

C12597 - VETRI SPECIALI/GENERALVETRI

Provvedimento n. 31042

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 23 gennaio 2024;

SENTITA la Relatrice, Professoressa Elisabetta Iossa;

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

VISTA la legge 10 ottobre 1990, n. 287;

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

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

VISTI gli atti al fascicolo;

CONSIDERATO quanto segue:

I. LE PARTI

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

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

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

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

II. DESCRIZIONE DELL'OPERAZIONE

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

III. QUALIFICAZIONE DELL'OPERAZIONE

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

IV. VALUTAZIONE DELL'OPERAZIONE

I mercati rilevanti

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

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

altresì alla distribuzione nei confronti di clienti di grandi dimensioni, che utilizzano i prodotti in vetro cavo per il confezionamento dei loro prodotti.

I mercati della produzione dei contenitori in vetro

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

9. In relazione alla prima distinzione, i precedenti considerati distinguono il vetro cavo in due segmenti: 1) il vetro cavo per uso domestico, pressato o soffiato, relativo all'area dei c.d. "casalinghi" quali bicchieri, tazze, vasi; 2) il vetro cavo per uso industriale, per il confezionamento di prodotti industriali².

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

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

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

Il mercato della distribuzione dei prodotti in vetro cavo

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

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

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

16. In linea con tali considerazioni è possibile ipotizzare l'esistenza di un bacino di utenza individuato dalle aree site intorno ai depositi dei distributori. Nello specifico, la Parte ipotizza che il bacino di utenza debba essere individuato in 150 km ma ha tuttavia fornito le quote di mercato relative a tre possibili definizioni geografiche (isometriche di 100 km, 150 km e 200 km). Secondo le informazioni acquisite, circa il 70-80% delle vendite (in volume e valore) viene effettuata entro 100 km, o al massimo 150 km, sebbene vi siano casi in cui parte significativa delle vendite dei

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

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

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

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

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

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

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

distributori venga effettuata oltre i 150 km. Nel caso di specie si ritiene non necessario pervenire a una definizione conclusiva del mercato rilevante in quanto, in tutte le definizioni possibili, non vi sarebbero problemi concorrenziali.

Gli effetti dell'operazione

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

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

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

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

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

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

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

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

DELIBERA

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

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

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

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

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

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

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

IL SEGRETARIO GENERALE
Guido Stazi

IL PRESIDENTE
Roberto Rustichelli