

C12224 - DOLOMITI ENERGIA HOLDING-ALPERIA/ALPERIA SMART MOBILITY

Provvedimento n. 27795

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 5 giugno 2019;

SENTITO il Relatore Professor Michele Ainis;

VISTA la legge 10 ottobre 1990, n. 287;

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

VISTA la comunicazione delle società Dolomiti Energia Holding S.p.A. e Alperia S.p.A. pervenuta il 18 marzo 2019;

VISTA la richiesta di informazioni, inviata in data 17 aprile 2019, con conseguente interruzione dei termini ai sensi dell'articolo 5, comma 3, del D.P.R. 30 aprile 1998, n. 217;

VISTE le ulteriori informazioni trasmesse dalle società Dolomiti Energia Holding S.p.A. e Alperia S.p.A. l'8 maggio 2019;

VISTA la documentazione agli atti;

CONSIDERATO quanto segue:

I. LE PARTI

1. Dolomiti Energia Holding S.p.A. (in seguito, Dolomiti) è la società a capo dell'omonimo gruppo. Il gruppo Dolomiti è una *multiutility* e uno dei principali produttori di energia idroelettrica in Italia. Il gruppo è attivo anche attraverso società controllate, nella generazione, distribuzione e vendita al dettaglio di energia elettrica, gas metano e GNL, e nei settori della cogenerazione, del teleriscaldamento, nella fornitura di servizi idrici integrati, efficienza energetica, igiene ambientale e depurazione. Il capitale sociale di Dolomiti è posseduto per il 47,8% da FinDolomiti Energia S.r.l., per l'11,9% da Ft Energia S.p.A., per il 5,3% dalla Fondazione Caritro (Cassa di Risparmio di Trento e Rovereto), per il 5,8% dal Comune di Trento, per il 4,3% dal Comune di Rovereto e per il 4,2% da Istituto Atesino di Sviluppo (ISA) S.p.A., altre quote minori di capitale sono detenute da altri Comuni del Trentino e società o aziende. All'interno del gruppo Dolomiti la società che gestisce l'attività di ricarica elettrica è Dolomiti Energia S.p.A..

Nel 2017, il fatturato consolidato di Dolomiti, quasi integralmente realizzato in Italia, è stato superiore a 1,3 miliardi di euro.

2. Alperia S.p.A. (di seguito, Alperia) è la società holding a capo dell'omonimo gruppo, operante - in via quasi esclusiva nella Provincia Autonoma di Bolzano e, in misura minore, in Alto Adige ed in altre Regioni d'Italia - nei settori della produzione di energia elettrica da risorse idroelettriche, fotovoltaiche e biomasse; nella trasmissione di energia elettrica; nella distribuzione e vendita di energia elettrica e gas naturale; nella fornitura di calore tramite la gestione di impianti di teleriscaldamento; nella gestione di impianti di illuminazione pubblica; nella commercializzazione di certificati verdi e nella fornitura di servizi e consulenza nell'ambito dell'efficienza energetica; nell'installazione di colonnine di ricarica per auto elettriche e nella realizzazione di infrastrutture in fibra ottica e fornitura di servizi connessi.

Alperia è controllata congiuntamente dalla Provincia Autonoma di Bolzano, dal Comune di Bolzano e dal Comune di Merano.

Nel 2017, il fatturato consolidato del gruppo Alperia è stato di circa 1,1 miliardi di euro, quasi integralmente realizzato in Italia.

3. Alperia Smart Mobility (ASM) S.r.l. è la società del gruppo Alperia che si occupa della mobilità elettrica e, in particolare, del servizio di ricarica per veicoli elettrici. Il capitale di ASM è detenuto al 100% da Alperia. Il fatturato di ASM, realizzato interamente in Italia, nel 2017, è stato di circa 44.000 euro.

