar). Sio è il maggior produttore con circa 1800 tonnellate annue, seguito da Sol con 800 tonnellate, da Eurogas con 250 tonnellate e da Sapio con circa 50 tonnellate.

La dimensione efficiente per un impianto di produzione è considerata pari a circa 100/120 kg/h, anche se, dal punto di vista tecnico, sembra possibile essere presenti sul mercato anche con impianti di dimensioni minori. I margini di lavorazione di questo prodotto sono elevati: a fronte delle 3000 lire al kg come costo di produzione all'uscita della fabbrica (si deve rilevare, fra l'altro, che i costi di produzione sono costituiti per circa la metà dall'ammortamento dell'impianto), i prezzi di vendita all'utilizzatore oscillano fra le 5000 e le 7000 al kg e, in qualche caso, superano le 8000 lire. Il costo di un investimento per un'unità produttiva da 100/120 kg/h si aggira sui 500 milioni di lire, escludendo i serbatoi per lo stoccaggio del prodotto.

Impatto della concentrazione sul mercato dell'anidride carbonica

i) La posizione di SIO a seguito dell'acquisizione di PERGINE

18. La concentrazione in oggetto ha rafforzato in misura sostanziale la posizione di SIO sul mercato dell'anidride carbonica, in particolare per le seguenti ragioni:

a) Aumento notevole della quota di mercato

A seguito della concentrazione, la quota di SIO sul mercato nazionale dell'anidride carbonica commercializzata è triplicata, passando da poco meno del 25% al 75% ed è attualmente intorno al 65%.

SIO detiene una quota circa 5 volte maggiore di quella del suo principale concorrente.

b) Grado di diversificazione dell'offerta di SIO

L'acquisizione in oggetto ha consentito a SIO di assicurarsi la disponibilità delle sorgenti naturali facenti capo a Pergine. Tale fattore assume grande rilevanza, in quanto conferisce a SIO una posizione di vantaggio rispetto ai concorrenti, per la maggiore flessibilità che le deriva dall'essere l'unica impresa a disporre di impianti collegati a tutti i tipi di fonte da cui si ricava l'anidride carbonica immessa sul mercato (impianti chimici, emanazioni geotermiche, giacimenti). Vantaggio non meno rilevante è costituito dal fatto che chi dispone di fonti naturali non è sottoposto al

rischio, che caratterizza le produzioni di anidride carbonica da fonte industriale, legato alle possibili fermate, anche definitive, degli impianti chimici.

c) Capacità produttiva della SIO

A seguito dell'acquisizione di PERGINE, SIO ha considerevolmente aumentato la propria capacità produttiva nel settore in oggetto. Tale elemento assume particolare rilevanza se si considera che la capacità produttiva di SIO, anche se utilizzata solo in parte, risulta tale da soddisfare i consumi complessivi del mercato italiano. Inoltre, il secondo operatore nazionale in termini di capacità produttiva, dispone di una potenzialità di molto inferiore (circa un terzo) a quella di SIO.

ii) La posizione dei concorrenti effettivi e potenziali

19. La possibilità di competere da parte dei concorrenti presenti sul mercato è assai limitata.

Con l'eccezione di poche imprese operanti anche negli altri gas tecnici, i concorrenti sono imprese di piccole dimensioni, producono soltanto anidride carbonica e dispongono di sistemi distributivi non paragonabili a quello di SIO.

Si è già rilevato che SIO possiede, inoltre, direttamente o indirettamente, partecipazioni di minoranza in alcune imprese concorrenti (tra cui il 40% del capitale sociale di Itac Spa e il 10% del capitale sociale di Mofeta dei Palici Spa), detiene la maggioranza di Consorgas Srl, un consorzio a cui appartengono alcuni dei principali operatori del settore ed è il maggior fornitore di anidride carbonica delle altre imprese attive nel settore dei gas industriali, le quali, storicamente, si astengono dal porre in essere attività significativamente concorrenziali nei confronti di Sio nel mercato dell'anidride carbonica commercializzata.

20. Come già accennato in precedenza, il 1993 ha visto l'entrata di Geogas sul mercato della distribuzione di anidride carbonica. Quest'ultima, tuttavia, rimane pur sempre un piccolo operatore rispetto a SIO e ha una struttura distributiva limitata.

Inoltre, la debolezza finanziaria di Geogas (fatturato annuo di poco superiore ai 5 miliardi a fronte di un fatturato di SIO superiore ai 600 miliardi) sembra impedire una estensione della sua attività sia nei segmenti più innovativi che in quelli tradizionali, che richiedono ingenti investimenti da parte delle imprese stesse.

Dalle risultanze istruttorie emerge che i prezzi offerti agli utilizzatori di anidride carbonica da Geogas sono ritenuti dagli operatori del settore molto bassi e, probabilmente, non ulteriormente comprimibili, anche in considerazione dei modesti risultati economici che Geogas realizzerà, verosimilmente, nel 1993.

Si osservi infine l'indubbio vantaggio di cui gode SIO anche rispetto a Geogas, derivante dal fatto di essere l'unico operatore del mercato che dispone di impianti collegati a tre tipi di fonti.

Alla luce di quanto sopra, Geogas non sembra in grado di competere con SIO, se non in misura limitata, soprattutto nel medio-lungo termine. La presenza di Geogas è da ascrivere a fenomeni affatto peculiari: la disponibilità delle fonti naturali e la sua pregressa presenza come fornitrice di SIO. Dopo la risoluzione dei rapporti contrattuali con Sio, Geogas si è trovata, in sostanza, di fronte a consistenti barriere all'uscita.

Gli elementi emersi nel corso dell'istruttoria mostrano inoltre che nel corso del 1993 Geogas è riuscita a sostituirsi integralmente a Sio-Pergine come fornitore solo presso una dozzina di utilizzatori (Sio-Pergine ha circa 4.700 clienti). In particolare, Sio-Pergine avrebbe perso circa 3.000 tonn. (il 3% delle sue vendite dirette). E' da osservare che a questi clienti Sio-Pergine praticava prezzi particolarmente elevati: circa 430 lire contro le 340 che essa mediamente applicava a clienti della medesima tipologia. Geogas è riuscita ad acquisire tali clienti solo praticando sconti considerevoli (35%). Significativo è inoltre il fatto che anche nei casi di co-fornitura (contemporanea presenza di Geogas e Sio-Pergine), quest'ultima società continui a praticare prezzi superiori del 15-20% rispetto a quelli di Geogas. Ciò dimostra che i clienti sono disposti a cambiare fornitore solo a fronte di sconti considerevoli. Quando lo sconto è meno consistente, gli utilizzatori sembrano meno disposti a sostituire un fornitore di grandi dimensioni e affidabile come Sio-Pergine con altri operatori meno affermati o poco conosciuti sul mercato anche se questi praticano prezzi considerevolmente inferiori. La relativa anelasticità delle vendite di Sio-Pergine rispetto ai prezzi dei concorrenti dimostra che la società detiene un considerevole potere di mercato che le consente di tenere comportamenti alquanto indipendenti rispetto a quelli dei concorrenti.

21. L'eventualità che sul mercato si affaccino nuovi concorrenti in grado di esercitare una concorrenza effettiva appare remota. I costi che un potenziale entrante dovrebbe affrontare per fare ingresso sul mercato, sia in termini assoluti sia in relazione alla redditività del settore ed alle previsioni di crescita della domanda sono elevati. Dalle risultanze istruttorie emerge, infatti, che il costo di un impianto di dimensioni di 20.000 tonnellate/anno è pari a 5 miliardi di lire, a fronte di un fatturato annuo del settore equivalente a circa 60 miliardi. Anche il periodo minimo necessario per fare ingresso sul mercato costituisce un fattore rilevante nella valutazione del concorrente potenziale. E'

	<i>Decisioni dell'1 dicembre 1993</i>	21
--	---------------------------------------	----

significativo in proposito il caso di LINDE GAS ITALIA Srl che, pur essendo già presente su altri mercati geografici e rappresentando un potenziale entrante in grado di competere sul mercato rilevante, ha dichiarato nel corso dell'istruttoria che il periodo minimo richiesto per la sua entrata non sarebbe inferiore ai 6/7 anni. Sempre a giudizio di LINDE GAS ITALIA Srl operatori che dispongono di conoscenze tecnologiche più limitate dovrebbero programmare tempi di ingresso più lunghi.

In considerazione, inoltre, della bassa elasticità della domanda di anidride carbonica commercializzata rispetto alle variazioni di prezzo, è lecito attendersi che un aumento dell'offerta possa produrre una considerevole riduzione di prezzo, rendendo non conveniente l'ingresso del potenziale entrante.

Lo stesso fenomeno della sovraccapacità che caratterizza il settore costituisce un ulteriore deterrente per eventuali operatori intenzionati ad entrare su questo mercato.

Inoltre, non si possono ignorare le ulteriori difficoltà che deriverebbero dalla necessità, per un potenziale concorrente, di entrare contemporaneamente a due livelli (produzione e distribuzione) in un mercato in cui la disponibilità di una valida rete distributiva rappresenta un fattore determinante per poter esercitare un grado di concorrenza significativo. Tale mercato, infatti, è caratterizzato da una notevole fedeltà degli acquirenti poiché risulta costoso e rischioso cambiare fornitore, soprattutto per motivi legati alla sicurezza degli approvvigionamenti, alla qualità del prodotto ed a tipologie contrattuali che prevedono frequentemente la concessione in comodato dei serbatoi con divieto di riempimento da parte dei concorrenti.