II. DESCRIZIONE DELL'OPERAZIONE

4. L'operazione consiste nel passaggio di ASM dal controllo esclusivo di Alperia al controllo congiunto di Alperia e Dolomiti. In particolare, l'operazione prevede la cessione a Dolomiti di una partecipazione iniziale pari al 25% del capitale sociale di ASM, un successivo aumento di capitale di tale società riservato a Dolomiti, affinché Dolomiti acquisisca una quota complessiva corrispondente al 50% del capitale sociale della società. Contestualmente all'ingresso di Dolomiti nel capitale sociale di ASM, la società cambierà nome in Neogy S.r.l. (di seguito, Neogy) e tutte le insegne, segni distintivi e altri simboli saranno modificati per riflettere il nuovo *brand*. Dolomiti, inoltre, farà in modo che Dolomiti Energia S.p.A. ceda a Neogy le proprie stazioni di ricarica pubbliche già realizzate o in corso di realizzazione. Neogy opererà sul mercato come società *full function* essendo dotata di mezzi e personale necessario a svolgere la propria attività e non sarà vincolata da obblighi di approvvigionamento nei confronti di Alperia e Dolomiti.

Alperia e Dolomiti, inoltre, si impegnano a non svolgere attività in concorrenza con Neogy fino a che sussisterà su di essa il controllo congiunto delle parti. L'operazione è sospensivamente condizionata all'ottenimento dell'autorizzazione da parte dell'Autorità.

III. QUALIFICAZIONE DELL'OPERAZIONE

5. L'operazione comunicata, in quanto comporta il passaggio dal controllo esclusivo di Alperia su ASM al controllo congiunto di Alperia e Dolomiti sulla medesima società, rinominata Neogy, costituisce una concentrazione, ai sensi dell'articolo 5, comma 1, lettera b), della legge n. 287/90. Essa rientra nell'ambito di applicazione della legge n. 287/90, non ricorrendo le condizioni di cui all'articolo 1, del Regolamento CE n. 139/04, ed è soggetta all'obbligo di comunicazione preventiva disposto dall'articolo 16, comma 1, della medesima legge, in quanto il fatturato totale realizzato, nell'ultimo esercizio a livello nazionale, dall'insieme delle imprese interessate è stato superiore a 495 milioni di euro e il fatturato totale realizzato, nell'ultimo esercizio a livello nazionale, da almeno due delle imprese interessate è stato superiore a 30 milioni di euro.

IV. VALUTAZIONE DELLA CONCENTRAZIONE

Il settore interessato

6. Il settore interessato dall'operazione è quello dei servizi di ricarica per veicoli elettrici. In particolare, Neogy fornirà servizi di ricarica a consumatori e aziende, a strutture ricettive e commerciali nonché servizi per l'accesso a infrastrutture di ricarica pubbliche o su suolo privato aperte al pubblico.

La filiera dei servizi di ricarica elettrica per i veicoli

7. In via preliminare si osserva che in Italia il settore dei servizi per la ricarica dei veicoli elettrici si trova, ad oggi, anche in ragione dell'ancora ridotta diffusione di questa categoria di veicoli, in una fase di sviluppo iniziale, nella quale i modelli di *business* sono ancora in via di definizione. Dal punto di vista della domanda, l'utente del servizio può ricaricare il proprio veicolo elettrico sia in un sito privato a sua disposizione, ad esempio nel proprio garage o nell'azienda dove lavora, sia in appositi punti di rifornimento pubblici o di pubblico accesso (ad es. nei centri commerciali). Per quanto riguarda la ricarica privata, rileva il fatto che la modalità consistente nell'utilizzare semplicemente la presa di corrente per uso domestico è ancora diffusa, ma appare destinata ad essere sostituita¹ dal ricorso ad apposite attrezzature di ricarica. Il cliente (privato/azienda) poi, molto spesso, quando opta per l'installazione di un impianto di ricarica è proprietario dello stesso e intestatario del POD (*point of delivery*) che lo alimenta e, dunque, anche del contratto di fornitura dell'energia elettrica. Il POD, in tali casi, può essere unico anche per altri usi, oppure ne può venire creato uno dedicato per alimentare la stazione di ricarica². In tali situazioni, quindi, il cliente privato non si avvale dei servizi di ricarica offerti dagli operatori presenti nel mercato.

8. Per quanto concerne i punti di ricarica pubblici o privati ma con accesso pubblico (ad. es. centri commerciali), si individuano due distinte attività economiche offerte dalle imprese attive in questo settore: da un lato lo sviluppo e la gestione dei punti fisici di ricarica (in particolare reti pubbliche ma anche punti di ricarica privati aperti al pubblico o con accesso privato – in quest'ultimo caso, di norma – di clienti *business*), dall'altro, quella dell'offerta vera e propria di servizi di ricarica elettrica, che necessita di interazione diretta con i consumatori. Nella prima attività, di installazione e gestione delle colonnine tanto pubbliche che private con accesso pubblico, operano i c.d. Charge Point Operators (CPO)³, mentre nella gestione dei rapporti relativi alla fornitura del servizio di ricarica, ivi inclusi i relativi servizi di pagamento, operano i c.d. Electric Mobility Providers (EMP) o Mobility Service Providers (MSP)⁴.

9. Secondo alcune stime disponibili⁵, oggi in Italia l'84% degli utilizzatori ha accesso a infrastrutture private di ricarica e solo il 16% fa affidamento esclusivamente su ricariche pubbliche; il 90% degli utilizzatori si serve dei punti di ricarica pubblici benché solo il 32% li utilizzi abitualmente. Le medesime stime confermano, tuttavia, che si tratta di un settore in rapida evoluzione, sia dal lato della domanda, sia da quello dell'offerta. In Italia si valuta che il numero dei veicoli elettrici sia passato da circa 13.000 unità a fine 2017 a oltre 20.000 a fine 2018, con un tasso di incremento superiore

¹ [Questa modalità infatti è possibile solo per veicoli leggeri, è lenta e, inoltre, presenta la criticità di sovraccaricare il consumo di energia presso uno stesso punto di prelievo (in altri termini, il cliente dovrà comunque chiedere un aumento di potenza del proprio contatore).]

² [Al riguardo il regolatore ha previsto che per tale finalità sia possibile avere un POD dedicato. In particolare, la ricarica di veicoli elettrici e l'alimentazione di una pompa di calore sono gli unici due casi in cui l'ARERA ammette, per una stessa porzione materiale (i.e. unità immobiliare), l'attivazione di un ulteriore POD distinto rispetto a quello dell'utenza principale.]

³ [Per i punti di ricarica su suolo privato a uso pubblico la richiesta di installazione proviene dall'esercizio commerciale (ad. es. azienda o hotel). La proprietà della stazione di ricarica è per solito del CPO (talora dell'esercizio commerciale). Il CPO esegue i lavori e si intesta un POD ad hoc o collega la stazione al POD già esistente del proprietario del suolo in uso all'esercizio commerciale.]

⁴ [Nel caso dei punti di ricarica privati con accesso privato talora i clienti *business* chiedono al fornitore del servizio di ricarica che la colonnina sia intestata a quest'ultimo. Il rapporto contrattuale è, quindi, tra il fornitore del servizio e il proprietario del suolo (cliente *business*).]

⁵ [Cfr. in particolare lo studio pubblicato nel 2018 dal Politecnico di Milano *E-Mobility Report 2018 "Le opportunità e le sfide per lo sviluppo della mobilità elettrica in Italia"*, di settembre 2018, nonché le informazioni fornite dalle parti.]

al 50% del totale su base annua. Per quanto riguarda la diffusione delle colonnine di ricarica elettrica su suolo pubblico, stimate in numero di 2700 a fine 2017, si prevede che esse saranno all'incirca tra 7.500 e 10.000 al 2020 e tra 28.000 e 48.000 al 2030⁶. Quanto ai punti di ricarica privati, stimati in numero di 11.000 circa a fine 2017, si prevede che saranno pari a circa 85.000 al 2020 e tra 1,4 e 6,8 milioni al 2030.

10. In questo quadro di forte evoluzione, la normativa comunitaria, come recepita con il Decreto Legislativo 16 dicembre 2016, n. 257 (articolo 4, co. 9), ha stabilito che nel caso delle infrastrutture di ricarica "accessibili al pubblico" il CPO (operatore del punto di ricarica) rappresenti l'acquirente finale nel contratto di compravendita di energia con il fornitore di elettricità⁷. In tal modo, la messa a disposizione dell'energia ai proprietari delle auto elettriche viene ad essere inclusa, insieme a tutta una serie di altre utilità (gestione dell'interoperabilità per l'accesso alle reti di vari CPO, gestione delle modalità di pagamento, fornitura di ausili per la localizzazione dei punti di rifornimento, ecc.) tra i servizi forniti dall'EMP, che a tal scopo deve stipulare appositi contratti di interoperabilità con i singoli CPO, titolari di punti di ricarica in ogni area geografica.