Le considerazioni sin qui svolte valgono anche con riferimento alle probabilità di entrata sul mercato di imprese autoproduttrici che attualmente disperdono nell'atmosfera l'anidride carbonica in eccesso rispetto ai loro fabbisogni.

Si osserva inoltre che, ad avviso delle parti, l'introduzione in Italia di una "ecotassazione" sulle emissioni di anidride carbonica, attualmente all'esame degli organi comunitari, sarebbe tale da ampliare considerevolmente l'offerta potenziale del prodotto. In proposito deve tuttavia rilevarsi che l'incertezza in merito al contenuto stesso del tributo e alle modalità e tempi della sua introduzione nell'ordinamento non consentono, allo stato, di valutarne l'impatto ai fini della presente decisione.

Infine, contrariamente a quanto sostenuto dalle parti, i flussi d'importazione di anidride carbonica non possono considerarsi significativi. In particolare la società croata Technoplin, a cui le parti fanno esplicito riferimento, esporta circa 500-600 tonn. /anno e cioè un quantitativo pari allo 0,3% del totale della anidride carbonica commercializzata in Italia.

22. Alla luce delle considerazioni sopra svolte, circa l'aumento sensibile della quota di mercato, la relativa debolezza dei concorrenti, i vantaggi di varia natura di cui SIO gode rispetto a questi e le consistenti barriere all'entrata, si ritiene che l'operazione di concentrazione comunicata abbia condotto alla costituzione di una posizione dominante dell'impresa acquirente sul mercato dell'anidride carbonica, tale da ridurre in maniera sostanziale e durevole la concorrenza ai sensi dell'art. 6, legge n. 287/90.

Impatto della concentrazione sul mercato del protossido di azoto

23. A seguito della concentrazione, la quota di SIO sul mercato nazionale del protossido di azoto è raddoppiata passando dal 30% a oltre il 60%. Attualmente il secondo operatore del settore ha una quota del 28% ed è il solo, insieme a SIO, a operare su scala nazionale.

Le barriere all'entrata, su questo mercato, non sembrano particolarmente rilevanti: dal punto di vista finanziario, infatti, i margini conseguibili sono significativi ed i costi per investire in nuova capacità produttiva sono assai limitati.

Pertanto, l'acquisizione di PERGINE, pur avendo consentito a SIO di rafforzare in maniera consistente la propria posizione sul mercato, non sembra aver comportato la costituzione di una posizione dominante tale da eliminare o ridurre in maniera sostanziale e durevole la concorrenza ai sensi dell'art. 6 della legge n. 287/90.

CONSIDERATO che l'operazione di concentrazione è già stata realizzata dalle parti e, attraverso l'acquisizione, SIO si è assicurata una significativa quota della capacità produttiva di anidride carbonica nonché una diversificazione delle fonti di approvvigionamento che le conferisce un vantaggio concorrenziale di assoluto rilievo nei confronti degli altri operatori;

RITENUTO pertanto che, in base alle considerazioni che precedono e, in particolare, con riferimento alla posizione della SIO sul mercato dell'anidride carbonica commercializzata e alla struttura di quest'ultimo, la concentrazione ha comportato la costituzione di una posizione dominante tale da eliminare o ridurre in maniera sostanziale e durevole la concorrenza ai sensi dell'art. 6, comma 1, della legge n. 287/90, e che si rende necessario prescrivere, ai sensi dell'art. 18, comma 3, della legge n. 287/90, le misure necessarie a ripristinare le condizioni di concorrenza effettiva sul mercato dell'anidride carbonica. [...*omissis*...]^(*)

Tutto ciò premesso e considerato

DELIBERA

che l'operazione in oggetto ha determinato la costituzione di una posizione dominante della SIO Srl sul mercato dell'anidride carbonica commercializzata, tale da ridurre in maniera sostanziale e durevole la concorrenza ai sensi dell'art. 6, legge n. 287/90

[...*omissis*...]^(*)

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

Avverso il presente provvedimento, ai sensi dell'art. 33, comma 1, della legge n. 287/90, può essere proposto ricorso innanzi al Tribunale Amministrativo Regionale del Lazio, entro il termine di sessanta giorni dalla data di notificazione del provvedimento stesso.

IL SEGRETARIO GENERALE
Alberto Pera

IL PRESIDENTE
Francesco Saja

* * *

^(*) La presente decisione viene pubblicata priva di talune parti in relazione all'esito della fase cautelare relativa all'impugnazione del provvedimento, da parte della società SIO Srl, ai sensi dell'art. 33 della legge n. 287/90

	<i>Decisioni dell'1 dicembre 1993</i>	23
--	---------------------------------------	----

Provvedimento n. 1619 (C1193) ERICSSON FATME/CESI

L'AUTORITA' GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA dell'1 dicembre 1993;

SENTITO il Relatore Professor Luciano Cafagna;

VISTA la legge 10 ottobre 1990 n. 287;

VISTO l'atto, pervenuto in data 8 novembre 1993, con il quale le società ERICSSON FATME Spa e CESI Spa comunicavano congiuntamente all'Autorità l'intenzione di procedere ad un'operazione di concentrazione da realizzarsi mediante fusione per incorporazione della CESI Spa nella ERICSSON FATME Spa;

VISTI gli atti del procedimento;

CONSIDERATO che l'operazione, in quanto comporta la fusione per incorporazione di un'impresa, costituisce una concentrazione ai sensi dell'art. 5, comma 1, lettera a), della legge n. 287/90;

RITENUTA la propria competenza;

CONSIDERATO che la società ERICSSON Spa detiene il 100% del capitale sociale della ERICSSON FATME Spa e controlla al 100% la CESI Spa;

CONSIDERATO che la società ERICSSON FATME Spa opera nei settori della progettazione, produzione, commercio, installazione e manutenzione di apparecchiature e materiali elettronici ed elettromeccanici per impianti telefonici e radiotelefonici per reti pubbliche e private, e che la società CESI Spa svolge attività di studio e definizione di sistemi e tecniche di elaborazione automatica di dati di supporto ai sistemi informativi aziendali, nonché di gestione di centri di elaborazione dati e di progettazione e di addestramento all'uso di software applicativo;

RITENUTO che l'operazione avviene tra imprese non indipendenti in forza di preesistenti rapporti di controllo e che essa non comporta modificazioni della situazione concorrenziale esistente nei mercati

DELIBERA

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

Le conclusioni di cui sopra saranno comunicate, ai sensi dell'art. 16, comma 4, della legge n. 287/90, alle imprese interessate ed al Ministro dell'Industria, del Commercio e dell'Artigianato.

Il presente provvedimento verrà pubblicato ai sensi di legge.

IL SEGRETARIO GENERALE <i>Alberto Pera</i>	IL PRESIDENTE <i>Francesco Saja</i>
--	---

* * *

Provvedimento n. 1620 (C1194) JOHNSON/ROC

L'AUTORITA' GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA dell'1 dicembre 1993;

SENTITO il Relatore Professor Franco Romani;

VISTA la legge 10 ottobre 1990 n. 287;

VISTO l'atto, pervenuto il 9 novembre 1993, con il quale la società JANSSEN FARMACEUTICI Spa, appartenente al Gruppo Americano JOHNSON & JOHNSON, comunicava all'Autorità l'intenzione di acquisire il 25,1% del capitale sociale della società ROC Sa e che il restante 74,9% del capitale sociale della stessa ROC Sa sarà acquisito dalla società francese APSIS, anch'essa appartenente al Gruppo JOHNSON & JOHNSON;

VISTI gli atti del procedimento;

CONSIDERATO che l'operazione, in quanto comporta l'acquisizione del controllo di un'impresa, costituisce una concentrazione ai sensi dell'art. 5, comma 1, lettera b), della legge n. 287/90;

RITENUTA la propria competenza;

CONSIDERATO che la società oggetto di acquisizione, ROC Sa, detiene il 75,8% del capitale sociale della società ROC Spa, che svolge in via esclusiva attività di distribuzione sul mercato italiano dei cosmetici prodotti dalla controllante ROC Sa, attraverso farmacie;

CONSIDERATO che la società acquirente, APSIS, è una società finanziaria di partecipazioni che non svolge alcuna attività operativa, interamente controllata dal Gruppo JOHNSON & JOHNSON che è presente nel mercato italiano dei cosmetici unicamente attraverso il canale della grande distribuzione;

CONSIDERATO che il mercato interessato dall'operazione in esame è quello dei prodotti di bellezza e di cosmesi della pelle, e che tali prodotti sono venduti attraverso tre diversi canali della distribuzione: le profumerie, la grande distribuzione e le farmacie;

CONSIDERATO che la società oggetto di acquisizione, attraverso la ROC Spa, distribuisce solo attraverso il canale farmaceutico prodotti per il viso, prodotti per il corpo, prodotti per il trucco e prodotti solari e detiene una quota complessivamente pari a circa il 4,5%;

CONSIDERATO che il Gruppo acquirente, JOHNSON & JOHNSON, è invece presente nel mercato considerato solo con prodotti per il viso e prodotti per il corpo distribuiti attraverso il canale della grande distribuzione e detiene una quota complessivamente pari a circa il 4,5%;

CONSIDERATO che nel più ampio mercato dei cosmetici sono presenti numerosi e qualificati concorrenti quali L'OREAL, RIMMEL e GANASSINI, con quote significativamente superiori a quella dell'impresa risultante dalla concentrazione;

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

	<i>Decisioni dell'1 dicembre 1993</i>	25
--	---------------------------------------	----

DELIBERA

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

Le conclusioni di cui sopra saranno comunicate, ai sensi dell'art. 16, comma 4, della legge n. 287/90, alle imprese interessate ed al Ministro dell'Industria, del Commercio e dell'Artigianato.