11. L'attività svolta dal CPO differisce dunque, dal punto di vista operativo, da quella dell'EMP. Il cliente finale, che necessita del servizio di ricarica elettrica su suolo pubblico o di pubblico accesso, si interfaccia con uno (o più) EMP per avere la possibilità di effettuare la ricarica del proprio veicolo nelle stazioni situate nelle aree geografiche in cui si svolge la sua mobilità. L'utilizzatore, a tal fine, viene dotato dall'EMP di App o scheda in grado di interagire con il singolo punto di ricarica abilitandolo all'erogazione di energia elettrica in favore dell'utente a condizioni economiche con lo stesso prestabilito⁸, mentre non ha necessità di avere rapporti contrattuali con i CPO⁹ che gestiscono i medesimi punti di ricarica.

12. Allo stato attuale, il modello di *business* più diffuso è tuttavia quello secondo il quale una stessa società agisce sia come CPO, sia come EMP: più dell'80% degli operatori attivi nei servizi di ricarica sono infatti contestualmente CPO e EMP. Più spesso le due attività sono svolte dal medesimo soggetto giuridico, in un caso, invece, sono stati costituiti due diversi soggetti giuridici per effettuare i due *business*¹⁰. Tuttavia, benché, ad oggi, tutti i CPO siano anche EMP, alcuni EMP non sono anche CPO. Questo secondo modello di *business*, che prevede l'offerta del solo servizio di ricarica senza detenere la gestione di propri punti di ricarica, è seguito da alcuni gruppi stranieri, ad esempio, in Italia, dal gruppo Edison. Inoltre, è importante sottolineare che anche gli EMP integrati nell'attività di CPO devono, comunque, offrire ai propri clienti l'accesso anche a punti di ricarica di terzi, necessario per mettere a disposizione della clientela una rete di punti di ricarica sufficientemente ampia e geograficamente diffusa. A tal fine vengono stipulati accordi di interoperabilità tra EMP e CPO, essenziali per svolgere l'attività di EMP¹¹. Gli accordi di interoperabilità possono essere Peer to Peer (P2P) qualora avvengano in modalità bilaterale tra un CPO e un EMP o in forma di *roaming* quando sono effettuati tramite piattaforme digitali. Le due principali piattaforme europee per la mobilità elettrica (Hubject e Gireve) aggregano le offerte dei principali CPO con relative condizioni contrattuali cui gli EMP posso decidere di aderire.

13. Come anticipato, dunque, la filiera dell'offerta di servizi di ricarica delle auto elettriche comporta l'intervento di numerosi soggetti e può svilupparsi secondo vari modelli di *business*, che a fronte della prevista importante futura evoluzione dell'offerta potrebbero indirizzarsi verso soluzioni diverse da quelle ad oggi prevalenti. Appare, tuttavia, abbastanza definita, anche perché coerente con la normativa vigente, la distinzione tra CPO e EMP e la possibilità che almeno alcuni operatori non svolgano contemporaneamente entrambe le attività. D'altra parte, a ulteriore conferma di ciò, un medesimo utente finale può decidere, come detto, di stipulare contratti con più di un EMP.

⁶ [Cfr. *E-Mobility Report*, cit. pp. 185 segg.]

⁷ [La Direttiva 2014/94/UE del Parlamento Europeo e del Consiglio del 22 ottobre 2014 sulla realizzazione di un'infrastruttura per i combustibili alternativi (cd. DAFI Directive Alternative Fuel Initiative) ha disciplinato in maniera innovativa il servizio di ricarica dei veicoli elettrici, stabilendo che il CPO non si limita a mettere a disposizione uno strumento per la trasmissione dell'energia da vendere al cliente, ma è esso stesso il cliente finale del venditore di energia elettrica. Per tale ragione, l'articolo 4 della Direttiva inquadra il rapporto fra l'operatore del punto di ricarica e i suoi fornitori di energia come vendita di energia mentre il rapporto fra il gestore dei servizi ricarica e il detentore del veicolo elettrico come servizio. Il recepimento della Direttiva DAFI ha avuto luogo, in Italia, con il Decreto Legislativo 16 dicembre 2016, n. 257, che sostanzialmente riproduce, all'articolo 4 comma 9, il testo dell'articolo 4 della Direttiva, qualificando gli operatori dei punti di ricarica come clienti finali dell'energia.]