Il presente provvedimento verrà pubblicato ai sensi di legge.

IL SEGRETARIO GENERALE <i>Alberto Pera</i>	IL PRESIDENTE <i>Francesco Saja</i>
--	---

* * *

Provvedimento n. 1622 (C1196) PAF/MAXFIN-FIDENZA VETRARIA**L'AUTORITA' GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO**

NELLA SUA ADUNANZA dell'1 dicembre 1993;

SENTITO il Relatore Presidente Francesco Saja;

VISTA la legge 10 ottobre 1990 n. 287;

VISTO l'atto, pervenuto il 10 novembre 1993, con il quale la società PARTECIPAZIONI FINANZIARIE E INDUSTRIALI Spa comunicava all'Autorità l'operazione di fusione per incorporazione nella suddetta società della MAXFIN Spa e della FIDENZA VETRARIA Spa;

VISTI gli atti del procedimento;

CONSIDERATO che l'operazione, in quanto comporta la fusione per incorporazione di più imprese, costituisce una concentrazione ai sensi dell'art. 5, comma 1, lettera a), della legge n. 287/90;

RITENUTA la propria competenza;

CONSIDERATO che la società PARTECIPAZIONI FINANZIARIE E INDUSTRIALI Spa detiene direttamente il 91,48% del capitale sociale della MAXFIN Spa, nonché il 77,48% del capitale sociale della FIDENZA VETRARIA Spa;

CONSIDERATO che la PARTECIPAZIONI FINANZIARIE E INDUSTRIALI Spa svolge attività di assunzione di partecipazioni in altre società;

CONSIDERATO che la società MAXFIN Spa, attraverso le proprie controllate, svolge attività di produzione e di commercializzazione di prodotti vernicianti per la casa e per l'auto, mentre la società FIDENZA VETRARIA Spa controlla società operanti nel settore del vetro per arredamento (vetromattoni) e degli isolatori in vetro;

RITENUTO che l'operazione avviene tra imprese non indipendenti in forza di preesistenti rapporti di controllo e che essa non comporta modificazioni della situazione concorrenziale esistente nei mercati

DELIBERA

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

Le conclusioni di cui sopra saranno comunicate, ai sensi dell'art. 16, comma 4, della legge n. 287/90, alle imprese interessate ed al Ministro dell'Industria, del Commercio e dell'Artigianato.

Il presente provvedimento verrà pubblicato ai sensi di legge.

IL SEGRETARIO GENERALE
Alberto Pera

IL PRESIDENTE
Francesco Saja

Provvedimento n. 1618 (C1154B) CREDITO BERGAMASCO/GEMINA GESTIONI

L'AUTORITA' GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA dell'1 dicembre 1993;

SENTITO il Relatore Dottor Giacinto Militello;

VISTA la legge 10 ottobre 1990 n. 287;

VISTO l'atto, pervenuto l'8 novembre 1993, con il quale la Banca d'Italia comunicava all'Autorità l'intenzione del CREDITO BERGAMASCO Spa di acquisire, direttamente ed attraverso la società controllata BANCO SAN MARCO Spa, il 60% del capitale sociale della GEMINA GESTIONI Spa;

VISTI gli atti del procedimento;

VISTA la propria delibera, in data 28 ottobre 1993, con la quale, in seguito alla comunicazione, effettuata dalle parti, dell'operazione in esame, veniva disposto, per quanto di propria competenza, di non avviare l'istruttoria di cui all'art. 16, comma 4, della legge n. 287/90;

CONSIDERATO che l'operazione, in quanto comporta l'acquisizione del controllo di un'impresa, costituisce una concentrazione ai sensi dell'art. 5, comma 1, lettera b), della legge n. 287/90;

CONSIDERATO che il CREDITO BERGAMASCO Spa è un'azienda di credito operante nei mercati creditizi e nei servizi finanziari;

CONSIDERATO che la GEMINA GESTIONI Spa ha per oggetto la gestione di fondi comuni di investimento mobiliare;

CONSIDERATO che i fondi comuni di investimento mobiliare, a causa delle peculiari caratteristiche di liquidità e di variabilità del rendimento dell'investimento finanziario, non possono essere considerati perfetti sostituti di altri prodotti di risparmio offerti dalle banche;

CONSIDERATO che il rafforzamento della posizione detenuta da un'azienda di credito nel mercato dei fondi comuni di investimento può incidere sui mercati dei prodotti di risparmio e che pertanto anche su questi ultimi devono essere valutati gli effetti dell'operazione;

RITENUTO, con riferimento a tale ultimo profilo, che la suddetta operazione rientra nell'ambito di applicazione dell'art. 20, comma 2, della legge n. 287/90, e che pertanto l'Autorità deve rendere alla BANCA D'ITALIA il parere previsto dall'art. 20, comma 3, della legge n. 287/90;

CONSIDERATO che la GEMINA GESTIONI Spa, pur autorizzata alla gestione di fondi comuni di investimento mobiliare, non ha iniziato la relativa attività e che il CREDITO BERGAMASCO Spa non è operante sul mercato dei fondi comuni di investimento mobiliare;

CONSIDERATO che il CREDITO BERGAMASCO Spa detiene il 13,4% della raccolta bancaria nella provincia di Bergamo;

CONSIDERATO che l'operazione, in virtù della quota di mercato non significativa nella raccolta bancaria, non comporterà un rafforzamento della posizione detenuta dal CREDITO BERGAMASCO Spa;

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

ESPRIME

il parere che non sussistono elementi per vietare l'esecuzione dell'operazione.

Il presente parere verrà comunicato alla Banca d'Italia, ai sensi dell'art. 20, comma 3, della legge n. 287/90, e sarà successivamente pubblicato nel Bollettino di cui all'art. 26 della legge n. 287/90.

IL SEGRETARIO GENERALE
Alberto Pera

IL PRESIDENTE
Francesco Saja

* * *

Provvedimento n. 1623 (C1197) B.POP. SUD PUGLIA/B. POP. DI LECCE

L'AUTORITA' GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA dell'1 dicembre 1993;

SENTITO il Relatore Dottor Giacinto Militello;

VISTA la legge 10 ottobre 1990 n. 287;

VISTO l'atto, pervenuto il 10 novembre 1993, con il quale la BANCA D'ITALIA informava l'Autorità dell'intenzione della BANCA POPOLARE SUD PUGLIA Srl e della BANCA POPOLARE DI LECCE Srl di procedere ad una fusione;

VISTI gli atti del procedimento;

CONSIDERATO che l'operazione, in quanto comporta la fusione fra due imprese, costituisce una concentrazione ai sensi dell'art. 5, comma 1, lettera a), della legge n. 287/90;

CONSIDERATO che le società BANCA POPOLARE SUD PUGLIA Srl e BANCA POPOLARE DI LECCE Srl sono enti creditizi;

CONSIDERATO che i mercati interessati dalla presente operazione sono quello dei depositi e quello degli impieghi bancari;

CONSIDERATO che per i depositi bancari il mercato geografico interessato deve assumersi di dimensione provinciale, mentre per gli impieghi creditizi il mercato geografico interessato deve assumersi di dimensione regionale;

CONSIDERATO che nel mercato dei depositi bancari la BANCA POPOLARE SUD PUGLIA Srl opera nelle provincie di Bari, Brindisi e Lecce, con quote di mercato rispettivamente inferiori allo 0,1% e pari al 5,6% ed al 15,6%;

CONSIDERATO che nel mercato dei depositi bancari la BANCA POPOLARE DI LECCE Srl opera nelle provincie di Brindisi, Lecce e Taranto, con quote di mercato pari rispettivamente al 3,3%, all'8,4% ed allo 0,2%;

CONSIDERATO che nelle medesime provincie operano enti creditizi di primaria importanza, quali il BANCO DI NAPOLI e la BANCA NAZIONALE DEL LAVORO, con quote di mercato rispettivamente pari al 14% ed all'8% nel mercato dei depositi;

CONSIDERATO che nel mercato degli impieghi creditizi la BANCA POPOLARE SUD PUGLIA Srl e la BANCA POPOLARE DI LECCE Srl detengono in Puglia quote di mercato pari rispettivamente al 2,8% ed all'1,6%;

CONSIDERATO che l'operazione, in ragione delle modeste quote di mercato detenute dalle imprese interessate e della rilevante presenza di qualificate imprese concorrenti, non è in grado di determinare sostanziali modifiche della struttura concorrenziale del mercato;

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

ESPRIME

il parere che non sussistono elementi per vietare l'esecuzione dell'operazione.

Il presente parere verrà comunicato alla Banca d'Italia ai sensi dell'art. 20, comma 3, della legge n. 287/90, e sarà successivamente pubblicato nel Bollettino di cui all'art. 26 della legge n. 287/90.