⁸ [La fee può essere commisurata all'energia erogata, al tempo di erogazione o a un mix tra i due criteri e differisce per le ricariche di minore o maggiore velocità (quick/fast).]

⁹ [E' possibile che uno stesso cliente finale abbia più contratti con diversi EMP, sia a fini di migliore copertura, sia al fine di sfruttare la tariffa migliore a seconda delle situazioni. Ad esempio, se un cliente ha un veicolo con capacità di ricarica veloce, potrà utilizzare un contratto con un EMP che prevede una tariffa a tempo per le stazioni di ricarica molto veloci ma potrebbe contestualmente avvalersi di un contratto con altro EMP che prevede tariffe a consumo per le stazioni di ricarica ordinarie.]

¹⁰ [Il gruppo Enel ha costituito una società Enel X Italia S.p.A. che opera come EMP, e Enel X Mobility S.r.l. che opera come CPO.]

¹¹ [Posto che il decreto legislativo n. 257/16 cit. prevede all'art. 4, par. 11 che: "I prezzi praticati dagli operatori dei punti di ricarica accessibili al pubblico sono ragionevoli, facilmente e chiaramente comparabili, trasparenti e non discriminatori. A tal fine, con decreto del Ministro delle infrastrutture e dei trasporti, di concerto con il Ministro dello sviluppo economico, sono definiti i criteri per la comparabilità dei prezzi". La remunerazione del CPO è di solito parametrata a: (i) una fee di ingresso talora richiesta all'EMP (ii) un corrispettivo per ogni kWh erogato presso una stazione di ricarica gestita dal CPO. Questo vale sia in caso di accordi di interoperabilità bilaterali sia ai sensi di accordi di roaming tramite piattaforme (Hubject). Sulle piattaforme ogni CPO pubblica le condizioni economiche di accesso alle proprie infrastrutture che gli EMP possono accettare o meno.]

I mercati rilevanti

14. L'analisi concorrenziale dell'offerta di servizi di ricarica di veicoli elettrici può essere svolta con esclusivo riferimento alle attività che richiedono l'intervento di operatori specializzati, quali i servizi di ricarica su postazione pubblica o su postazione privata a pubblico accesso svolta attraverso l'installazione di colonnine dedicate e con l'intervento di operatori specializzati. Dal mercato interessato appare doversi escludere la ricarica privata effettuata attraverso la mera presa di corrente dell'impianto domestico o l'acquisto dell'impianto di ricarica da parte del privato¹² che stipuli, in proprio, un contratto per la fornitura di energia elettrica. In tali casi, infatti, non vi è alcuna significativa differenza rispetto alla normale fornitura di energia elettrica a clienti domestici e non viene fornito uno specifico servizio di ricarica.

15. Per tutto quanto sopra esposto, e salvo quanto emergerà dall'evoluzione della filiera, si ritiene che allo stato le attività nelle quali si articola l'offerta dei servizi di ricarica, benché, come visto sopra, le società in essi attive tendano oggi nella maggior parte dei casi a coincidere, siano almeno due:

(a) l'installazione e gestione dei punti di ricarica su suolo pubblico o privato con pubblico accesso, ossia l'attività svolta dal CPO;

(b) l'interfaccia con i consumatori finali, che include una serie di servizi necessari affinché questi ultimi possano accedere al servizio di ricarica su base ampia e con modalità agevoli e convenienti (EMP).

16. Per le caratteristiche sopra descritte, le due attività sono complementari ma non sovrapponibili, né appare indispensabile il loro svolgimento in maniera integrata. Pertanto, ancorché ad oggi le due attività siano svolte prevalentemente da soggetti che si dedicano ad entrambe, esse individuano mercati rilevanti distinti.

17. Quanto alla dimensione geografica dei due mercati, questa può essere definita a partire dalle esigenze della domanda. In tal senso, va in primo luogo considerato che, stando alle stime disponibili sopra citate, ad oggi, solo il 43% degli utilizzatori usa il veicolo elettrico per viaggi oltre i 100 km, benché l'autonomia dei veicoli elettrici vada di anno in anno aumentando e, dunque, l'ampiezza geografica del servizio di ricarica richiesto sia altresì in espansione. Tanto premesso, appare evidente che il servizio di EMP, che si rivolge direttamente ai consumatori finali, oltre a garantire l'accesso ad una rete di punti vendita particolarmente ampia a livello locale, deve consentire la fruizione del servizio di ricarica considerando anche esigenze di mobilità più ampie rispetto all'ambito locale. Data la presenza di accordi di interoperabilità fra EMP e CPO e la relativa facilità per i primi di avere accesso ai punti di ricarica di una determinata area geografica previa negoziazione con i CPO localmente attivi, i consumatori/clienti finali possono usufruire del servizio di ricarica nell'area geografica di proprio interesse forniti da tutti gli EMP che abbiano incluso tali punti di ricarica nella propria rete di fornitura del servizio.

18. La possibilità per un EMP di esercitare potere di mercato in una determinata area geografica appare, pertanto, esclusa dalla contemporanea presenza di altri fornitori del servizio (EMP) presso i medesimi punti di ricarica in ragione della possibile esistenza di molteplici accordi di interoperabilità tra il/i CPO esistente/i e gli EMP interessati. Per tale ragione, quindi, in prima approssimazione sembra potersi concludere che il servizio di EMP non abbia particolari limitazioni geografiche, e dunque abbia dimensioni quantomeno nazionali¹³. Ad ogni modo, non appare necessario adottare una definizione più precisa dell'ampiezza geografica di tale mercato nel caso di specie, posto che ciò non muterebbe l'esito della valutazione.

19. Per quanto riguarda il servizio di CPO, invece, sembrerebbero esistere dei vincoli geografici più stringenti. I CPO offrono sia (i) agli EMP servizi di accesso a colonnine pubbliche da essi gestite; sia (ii) ai privati l'installazione e la gestione di punti di ricarica a pubblico accesso. In entrambi i casi vengono stipulati contratti di interoperabilità con gli EMP interessati a inserire tali punti di ricarica nella propria rete¹⁴. Per l'attività svolta dai CPO può avere un maggiore rilevanza un vincolo territoriale. Infatti, data non solo la ridotta mobilità dei veicoli elettrici, ma anche e soprattutto l'indispensabilità per il cliente finale di fruire di punti di ricarica in aree di sua più frequente mobilità, e quindi a carattere locale, un EMP che voglia fornire i propri servizi ai consumatori finali di una determinata area geografica deve disporre di un contratto con il/i CPO localmente attivi, che non sono sostituibili con CPO dotati di punti di ricarica in altre zone¹⁵. Deve, tuttavia, tenersi presente che il contraente del CPO, l'EMP, non è direttamente l'utente finale del

¹² [Eventualmente anche da soggetti non attivi nei servizi di ricarica elettrica.]

¹³ [Parimenti di dimensione nazionale appare il mercato dei servizi richiesti dai privati che chiedono a un medesimo operatore della ricarica sia (eventualmente) l'installazione e gestione di colonnine di ricarica ad uso privato (business), sia l'erogazione del servizio di ricarica al di fuori dei locali della società, presso i punti di ricarica della sua rete. In tali casi, infatti, comunque in numero limitato, l'attività prevalente è quella di EMP, in quanto l'installazione della colonnina e la sua eventuale intestazione al fornitore del servizio non è prodromica alla stipula di eventuali accordi di interoperabilità tra il fornitore e altri EMP, trattandosi di infrastrutture di ricarica su suolo privato e a uso meramente privato (dipendenti/clienti) della società interessata, in ciò differenziandosi dalle colonnine di ricarica su suolo privato ma con accesso pubblico in cui il fornitore del servizio agisce quale CPO stipulando contratti di interoperabilità per consentire l'inserimento di quel/i punto/i di ricarica nelle reti degli EMP interessati.]