IL SEGRETARIO GENERALE

Alberto Pera

IL PRESIDENTE

Francesco Saja

* * *

INDAGINI CONOSCITIVE

SETTORE DEL CALCESTRUZZO

L'AUTORITA' GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA dell'1 dicembre 1993;

SENTITO il Relatore Professor Fabio Gobbo;

VISTA la legge 10 ottobre 1990 n. 287, ed in particolare l'art. 12, comma 2, il quale attribuisce all'Autorità il potere di procedere d'ufficio ad indagini conoscitive di natura generale nei settori economici nei quali l'evoluzione degli scambi, il comportamento dei prezzi o altre circostanze facciano presumere che la concorrenza sia impedita, ristretta o falsata;

VISTO il Decreto del Presidente della Repubblica 10 settembre 1991, n. 461, ed in particolare l'art. 13;

VISTA la propria delibera adottata nell'adunanza del 17 luglio 1991, con la quale è stata avviata, ai sensi dell'art. 12, comma 2, della legge citata, un'indagine conoscitiva nel settore del calcestruzzo;

VISTO il rapporto elaborato a cura di **Economisti Associati** Srl di Bologna, a seguito dell'incarico conferito dall'Autorità;

VISTE le risultanze acquisite nel corso dell'indagine

HA DELIBERATO

le seguenti conclusioni dell'indagine conoscitiva di natura generale svolta nel settore del calcestruzzo:

Premessa

1. Il settore del calcestruzzo preconfezionato è stato interessato di recente da un vasto processo di ristrutturazione degli assetti produttivi che ne sta alterando la originaria fisionomia. Tale processo, tuttora in corso, ha trovato la sua attuazione pratica in una serie di acquisizioni di preconfezionatori indipendenti di dimensioni piuttosto ridotte, realizzato principalmente mediante l'ingresso dei gruppi cementieri nella produzione di calcestruzzo. In questa fase di profonde modifiche strutturali è possibile che si costituiscano posizioni dominanti o comportamenti volti ad impedire, restringere o falsare in maniera consistente la concorrenza tra le imprese sui singoli mercati di riferimento.

Avvertendo la particolare fase di mutamento del settore, l'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato, nell'esplicare la propria missione, ha deliberato¹, nella sua adunanza del 17 luglio 1991, di avviare un'indagine conoscitiva di natura generale nel settore del calcestruzzo, ai sensi dell'art. 12, comma 2, della legge n. 287/90.

Nel corso dell'indagine, l'Autorità ha accertato violazioni del divieto di cui all'art. 2, secondo comma, lettere a), b) e c), della suddetta legge, relativamente ad una serie di intese tra imprese produttrici di calcestruzzo; le violazioni predette hanno trovato fondamento, nella maggior parte dei casi, nella specifica previsione di clausole statutarie o regolamentari di consorzi e società consortili operanti in differenti contesti geografici.

¹ Provvedimento n. 116 pubblicato nel Bollettino n. 5, 1991

Sanzioni amministrative pecuniarie sono state, peraltro, disposte esclusivamente in due casi e precisamente nei confronti delle società consortili Pro.Cal. Srl e Ce.Di.C. Srl, operanti prevalentemente nelle provincie di Napoli, Caserta e Benevento.

Durante lo svolgimento dell'indagine sono stati acquisiti numerosi elementi di analisi mediante una serie di incontri effettuati con alcune delle principali imprese operanti nel settore.

Individuazione degli aspetti di particolare rilevanza per la politica della concorrenza analizzati nel corso dell'indagine conoscitiva

2. Lo svolgimento dell'indagine ha consentito di effettuare un'analisi sistematica del settore in oggetto; particolare attenzione è stata posta nell'esame dell'evoluzione delle dinamiche concorrenziali e nello studio dell'organizzazione della produzione, soprattutto alla luce dell'avvio del processo di ristrutturazione degli assetti produttivi in atto.

Il grado di concentrazione

2.1 E' stato possibile verificare che il *grado di concentrazione* del settore considerato a livello nazionale risulta decisamente ridotto.

La limitata estensione geografica del mercato rilevante influenza le quote di mercato delle imprese operanti nel settore. Esse, se considerate a livello nazionale, esprimono un "valore medio", rappresentativo di differenti gradi di concentrazione, a seconda delle diverse condizioni in cui si trovano i distinti mercati locali. A livello provinciale, in particolare, l'indice CR4 evidenzia livelli di concentrazione media o elevata in un numero di provincie pari ai quattro quinti del totale. Le aree caratterizzate da un maggior grado di concentrazione sono quelle dell'Italia centrale e nord-orientale, con oltre metà delle provincie classificate nella categoria ad "alta concentrazione" (CR4 > 60%).

A livello nazionale il settore in esame si caratterizza per livelli di concentrazione quanto mai modesti.

L'impresa leader nel mercato, il gruppo Calcestruzzi, detiene una quota non superiore al 15% del fatturato del settore mentre l'indice CR4 raggiunge il 22%. Le successive quattro imprese rappresentano solo il 6%, portando la quota dei primi otto produttori a non più del 28% (Tab. 1, prima colonna)².

Indicazioni sostanzialmente analoghe emergono dai dati di produzione in quantità (Tab. 1, seconda colonna), i quali evidenziano una riduzione ulteriore del peso relativo delle principali imprese.

Tab. 1 - Concentrazione a livello nazionale - 1991

	Quote sul fatturato	Quote sulla produzione
Impresa leader	15%	13%
Prime quattro imprese	22%	20%
Prime otto imprese	28%	25%

Fonte: elaborazioni e stime su dati di bilancio ed altre fonti forniti dalle imprese

Il grado di concentrazione decisamente ridotto deve, comunque, essere interpretato alla luce di due considerazioni.

Il primo aspetto riguarda l'esistenza di numerosi legami economici e finanziari tra i principali produttori attraverso partecipazioni e la creazione di imprese comuni. In conseguenza, la quota di attività effettivamente sottoposta ad "unicità di indirizzo" può essere assai più consistente di quanto non indichino i dati sulle quote di produzione o di fatturato calcolati a livello di impresa o anche tenendo conto solo delle società controllate.

La seconda considerazione riguarda l'estensione geografica dell'ambito competitivo che nel caso del calcestruzzo preconfezionato assume di norma una dimensione prettamente locale.

Le quote di mercato delle imprese operanti nel settore, pertanto, se riferite a livello nazionale, finiscono con l'essere una sorta di media, in cui situazioni locali caratterizzate da un elevato grado di concentrazione si trovano ad essere controbilanciate da situazioni locali in cui prevale una struttura dell'offerta maggiormente frammentata.

A livello provinciale, l'indice CR4 evidenzia livelli di concentrazione media in 39 provincie su 95 e di elevata concentrazione in 35 su 95 (pari ai quattro quinti del totale).

² A titolo di raffronto, si consideri che nell'industria del cemento la quota delle prime quattro imprese eguaglia il 60%, mentre quella delle prime otto raggiunge il 75%.

Il grado di concentrazione appare significativamente influenzato dalle dimensioni, espresse in termini di volume di produzione, delle aree provinciali.

In particolare, emerge l'esistenza di una relazione inversa tra dimensioni provinciali e tasso di concentrazione:

- 23 delle 47 province di minori dimensioni (con un volume di produzione fino a 0,5 milioni di mc. annui) presentano un elevato grado di concentrazione ($CR4 > 60\%$), mentre soltanto 5 rientrano nella categoria a "bassa concentrazione";

- in solo 3 delle 18 province di grandi dimensioni (con volume di produzione superiore ad 1 milione di mc. annui) l'indice $CR4$ è superiore al 60%, mentre 8 province rientrano nella categoria a "bassa concentrazione".

I più elevati tassi di concentrazione sono generalmente associati ad una forte presenza dei grandi gruppi a dimensione nazionale (Calcestruzzi, Italcementi, Unicalcestruzzi e Cementir e le loro controllate o collegate).

D'altra parte, la crescente presenza dei gruppi cementieri nella produzione di calcestruzzo preconfezionato presenta seri motivi di riflessione sotto due aspetti:

- l'integrazione del settore del cemento e di quello del calcestruzzo rende possibile l'attuazione di politiche di prezzi differenziati, con l'applicazione alle forniture di cemento di prezzi più elevati nei confronti dei preconfezionatori rimasti indipendenti o addirittura nei confronti delle imprese di costruzione autoproduttrici;

- tale situazione di integrazione costituisce una condizione agevolativa per eventuali accordi anticoncorrenziali nel settore del cemento, facilitando operazioni di scambio della clientela e di compartimentazione dei mercati.

Le acquisizioni di imprese produttrici di calcestruzzo operate dai gruppi cementieri possono, altresì, rivestire carattere anticoncorrenziale, allorché siano tese ad ottenere il controllo di uno dei principali mercati di sbocco del cemento, soprattutto quando sono mirate a contenere l'influenza delle importazioni.

Economie di scala

2.2 Per quel che riguarda le *economie di scala* il settore del calcestruzzo si caratterizza per la loro ridotta rilevanza.

Alcune economie, anche se di limitata entità, sono conseguibili sui costi di investimento nella fase del confezionamento, grazie alla presenza di alcune strutture (come silos e tramogge) il cui costo per unità tende a diminuire al crescere della dimensione.

Inoltre, la distribuzione del calcestruzzo ai cantieri a mezzo di autobetoniere è una tipica attività "discontinua" ed in quest'area, economie di scala sono conseguibili soltanto nella logistica e nelle attività di coordinamento e di controllo.