¹⁴ [In questo senso, in caso di integrazione verticale tra CPO ed EMP può dirsi che tra i due esista, quantomeno, un accordo implicito di questo tipo, che consente ai clienti del servizio di EMP di accedere alla rete di punti di ricarica gestiti in qualità di CPO.]

¹⁵ [In prima approssimazione si può supporre che, soprattutto per i servizi offerti dagli EMP e basati sulla contrattualizzazione di colonnine pubbliche, l'ambito geografico dei servizi forniti dai CPO sia relativamente ristretto, presumibilmente pari ad una frazione del raggio massimo di 100 km attualmente percorso dalla più parte dei veicoli elettrici e con ogni probabilità riconducibile, per le aree urbane, al centro abitato e alle sue immediate vicinanze.]

servizio di ricarica elettrica (ossia l'utilizzatore dell'auto elettrica che, come già visto stipula, a sua volta, un contratto con uno o più EMP), sicché le dinamiche commerciali che si instaurano tra CPO e EMP rispecchieranno la forza contrattuale complessiva del CPO in un ambito geografico maggiore rispetto alla singola area locale per tenere conto di tutte le porzioni del territorio nazionale in cui lo stesso sia presente; infine, in considerazione della natura prevalentemente integrata della figura di CPO e EMP, i rapporti di forza commerciale tra i diversi operatori potranno essere bilanciati anche da una certa reciprocità di condizioni nell'accesso alle rispettive reti su diverse aree geografiche.

Ad ogni modo anche in relazione a questo mercato non appare necessario, con riguardo alla presente operazione, definire in maniera più precisa la sua ampiezza perché questo non muterebbe l'esito della valutazione.

La presenza delle parti sui mercati rilevanti e gli effetti dell'operazione

20. Per quanto riguarda la presenza delle Parti interessate nei mercati così definiti, e i possibili effetti dell'operazione, si osserva che i clienti privati di ASM e di Dolomiti nel mercato dei servizi di EMP sono [200-800]* di cui solo poche unità sono clienti di Dolomiti e in numero nettamente prevalente sono clienti di ASM¹⁶, rispetto a un totale nazionale di possessori di auto elettrica stimabile ad oggi in oltre 20.000. La dimensione relativa delle Parti sul mercato dei servizi di EMP, pertanto, è talmente limitata da non rendere in alcun modo suscettibile l'operazione di dare origine a criticità in tale mercato.

21. Quanto alla presenza delle Parti nel mercato dell'installazione e gestione dei punti di ricarica (CPO), si osserva che le stazioni di ricarica pubbliche delle parti (circa [50-250] a fine 2018) su circa 2700 complessive esistenti in Italia (sempre a fine 2018)¹⁷ di fatto sono tutte riconducibili ad ASM¹⁸, e sono, geograficamente, molto concentrate in quanto collocate tutte in provincia di Trento e Bolzano. Di esse, inoltre, le stazioni di ricarica di ASM sono [80-200], concentrate in prevalenza nella provincia di Bolzano e in via residuale in provincia di Trento¹⁹ ([1-30]), mentre quelle di Dolomiti sono [10-40] e si trovano tutte in provincia di Trento. Nelle province di Trento e Bolzano sono attivi anche altri operatori, quali Enel X, Route220, AGSM Primiero, Driwe e Istituto Innovazione Tecnologica. Di essi gli unici due che hanno una presenza di un certo rilievo, benché meno significativa di quella delle parti, sono Enel X e Route220, con rispettivamente circa [10-40] e [1-30] stazioni di ricarica pubbliche o con pubblico accesso ciascuno.

22. Nel mercato dei servizi di CPO, pertanto, l'operazione vede la sovrapposizione tra le attività delle parti in misura estremamente ridotta. In merito a questo mercato, inoltre, appare comunque ragionevole osservare che la sua attuale configurazione industriale sia poco significativa, in ragione delle prospettive di un suo notevole e rapido sviluppo, anche alla luce di procedure amministrative per l'accesso all'attività relativamente semplici, benché non omogenee sul territorio nazionale in termini di modalità e tempi, e dell'esistenza di forme di incentivazione economica alla creazione di reti di stazioni di ricarica su iniziativa delle amministrazioni locali, alle quali, dal lato degli utenti, si affiancano le incentivazioni economiche all'acquisto di veicoli elettrici e stazioni di ricarica²⁰. Come anticipato, si prevede, infatti, che il numero di punti di ricarica si raddoppi²¹ già entro il 2020 e si moltiplichi, poi, per un ulteriore fattore compreso tra tre e cinque nel decennio successivo. Per tali motivi, pertanto, si ritiene che l'operazione non sia suscettibile di creare o rafforzare una posizione dominante neppure nel mercato dei servizi di CPO²², qualunque sia la sua ampiezza geografica.