Generalmente, gli operatori del settore concordano nel ritenere che la dimensione "ottimale" di una centrale di betonaggio si situi attorno ai 30.000 mc/anno, equivalenti a circa 5.000 "carichi tipo" da 6 mc all'anno.

Tuttavia, la modesta incidenza degli oneri da capitale sulla struttura dei costi delle imprese, permette a impianti "sub ottimali" di competere su un piano di sostanziale parità con le centrali di maggiori dimensioni.

La scala minima efficiente di un impianto a livello di aree territoriali, fatta eccezione per il Centro-Italia, può essere stimata intorno ai 20.000 mc (Tab. 2). Questo valore risulta confermato a livello nazionale.

Tab. 2 - Scala minima efficiente per area territoriale - 1991

	Scala minima efficiente(*) (mc)
Nord-Ovest	20.000
Nord-Est	20.000
Centro	25.000
Sud	20.000
Totale Italia	20.000

(*) - I valori riportati rappresentano la mediana delle serie statistiche costruite sui valori di produzione degli impianti, suddivisi per grandi aree territoriali (righe 1-4) o ricompresi a livello nazionale (ultima riga)

Fonte: elaborazioni su dati aziendali forniti dalle imprese

Dalla Tab. 3 risulta che tutti i principali produttori di calcestruzzo preconfezionato operano largamente al disopra della scala minima efficiente e in media si pongono su una scala dimensionale assai prossima ai livelli ottimali.

Tab. 3 - Valutazione dell'efficienza dei principali produttori di calcestruzzo preconfezionato a livello nazionale - 1991

Imprese/gruppi	Dimensione media (migliaia di mc)	Dimensione media impianti/ Dimensione minima efficiente
Calcestruzzi	37,2	1,86
Colabeton	24,5	1,22
Rusconi	23,5	1,18
Cemencal	28,8	1,44
Unicalcestruzzi	29,4	1,47
Buzzi	37,1	1,86
Italcalcestruzzi	27,5	1,37
Cementir	45	2,25
Concrete Milano	27,4	1,37
D'Alessio	36,9	1,85

Fonte: elaborazioni su dati aziendali forniti dalle imprese

Barriere all'entrata

2.3 Per quanto concerne, più in generale, *le barriere all'entrata* è possibile rilevare che l'assenza di significative economie di scala e la ridotta sofisticazione degli impianti fanno sì che gli investimenti iniziali richiesti ad un nuovo entrante nel settore del calcestruzzo siano modesti.

Inoltre, l'accesso al mercato di nuovi concorrenti è ulteriormente facilitato dal fatto che solo una parte dei costi di investimento iniziali deve essere considerata come irrecuperabile, nel caso del fallimento dell'entrata.

Per loro stessa natura, infatti, i veicoli per la distribuzione ed il pompaggio del calcestruzzo possono essere agevolmente trasferiti ad altri impianti, mentre esiste un mercato dell'usato che consente di disfarsi dei macchinari obsoleti.

Per quanto riguarda l'acquisizione del *know how* produttivo, le conoscenze tecnologiche di base per il confezionamento del calcestruzzo sono ampiamente diffuse e non costituiscono quindi una barriera all'entrata rilevante.

Diversa è la situazione dell'accesso alle materie prime, che varia da Nord a Sud.

Per quanto riguarda le regioni settentrionali, vanno segnalate una situazione di scarsità di materiali inerti e la presenza di una rigida normativa ambientale che vieta o pone pesanti limitazioni allo sfruttamento di cave.

In questo contesto di difficoltà di accesso alle materie prime, è possibile che un potenziale nuovo entrante possa trovarsi in condizioni svantaggiate rispetto alle imprese già operanti, almeno nei casi in cui queste ultime dispongano di proprie fonti di approvvigionamento.

Sostanzialmente diversa, invece, la situazione delle regioni meridionali, dove una ampia disponibilità di materiali ed un minor rigore in campo ambientale non pongono, di fatto, nessun problema di approvvigionamento per le imprese.

Integrazione verticale tra l'industria del cemento e quella del calcestruzzo

2.4 E' proseguito l'intenso *processo di acquisizioni di produttori indipendenti di calcestruzzo da parte di imprese o finanziarie di partecipazioni controllate dai principali produttori di cemento*. Obiettivi principali di tali operazioni di concentrazione, con cui si rafforza l'integrazione verticale tra l'industria del cemento e quella del calcestruzzo, sotto il controllo crescente del capitale cementiero, sono molteplici. Da un lato, garantire alle principali imprese cementiere maggiori opportunità e controlli sul mercato di sbocco del cemento. Infatti, a partire dall'inizio degli anni '80 è andata progressivamente crescendo in Italia la quota della domanda di cemento assorbita direttamente dai produttori indipendenti, specializzati nella fornitura alle imprese di costruzione di calcestruzzo pronto per l'uso. Di conseguenza, si è proporzionalmente ridimensionata la quota della domanda di cemento direttamente assorbita dalle imprese di costruzione. Ciò ha provocato un loro minore ricorso all'autoproduzione di calcestruzzo. In questo modo è andato rafforzandosi il ruolo di *intermediazione* svolto dai produttori di calcestruzzo pronto per l'uso nei confronti sia dei produttori di cemento che delle imprese di costruzione. Scopo principale delle acquisizioni effettuate dalle imprese cementiere nel settore del calcestruzzo sembra essere, appunto, quello di ridurre l'influenza economica di tale intermediazione, sia per assicurarsene i margini di profitto sia per mantenere una adeguata influenza sul mercato finale del prodotto. Dall'altro lato, le acquisizioni di produttori indipendenti di calcestruzzo possono essere ricondotte anche alla necessità di *contrastare gli effetti provocati dalle importazioni di cemento sul mercato nazionale*. Infatti, sino alla seconda metà degli anni '80 il mercato italiano era sostanzialmente chiuso agli scambi con l'estero e le imprese potevano soddisfare integralmente con la propria produzione la domanda interna, senza subire alcuna concorrenza dal lato delle importazioni. A partire dal 1987 si è registrata una progressiva apertura del mercato nazionale alle importazioni. Esse, in alcuni mercati regionali più interessati da questa tendenza, hanno eguagliato anche il 30% della produzione interna. Fra i promotori di tali acquisti dall'estero, oltre a società di *trading*, si annoverano anche imprese e consorzi di imprese indipendenti produttrici di calcestruzzo, attratte dalla possibilità di acquistare cemento (o clinker), di qualità non inferiore a quella offerta dai produttori nazionali e a prezzi ben più vantaggiosi (nell'ordine, in media, del 25%). Ciò ha provocato, inevitabilmente, forti rivalità tra i produttori locali di cemento, con effetti concorrenziali prima sconosciuti in questo mercato.

L'acquisizione del controllo sui produttori indipendenti di calcestruzzo e sulle società di importazione di cemento si configura, pertanto, come una reazione delle imprese cementiere intesa a:

(i) ridurre gli effetti depressivi causati dalle importazioni sulla *produzione* e sulla *domanda* nazionale, riconquistando parte delle quote di mercato cedute ai produttori esteri, ad esempio mediante forniture di calcestruzzo caratterizzate da forti sconti, per mettere in difficoltà i produttori indipendenti che intendano rifornirsi di cemento sui mercati esteri ovvero mediante la sostituzione di importazioni con produzione interna, nel caso di imprese di calcestruzzo passate sotto il controllo delle imprese cementiere;

(ii) contrastare le conseguenze provocate dalle importazioni sui *profili concorrenziali* del mercato interno: riducendosi il numero di produttori indipendenti, l'attesa verosimile è che si riducano anche gli acquisti di cemento sull'estero e, di conseguenza, si attenui la rivalità tra le imprese cementiere nazionali per assicurarsi gli sbocchi di mercato, rivalità tanto più rischiosa quanto più la domanda interna attraversa una fase di profonda recessione, come l'attuale.

Un'importante caratteristica del settore, infine, è rappresentata da forme di *compartecipazione azionaria* e dalla presenza di *imprese comuni* tra i principali produttori di calcestruzzo e di cemento. Ne sono esempio: Cemencal, controllata congiuntamente da Italcalsestruzzi (43%), Unicalcestruzzi (27%), Cementir (15%) e Calcestruzzi (15%); Calcem, controllata pariteticamente da Calcestruzzi e Cementir; Sacem, controllata congiuntamente da Cementir e Sacci; Speedy Beton e Speedy Beton Sud, in cui Calcestruzzi detiene il 70% e Cementir il restante 30%. Proprio per questi motivi la crescente presenza dei gruppi cementieri nella produzione di calcestruzzo preconfezionato presenta seri motivi di riflessione sotto il profilo concorrenziale. Obiettivo centrale di tale processo di acquisizioni sembra essere quello di garantire maggiori opportunità e controlli sul mercato di sbocco del cemento. Il rischio di effetti anticoncorrenziali, insito in questo diffuso processo di integrazione verticale dall'industria del cemento a quella del calcestruzzo, è rappresentato dalla possibilità che, riducendosi progressivamente la dispersione della domanda di cemento da parte delle imprese di calcestruzzo, si accentui la capacità di influenzare il mercato messa in atto dalle imprese verticalmente integrate, che può assumere diversi aspetti:

(1) la loro accresciuta abilità di contrastare gli effetti di promozione della concorrenza, provocati dalle importazioni di cemento sui mercati locali più esposti;

(2) la possibilità di discriminare le imprese indipendenti sia sotto il profilo dell'approvvigionamento delle materia prima (cemento) che sotto il profilo degli sbocchi sul mercato (calcestruzzo);

(3) la più agevole collusione tra i produttori di cemento (fenomeno di cui vi è ampia traccia e documentazione, anche a livello comunitario). Essa sarà tanto maggiore nel caso in cui: (a) operino su mercati locali imprese produttrici di cemento e distributrici di calcestruzzo sottoposte ad unità di indirizzi strategici; (b) imprese già verticalmente integrate nel cemento e nel calcestruzzo siano - individualmente o in modo congiunto, direttamente o indirettamente - protagoniste di ulteriori acquisizioni di produttori indipendenti di calcestruzzo, soprattutto se gli acquirenti e gli acquisiti presentino rilevanti dimensioni ed abbiano una ramificazione territoriale assai articolata.

Qualità del prodotto e dinamiche concorrenziali

2.5 La vigente normativa sull'impiego del calcestruzzo prevede un sistema di controllo della qualità consistente nell'effettuazione di prove di resistenza su campioni ("cubetti") prelevati in cantiere al momento della messa in opera.

Tuttavia, è opinione molto diffusa tra gli addetti ai lavori che i controlli previsti dalla normativa non siano attuati in modo sufficientemente sistematico e rigoroso, lasciando di fatto ampio spazio a comportamenti scorretti.

L'inefficienza dei controlli ed il conseguente scarso rispetto degli standard qualitativi possono avere nel lungo termine effetti negativi per i consumatori, siano essi la Pubblica Amministrazione o privati cittadini.

Infatti, il mancato rispetto delle norme riguardanti la composizione dell'impasto può incidere sensibilmente sulla durabilità dei manufatti, con un inevitabile impatto negativo sui costi di manutenzione.

In questo contesto, vale la pena di sottolineare come in passato il tema della necessità di assicurare il rispetto delle normative tecniche sia stato uno degli argomenti addotti a giustificazione per la costituzione di consorzi tra i produttori di calcestruzzo. Infatti, secondo l'interpretazione delle imprese interessate, il clima di cooperazione instauratosi con la creazione dei consorzi avrebbe impedito forme di concorrenza esasperata, incentrate sul deterioramento del prodotto. Sotto questo profilo, quindi, le restrizioni alla concorrenza comportate dalla creazione dei consorzi sarebbero state giustificate dal miglioramento della qualità del servizio reso ai clienti. Com'è noto, questa interpretazione non è stata accolta dall'Autorità, che ha vietato e sanzionato questo tipo di accordi.

Il tema della realizzazione della qualità del calcestruzzo è da tempo oggetto di discussione in seno all'associazione di categoria ATECAP; in questo contesto va opportunamente inquadrata la recente iniziativa per la creazione di un sistema di certificazione della qualità del calcestruzzo preconfezionato. Per quanto riguarda il possibile impatto sotto il profilo concorrenziale, la certificazione del prodotto dovrebbe essere considerata alla luce di un duplice ordine di considerazioni. Da un lato, infatti, sembra evidente prevedere che la partecipazione alla costituzione di un sistema di certificazione comporterebbe un livello di costi difficilmente sostenibile da molte imprese di piccole dimensioni. In tal modo, il sistema tenderebbe ad accentuare la differenziazione tra produttori "di qualità" e produttori "marginali", contribuendo a lungo termine ad un indebolimento di questi ultimi e, probabilmente, ad una riduzione nel numero di imprese operanti sul mercato.

Dall'altro lato, la progressiva diffusione di un marchio di qualità potrebbe realizzare un miglioramento decisivo al fine della diffusione di forme di concorrenza basate su parametri ragionevolmente certi. Ciò, a sua volta, potrebbe

	Decisioni dell'1 dicembre 1993	37
--	--------------------------------	----

comportare significativi benefici per gli utilizzatori finali, realizzando un rispetto molto maggiore degli standard qualitativi di volta in volta richiesti.

Sotto il profilo concorrenziale è indubbio che la soluzione che verrà adottata per risolvere il problema della qualità, già fortemente avvertito dai principali produttori, potrà contribuire ad alterare significativamente la presenza degli operatori sul mercato indagato, rendendo meno agevole per taluni l'accesso a quei cantieri dove il possesso di questo "requisito" potrebbe assumere un'importanza cruciale (grandi opere pubbliche). In considerazione di ciò, riveste particolare importanza la salvaguardia del corretto funzionamento del mercato, realizzabile attraverso il mantenimento di un sufficiente livello di concorrenza. Risulta evidente, pertanto, che in presenza di forme di concorrenza che alterano il corretto funzionamento del mercato, ogni intervento destinato a garantire l'esistenza di una reale competizione tra gli operatori del settore (come la costituzione di un marchio di qualità) non solo si giustifica ma diviene auspicabile.

Si ritiene di evidenziare, inoltre, come la mancata previsione normativa di una "bolla di accompagnamento" per il trasporto dei materiali inerti sia suscettibile di rappresentare un ulteriore elemento di alterazione delle dinamiche concorrenziali esistenti nel settore del calcestruzzo. Una simile situazione di fatto non permette un'esatta quantificazione delle consegne effettuate, incoraggiando, altresì, comportamenti volti ad eludere il pagamento delle imposte (IVA). Tali comportamenti trovano spazio in particolar modo nella produzione di calcestruzzo destinato all'edilizia, piuttosto che in quello diretto alla realizzazione di opere pubbliche, per le quali viene utilizzato soprattutto calcestruzzo preconfezionato.

L'infiltrazione della criminalità organizzata nel settore del calcestruzzo

3. Le condizioni strutturali che caratterizzano l'industria del calcestruzzo (limitati capitali di avviamento e assenza di barriere tecniche all'entrata), unitamente alla sua stretta relazione con l'industria delle costruzioni (e, in particolare, con le pratiche di appalto e subappalto nel campo degli investimenti pubblici), rendono il mercato del calcestruzzo particolarmente esposto e permeabile alle infiltrazioni di capitale di provenienza illegale.

La ridotta soglia di investimento iniziale, infatti, necessaria per mettere in funzione una centrale di betonaggio, insieme alla scarsa dotazione di conoscenze tecniche indispensabili per assicurare la sua gestione (che assume in prevalenza il connotato di una attività tipicamente commerciale), hanno offerto ripetute opportunità di riciclaggio di risorse accumulate in attività illecite, poi reinvestite in questo settore. D'altra parte, la magistratura e gli organi inquirenti hanno documentato in numerose occasioni come sovente, non solo la produzione di calcestruzzo preconfezionato, ma anche le stesse pratiche di subappalto di opere edilizie e del genio civile siano state caratterizzate da comportamenti illegali.

Il forte legame funzionale esistente tra la fornitura di calcestruzzo e l'esecuzione di opere pubbliche rappresenta, quindi, in ambienti socialmente degradati, opportunità di condotte ascrivibili alla sfera della criminalità. Il trasferimento, nell'ambito dell'attività legale, del *know-how* assimilato e applicato nell'esercizio dell'attività criminosa è frequente e pur potendo prendere diverse forme, tuttavia generalmente tende a tradursi in un obiettivo chiaro: il controllo del mercato con qualsiasi mezzo e attraverso tutti gli strumenti. Fra questi particolare rilevanza assumono i cartelli o le intese volte ad uniformare il comportamento degli operatori in modo da trasformarli da riottosi concorrenti a soggetti innocui, sia se aderiscono al cartello sia se ne restano al di fuori. D'altra parte la riconosciuta presenza di criminalità organizzata nell'offerta di calcestruzzo indebolisce la stessa forza contrattuale degli acquirenti del prodotto che diventano comprensibilmente restii a rifiutare forniture di imprese o cartelli di imprese, governati o significativamente influenzati, sia direttamente che indirettamente, dalla criminalità.

L'Autorità, nel corso della propria attività istituzionale, ha accertato l'importanza dell'esistenza di questo scenario.

Essa è consapevole, tuttavia, di poter intervenire solo su un aspetto -quello inerente alle condotte anticoncorrenziali, perseguite dalle legge n. 287/90- senza che ciò esaurisca la necessità di una più ampia iniziativa giudiziaria -di cui è titolare la magistratura ordinaria- indispensabile per colpire, oltreché intese o pratiche concordate in grado di pregiudicare la concorrenzialità dei mercati rilevanti, anche i legami di tipo criminale che in essi trovino diffusione.

Necessità di un costante monitoraggio del settore

4. Il processo di ristrutturazione che caratterizza tuttora il settore del calcestruzzo richiede, pertanto, una costante opera di monitoraggio da parte dell'Autorità, volta ad accertare la potenziale pericolosità delle strategie competitive di volta in volta adottate dalle imprese.

IL SEGRETARIO GENERALE*Alberto Pera***IL PRESIDENTE***Francesco Saja*

* * *

ATTIVITA' DI SEGNALAZIONE E CONSULTIVA

DIRETTIVA CEE / ASSICURAZIONE VITA

Onorevole
Giorgio Napolitano
Presidente della Camera dei Deputati

Onorevole
Giovanni Spadolini
Presidente del Senato della Repubblica

Onorevole
Carlo Azeglio Ciampi
Presidente del Consiglio dei Ministri

Onorevole
Paolo Savona
Ministro dell'Industria, Commercio e
Artigianato

Illustre Ministro,

questa Autorità intende sottoporre alla Sua cortese attenzione, ai sensi degli artt. 21 e 22 della legge 10 ottobre 1990 n. 287, l'esigenza di garantire la tutela della concorrenza nel mercato assicurativo anche mediante un adeguato recepimento delle terze direttive danni (92/96) e vita (92/49), previsto per il luglio 1994. Il Disegno di Legge Comunitaria 1993, approvato dal Senato il 25 novembre 1993 (A.S. 1381), contempla, al Capo II, artt. 16 e seguenti, i principi ed i criteri direttivi cui dovrà attenersi l'Esecutivo per l'attuazione delle suddette direttive.