23. In conclusione, in ragione delle considerazioni sopra svolte, gli effetti dell'operazione nei suddetti mercati rilevanti risultano marginali, in coerenza, peraltro, con la ridotta dimensione delle Parti coinvolte. Si tenga infatti presente che

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

¹⁶ [Alcuni clienti del servizio di EMP di ASM hanno anche chiesto alla società l'installazione di punti di ricarica privati presso la propria abitazione (circa il [40-50%]) mentre gli altri hanno stipulato un contratto per usufruire del solo servizio di ricarica. La clientela privata della società è collocata in netta prevalenza nelle province di Bolzano e Trento, con pochi clienti (nell'ordine di circa [10-50] complessivi) distribuiti tra Lombardia, Lazio, Veneto, Friuli VG, Campania e Calabria.]

¹⁷ [In Italia, ad oggi, gli operatori presenti nei servizi di ricarica sono Enel X, Duferco, IREN, Be Charge, HERA, Repower, A2A, Route220, Deval. Tra di essi Enel X ha una presenza quantitativamente di gran lunga maggiore rispetto agli altri (oltre 1700 stazioni di ricarica su circa 2700) e diffusa in tutto il Paese incluse le isole; gli altri operatori sono presenti in misura minore e localizzati in prevalenza nell'Italia centro settentrionale.]

¹⁸ [Dolomiti infatti ha solo [1-10] punti di ricarica privati, tutti peraltro installati presso strutture del gruppo Dolomiti. Non vi sono, inoltre, sovrapposizioni tra le stazioni private a pubblico accesso gestite dalle parti nelle due province di Trento e Bolzano.]

¹⁹ [Ad eccezione di una stazione di ricarica pubblica (che contiene due punti di ricarica) sita in Veneto.]

²⁰ [Cfr. da ultimo la l. n. 145/2018 del 30 dicembre 2018 che ha istituito un bonus in forma di detrazione fiscale per le infrastrutture di ricarica acquistate dal 1° marzo 2019 al 31 dicembre 2021.]

²¹ [La previsione dello studio sopra citato riportava il passaggio da 2700 punti di ricarica nel 2017 a circa 7500-10000 entro il 2020. Come visto, a fine 2018 la stima dei punti di ricarica esistenti risulta essere già circa 5000, pertanto, rispetto al numero indicato per il 2020 si può ipotizzare, appunto, all'incirca un raddoppio dei punti di ricarica stimati complessivi.]

²² [In astratto, dovendosi fare ricorso al distributore locale per il collegamento delle stazioni di ricarica alla rete elettrica potrebbero verificarsi, con l'operazione in esame, effetti di foreclosure derivanti dall'integrazione delle Parti, a monte, con l'attività di distribuzione di energia elettrica. Tali effetti non sono, tuttavia, oggetto di valutazione in quanto la normativa vigente (art. 4, comma 12 del D.Lgs. 257/16 cit., di recepimento della direttiva comunitaria 2014/94/UE, c.d. DAFI cit.) contempla espressamente obblighi di non discriminazione, prevedendo che le imprese di distribuzione di energia elettrica "cooperano su base non discriminatoria con qualsiasi persona che apre o gestisce punti di ricarica accessibili al pubblico".]

Alperia Smart Mobility ha realizzato nel 2017 un fatturato inferiore a 50.000 euro e il dato stimato per il 2018 è di *[inferiore a 1 milione di]* euro, mentre Dolomiti ha realizzato nelle attività di offerta di servizi di ricarica alle auto elettriche un fatturato stimato inferiore a 3.000 euro in ciascuno degli anni 2017 e 2018.

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

DELIBERA

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

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

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

IL SEGRETARIO GENERALE
Filippo Arena

IL PRESIDENTE
Roberto Rustichelli