In particolare, il Disegno di Legge Comunitaria, come più ampiamente illustrato in prosieguo, suscita talune perplessità relativamente a due punti: l'assenza di abrogazione espressa dell'attuale sistema di approvazione ministeriale delle tariffe e la previsione di diritto di recesso nel solo caso di trasferimento di portafoglio da un'impresa assicurativa italiana ad una estera.

Approvazione ministeriale delle tariffe.

Il recepimento delle direttive comunitarie citate determinerà l'abolizione del controllo preventivo sulle condizioni di polizza e sulle tariffe. Le imprese potranno pertanto determinare autonomamente i premi per i propri prodotti assicurativi, a differenza di quanto disposto attualmente dall'art. 21 del D.P.R. 13 febbraio 1959 n. 449 - T.U. delle leggi sull'esercizio delle assicurazioni private, che prevede l'approvazione delle tariffe da parte del Ministero dell'Industria. In questa prospettiva, il corretto recepimento delle suddette direttive dovrebbe comportare la caducazione delle norme sul divieto di sconti sulle tariffe o di abbuoni sulle provvigioni nel ramo vita (art. 95 T.U. 449/1959, art. 41 legge n. 742/1986, che disciplina le assicurazioni private sulla vita). A tal fine è opportuno che la legge comunitaria contenga, a differenza dell'attuale versione, una precisa delega relativa all'abrogazione esplicita di tali disposizioni al fine di evitare situazioni di incertezza normativa.

Trasferimento di portafoglio.

Gli artt. 16 lettera *d*) e 17 lettera *c*) del disegno di legge, rispettivamente per il ramo vita e per i rami danni, dettano, tra gli altri, il seguente principio: nel caso di trasferimento del portafoglio da un'impresa assicurativa avente

sede legale nel territorio della Repubblica ad una compagnia avente sede legale in uno altro Stato membro, dovrà essere riconosciuto al contraente il diritto di recesso dal contratto.

La disposizione trova il suo fondamento nell'art. 12 della direttiva danni 92/49 e nell'art. 11 della direttiva vita 92/96, i quali lasciano impregiudicato il diritto degli Stati membri di prevedere la facoltà dei contraenti di risolvere il contratto entro un termine stabilito a decorrere dal trasferimento di portafoglio.

In via generale, il contratto di assicurazione si fonda su una particolare fiducia dell'assicurato nella affidabilità e solvibilità della compagnia contraente. Pertanto, un diritto di recesso dovrebbe essere sempre riconosciuto all'assicurato nei casi in cui l'impresa stipulante proceda al trasferimento del portafoglio.

Nel nostro ordinamento, viceversa, sono attualmente in vigore disposizioni normative che precludono al contraente l'esercizio di tale diritto di recesso (artt. 87 T.U. n. 449/59; art. 72 l. n. 295/78; art. 68 l. n. 742/86).

Le disposizioni contenute negli artt. 16 lettera *d*) e 17 lettera *c*) del disegno di legge qui in esame, fissando un principio valido solo per le cessioni di portafogli da imprese italiane ad imprese con sede legale in uno altro Stato membro, determinano un trattamento discriminatorio a danno delle stesse. La soluzione accolta potrebbe comportare alterazioni dell'assetto concorrenziale del mercato, in quanto consente una disciplina differenziata tra imprese nazionali ed estere ed inoltre risponde solo parzialmente alle esigenze di tutela del consumatore ribadite dalle direttive. A ciò potrebbe evviarsi prevedendo un generale diritto di recesso in tutti i casi di trasferimento di portafoglio.

IL PRESIDENTE
Francesco Saja

* * *

PUBBLICITA' INGANNEVOLE

Provvedimento n. 1616 (PI157C) MENSILE QUALITA'/PHILIPS

L'AUTORITA' GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA dell'1 dicembre 1993;

SENTITO il Relatore Dottor Giacinto Militello;

VISTO il Decreto Legislativo 25 gennaio 1992 n. 74;

VISTA la propria delibera del 2 dicembre 1992, con la quale è stato indicato in via generale il termine di conclusione dei procedimenti in materia di pubblicità ingannevole;

VISTO l'atto, pervenuto in data 13 settembre 1993, con il quale, ai sensi dell'art. 7, comma 2, del Decreto Legislativo n. 74/92, il dott. Roberto La Pira ha segnalato la mancanza di riconoscibilità come messaggio pubblicitario dell'articolo sui prodotti della società PHILIPS pubblicato nella rivista QUALITÀ del mese di marzo 1993;

VISTA la comunicazione del 16 settembre 1993, con la quale l'Autorità ha reso noto ai soggetti interessati il procedimento in corso;

VISTI gli atti del procedimento e, in particolare, la memoria della società IN. EDIT Srl del 20 settembre 1993;

VISTO il parere pervenuto in data 9 novembre 1993, espresso ai sensi dell'art. 7, comma 5, del Decreto Legislativo n. 74/92, con il quale il Garante per la Radiodiffusione e l'Editoria ha ritenuto che il messaggio risulta in contrasto con l'art. 4 del Decreto Legislativo n. 74/92, in quanto privo dei requisiti grafici di evidente percezione che ne rendono palese ai lettori la natura pubblicitaria;

CONSIDERATO che l'articolo relativo alla società PHILIPS ed ai propri prodotti pubblicato sul periodico QUALITÀ del mese di marzo 1993 è inserito in una rubrica denominata "AZQ LE AZIENDE DI QUALITÀ" ed occupa quattro intere pagine del mensile, strutturate come segue: a) nella prima pagina è riportato il nome della rubrica, al di sotto del quale appare una parte informativa che sintetizza il contenuto del messaggio; b) nelle altre pagine vi è un'ampia parte informativa suddivisa in tre paragrafi (intitolati in maniera generica "Sulla via dell'eccellenza", "Verso zero difetti" ed "Il servizio innanzitutto"), nei quali viene elogiata l'efficienza e la qualità della società e dei suoi prodotti, nonché in coda all'articolo un trafiletto, denominato "I nuovi prodotti intelligenti", in cui si accenna ad alcuni prodotti specifici;

CONSIDERATO che i soggetti interessati hanno riconosciuto la natura promozionale del messaggio ed hanno sottolineato che quest'ultimo è caratterizzato da alcuni accorgimenti grafici idonei a renderne percepibile ai lettori la natura pubblicitaria;

RITENUTO che, conformemente a quanto evidenziato nel parere del Garante per la Radiodiffusione e l'Editoria, il messaggio presenta una struttura analoga ad un articolo redazionale e si caratterizza, tra l'altro, per una netta prevalenza della parte informativa rispetto a quella fotografica;

CONSIDERATO, in particolare, che nel messaggio manca una specifica avvertenza del tipo "informazione pubblicitaria" ovvero altra di analoga valenza;

RITENUTO che l'omissione di tale indicazione si pone in contrasto con la prassi seguita dal mensile QUALITÀ ed enunciata esplicitamente ai lettori in ogni numero tra le regole seguite dalla rivista allo scopo di distinguere chiaramente i messaggi pubblicitari dagli articoli informativi;

CONSIDERATO che il mensile QUALITÀ pubblica tipicamente studi, test ed analisi di settore circa le caratteristiche e gli standard qualitativi di prodotti e servizi, le innovazioni tecnologiche, ecc., rivolti a vantaggio dei consumatori;

CONSIDERATO che nel mensile QUALITÀ sono presenti numerosi servizi nei quali si associa il nome della rivista stessa a determinati prodotti o servizi;

RITENUTO che, conformemente a quanto indicato nel parere del Garante per la Radiodiffusione e l'Editoria, le modalità grafiche adottate per il messaggio non possono essere considerate sufficienti a rendere di evidente percezione la sua natura pubblicitaria, specialmente in considerazione del fatto che le caratteristiche della rivista in cui la comunicazione è inserita potrebbero indurre i lettori a ritenere che quanto in essa pubblicato abbia finalità di informazione neutrale, ove non sia espressamente indicato quale pubblicità

DELIBERA

che il messaggio relativo ai prodotti PHILIPS pubblicato sulla rivista QUALITÀ del mese di marzo 1993 nella rubrica "AZQ" (collocata nelle ultime pagine del mensile) costituisce una fattispecie di pubblicità non riconoscibile come tale in contrasto con gli artt. 1, comma 2, e 4, comma 1, del Decreto Legislativo n. 74/92 e ne vieta la continuazione della diffusione con effetto immediato.

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'art. 7, comma 11, del Decreto Legislativo n. 74/92, entro sessanta giorni dalla data di notificazione del provvedimento stesso.

IL SEGRETARIO GENERALE
Alberto Pera

IL PRESIDENTE
Francesco Saja

* * *

Provvedimento n. 1617 (PI157D) MENSILE QUALITA'/ULIVETO

L'AUTORITA' GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA dell'1 dicembre 1993;

SENTITO il Relatore Dottor Giacinto Militello;

VISTO il Decreto Legislativo 25 gennaio 1992 n. 74;

VISTA la propria delibera del 2 dicembre 1992, con la quale è stato indicato in via generale il termine di conclusione dei procedimenti in materia di pubblicità ingannevole;

VISTO l'atto, pervenuto in data 13 settembre 1993, con il quale, ai sensi dell'art. 7, comma 2, del Decreto Legislativo n. 74/92, il dott. Roberto La Pira ha segnalato la mancanza di riconoscibilità come messaggio pubblicitario dell'articolo sui prodotti della società ULIVETO pubblicato nella rivista QUALITÀ del mese di giugno 1993;

VISTA la comunicazione del 16 settembre 1993, con la quale l'Autorità ha reso noto ai soggetti interessati il procedimento in corso;

VISTI gli atti del procedimento e, in particolare, la memoria della società IN. EDIT Srl del 20 settembre 1993;

VISTO il parere pervenuto in data 9 novembre 1993, espresso ai sensi dell'art. 7, comma 5, del Decreto Legislativo n. 74/92, con il quale il Garante per la Radiodiffusione e l'Editoria ha ritenuto che il messaggio risulta in contrasto con l'art. 4 del Decreto Legislativo n. 74/92, in quanto privo dei requisiti grafici di evidente percezione che ne rendono palese ai lettori la natura pubblicitaria;

CONSIDERATO che l'articolo relativo ai prodotti ULIVETO pubblicato sul periodico QUALITÀ del mese di giugno 1993 è inserito in una rubrica denominata "AZQ LE AZIENDE DI QUALITÀ" ed occupa quattro intere pagine del mensile, strutturate come segue: a) nella prima pagina è riportato il nome della rubrica, al di sotto del quale appare una parte informativa che sintetizza il contenuto del messaggio; b) nelle altre pagine vi è un'ampia parte informativa nella quale si evidenziano gli investimenti effettuati dalla società ULIVETO Spa, i processi produttivi seguiti, la tecnologia impiegata, i controlli ambientali, ecc.;

CONSIDERATO che i soggetti interessati hanno riconosciuto la natura promozionale del messaggio ed hanno sottolineato che quest'ultimo è caratterizzato da alcuni accorgimenti grafici idonei a renderne percepibile la natura pubblicitaria;

RITENUTO che, conformemente a quanto evidenziato nel parere del Garante per la Radiodiffusione e l'Editoria, il messaggio presenta una struttura analoga ad un articolo redazionale e si caratterizza, tra l'altro, per una netta prevalenza della parte informativa rispetto a quella fotografica;

CONSIDERATO, in particolare, che nel messaggio manca una specifica avvertenza del tipo "informazione pubblicitaria" ovvero altra di analoga valenza;

RITENUTO che l'omissione di tale indicazione si pone in contrasto con la prassi seguita dal mensile QUALITÀ ed enunciata esplicitamente ai lettori in ogni numero tra le regole seguite dalla rivista allo scopo di distinguere chiaramente i messaggi pubblicitari dagli articoli informativi;

CONSIDERATO che il mensile QUALITÀ pubblica tipicamente studi, test ed analisi di settore circa le caratteristiche e gli standard qualitativi di prodotti e servizi, le innovazioni tecnologiche, ecc., rivolti a vantaggio dei consumatori;

CONSIDERATO che nel mensile QUALITÀ sono presenti numerosi servizi nei quali si associa il nome della rivista stessa a determinati prodotti o servizi;

RITENUTO che, conformemente a quanto indicato nel parere del Garante per la Radiodiffusione e l'Editoria, le modalità grafiche adottate per il messaggio non possono essere considerate sufficienti a rendere di evidente percezione la sua natura pubblicitaria, specialmente in considerazione del fatto che le caratteristiche della rivista in cui la comunicazione è inserita potrebbero indurre i lettori a ritenere che quanto in essa pubblicato abbia finalità di informazione neutrale, ove non sia espressamente indicato quale pubblicità

DELIBERA

che il messaggio relativo ai prodotti ULIVETO pubblicato sulla rivista QUALITÀ del mese di giugno 1993 nella rubrica "AZQ" (collocata nelle ultime pagine del mensile) costituisce una fattispecie di pubblicità non riconoscibile come tale in contrasto con gli artt. 1, comma 2, e 4, comma 1, del Decreto Legislativo n. 74/92 e ne vieta la continuazione della diffusione con effetto immediato.

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'art. 7, comma 11, del Decreto Legislativo n. 74/92, entro sessanta giorni dalla data di notificazione del provvedimento stesso.

IL SEGRETARIO GENERALE
Alberto Pera

IL PRESIDENTE
Francesco Saja

* * *

	<i>Decisioni dell'1 dicembre 1993</i>	45
--	---------------------------------------	----

Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato	Bollettino Settimanale Anno III - N. 37 - 1993
Direttore responsabile	Stefano Rolando
Coordinamento redazionale	Mauro La Noce
Redazione	Francesca Sebastio, Giulia Antenucci, Massimo Ferrero, Barbara Pazzaglia, Roberto Quagliari Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato Ufficio Documentazione e Sistema Informativo Via Calabria, 48 00187 - Roma Telefono, 06-481621
Realizzazione	Dipartimento per l'informazione e l'editoria della Presidenza del Consiglio dei Ministri Via Po, 14-16/A 00198 Roma Telefono, 06-85981
Coordinamento tecnico	Rosanna Baldascini
Realizzazione grafica	Ufficio grafico dell'Istituto Poligrafico e Zecca dello Stato presso il Dipartimento per l'informazione e l'editoria
Prezzi Stampa e diffusione	Fascicolo L. 3.000 Abbonamento L. 110.000 Conto corrente postale n. 387001 intestato a: Istituto Poligrafico e Zecca dello Stato Piazza Verdi, 10 00198 Roma Telefono, 06-85081 Spedizione in abbonamento postale Gruppo II/A Autorizzazione al Tribunale di Roma n. 712/91

ERRATA CORRIGE

Il punto b), del dispositivo del provvedimento n. 1599 (Rif. PI147), pubblicato nel Bollettino n. 36 - 1993, alle pagine 23-25, deve leggersi nel seguente modo:

"b) che la S.P. CORPORATION Srl, distributrice del prodotto "Mandingo", provveda a proprie spese alla pubblicazione dell'estratto del presente provvedimento, così come da allegato, sui quotidiani "La Repubblica", "Il Corriere della Sera" ed "Il Mattino", entro 15 giorni dalla data di notificazione del provvedimento stesso;"

Il punto b), del dispositivo del provvedimento n. 1600 (Rif. PI153), pubblicato nel Bollettino n. 36 - 1993, alle pagine 26-28, deve leggersi nel seguente modo:

"b) che la S.P. CORPORATION Srl, distributrice del prodotto "Magnum", provveda a proprie spese alla pubblicazione dell'estratto del presente provvedimento, così come da allegato, sui quotidiani nazionali "La Repubblica" e "Il Corriere della Sera", entro 15 giorni dalla data di notificazione del provvedimento stesso;"

Il terzo RITENUTO del provvedimento n. 1601 (Rif. PI153B), pubblicato nel Bollettino n. 36 - 1993 alle pagine 29-31, deve leggersi nel seguente modo:

"RITENUTO che, per la regola di giudizio di cui all'art. 7, comma 4, del Decreto Legislativo 25 gennaio 1992 n. 74, i dati di fatto contenuti nel messaggio pubblicitario in esame devono ritenersi inesatti, non essendo state fornite dalla F.B.F. CORPORATION Srl, distributrice del prodotto "Taurus", prove sull'esattezza materiale dei dati di fatto sopra richiamati;"

Il punto b), del dispositivo del provvedimento n. 1601 (rif. PI153B), pubblicato nel Bollettino n. 36 - 1993, alle pagine 29-31, deve leggersi nel seguente modo:

"b) che la F.B.F. CORPORATION Srl, distributrice del prodotto "Taurus", provveda a proprie spese alla pubblicazione dell'estratto del presente provvedimento, così come da allegato, sui quotidiani nazionali "La Repubblica" e "Il Corriere della Sera", entro 15 giorni dalla data di notificazione del provvedimento stesso;"

Il quarto RITENUTO del provvedimento n. 1602 (Rif. PI153C), pubblicato nel Bollettino n. 36 - 1993 alle pagine 32-34, deve leggersi nel seguente modo:

"RITENUTO che, per la regola di giudizio di cui all'art. 7, comma 4, del Decreto Legislativo 25 gennaio 1992 n. 74, i dati di fatto contenuti nel messaggio pubblicitario in esame devono ritenersi inesatti, non essendo state fornite dalla F.B.F. CORPORATION Srl, distributrice del prodotto "Pai Edù", prove sull'esattezza materiale dei dati di fatto sopra richiamati;"

Il punto b), del dispositivo del provvedimento n. 1602 (rif. PI153C), pubblicato nel Bollettino n. 36 - 1993, alle pagine 32 - 34, deve leggersi nel seguente modo:

"b) che la F.B.F. CORPORATION Srl, distributrice del prodotto "Pai Edù", provveda a proprie spese alla pubblicazione dell'estratto del presente provvedimento, così come da allegato, sui quotidiani nazionali "La Repubblica" e "Il Corriere della Sera", entro 15 giorni dalla data di notificazione del provvedimento stesso;"