

C6133 - BRITISH AMERICAN TOBACCO/ENTE TABACCHI ITALIANI

Provvedimento n. 12560

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 6 novembre 2003;

SENTITO il Relatore Professor Nicola Occhiocupo;

VISTO il Regolamento CEE n. 4064/89, come modificato dal Regolamento CE n. 1310/97;

VISTA la legge 10 ottobre 1990, n. 287;

VISTO l'atto pervenuto in data 22 settembre 2003 da parte della Commissione Europea, consistente nella copia della notifica effettuata dalla società British American Tobacco plc in data 15 settembre 2003;

VISTA la richiesta di rinvio, ai sensi dell'articolo 9, paragrafo 2, del Regolamento CEE n. 4064/89, così come modificato dal Regolamento CE n. 1310/97, inviata alla Commissione Europea in data 12 ottobre 2003;

VISTA la decisione di rinvio adottata dalla Commissione Europea in data 23 ottobre 2003, ai sensi dell'articolo 9 del Regolamento CEE n. 4064/89, così come modificato dal Regolamento CE n. 1310/97, pervenuta in data 23 ottobre 2003;

CONSIDERATO quanto segue:

I. LE PARTI

1. British American Tobacco plc (di seguito BAT) è la società *holding* di diritto inglese, del gruppo BAT-British American Tobacco, quotata alla borsa di Londra e presso lo *American Exchange* di New York. BAT è attiva, in vari paesi, nella produzione, commercializzazione e vendita di sigarette e, in misura minore, di altri prodotti derivati dal tabacco. Le principali marche prodotte e/o commercializzate da BAT sono *Dunhill, Lucky Strike, Pall Mall, Barclay, Rothmans, Winfield e State Express 5555*.

Il fatturato realizzato a livello mondiale da BAT nel 2002 è stato di 16.850 milioni di euro, di cui [2.000-2.500]¹ milioni nell'ambito della Unione Europea e circa [100-150] milioni in Italia.

2. Ente Tabacchi Italiani S.p.A. (di seguito ETI) è la società risultante dalla trasformazione dell'ente pubblico economico Ente Tabacchi Italiani, istituito dal Decreto Legislativo 9 luglio 1998, n. 283 ai fini dello svolgimento "delle attività produttive e commerciali già riservate o comunque attribuite all'Amministrazione autonoma dei monopoli di Stato, con l'esclusione delle attività inerenti al lotto e alle lotterie (articolo 1)". L'operatività di ETI, in veste di ente pubblico economico, è iniziata il 1° marzo 1999, mentre la sua trasformazione in società, prevista dal citato Decreto Legislativo n. 283/98, è avvenuta nel giugno 2000. Il capitale sociale di ETI è interamente detenuto dal Ministero dell'Economia e delle Finanze.

Di recente, ETI ha subito un processo di ristrutturazione che ha comportato la dismissione delle attività non strategiche, a seguito del quale esso opera prevalentemente come produttore di derivati del tabacco e, attraverso la propria controllata ETINERA S.p.A., come distributore di tali prodotti. La gamma di marche di sigarette di ETI comprende *MS, Sax, Lido, Linda, Nazionali, Eura, Stop, Futura ed Alfa*.

Il fatturato di ETI, realizzato quasi esclusivamente nella Unione Europea, nel 2002 è stato di circa 677 milioni di euro.

II. DESCRIZIONE DELL'OPERAZIONE

3. L'operazione in esame consiste nell'acquisizione, da parte di BAT del capitale sociale di ETI. La concentrazione trae origine dalla gara indetta dal Ministero dell'Economia e delle Finanze nell'ambito del processo di privatizzazione delle proprie attività nel settore del tabacco. Tale gara è stata aggiudicata in data 16 luglio 2003 alla società BAT, migliore offerente.

4. Detta società ha partecipato alla gara attraverso una società veicolo, Britannica Italiana Tabacchi S.p.A., costituita *ad hoc*, insieme a due partner commerciali italiani, Axiter S.p.A. (di seguito Axiter) e FB Group S.r.l. (di seguito FB).

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

Il capitale sociale di Britannica Italiana Tabacchi S.p.A. è detenuto per il [omissis] da [omissis] e per il restante [omissis] da [omissis]. A sua volta, il capitale sociale di [omissis] è detenuto per [omissis] da [omissis] per il [omissis] da [omissis] e, per il [omissis] da [omissis].

All'esito dell'operazione, BAT andrà a detenere il controllo esclusivo di ETI. [omissis].

III. QUALIFICAZIONE DELL'OPERAZIONE

5. L'operazione, in quanto comporta l'acquisizione del controllo esclusivo di un'impresa, costituisce una concentrazione ai sensi dell'articolo 3 del Regolamento CEE n. 4064/89 e rientra nell'ambito di applicazione di detto Regolamento, in quanto soddisfa le condizioni previste dall'articolo 1 del medesimo. Sulla base della decisione di rinvio adottata in data 23 ottobre 2003 dalla Commissione, ai sensi dell'articolo 9, paragrafo 3, lettera b), del Regolamento CEE n. 4064/89, come modificato dal Regolamento CE n. 1310/97, alla concentrazione risulta applicabile la legge n. 287/90 relativamente agli effetti della stessa sui mercati italiani delle sigarette, dei sigari e del tabacco.

IV. I MERCATI RILEVANTI

6. L'operazione notificata riguarda il settore dei prodotti derivati del tabacco che comprende, tra gli altri, i mercati della produzione e commercializzazione, di tali prodotti.

Più in particolare, i mercati nei quali operano l'acquirente e l'acquisita sono quelli della produzione e commercializzazione di: i) sigarette; ii) sigari; iii) tabacco da fumo per pipa e iv) tabacco per il cosiddetto RYO (roll-your-own).

7. Dal punto di vista geografico, la dimensione di ciascuno dei suddetti mercati deve intendersi come nazionale, sia per le preferenze dei fumatori italiani, che non coincidono con quelle dei fumatori di altri paesi, sia per la diversa imposizione fiscale adottata dai vari Stati membri dell'Unione Europea, sia, infine, per la struttura della distribuzione, organizzata su base nazionale.

8. Ne consegue che, ai fini della valutazione della presente operazione, i mercati interessati sono il mercato italiano delle sigarette prodotte in Italia o in altri Stati membri dell'Unione Europea e destinate ad essere distribuite e vendute nel territorio italiano (di seguito, il mercato italiano delle sigarette), i mercati, del pari nazionali, della produzione e commercializzazione degli altri tipi di prodotti derivati del tabacco sopra elencati.

i) Il mercato italiano delle sigarette

9. Tra l'insieme dei prodotti derivati dal tabacco, le sigarette sono, in Italia, quello di gran lunga più rilevante, rappresentando circa il [95%-99%] delle vendite del settore.

Sebbene il prodotto "sigaretta" venga generalmente suddiviso in base alle diverse fasce di prezzo (basso prezzo, prezzo medio e *premium*), tale suddivisione, tuttavia, non ha sinora condotto alla definizione di mercati rilevanti separati².

Grado di concentrazione del mercato

10. Come mostrato nelle tabelle 1 e 2, nelle quali vengono indicate le quote delle imprese in volume, il mercato in esame è caratterizzato da una significativa concentrazione dell'offerta, con le prime due imprese, Philip Morris (di seguito anche PM) ed ETI che detengono una quota di circa [80-85%].

11. La maggior parte dei prodotti di PM è collocata nella fascia di prezzo più elevata (*premium*), e rappresenta oltre il [90-95%] del totale delle vendite complessive dei prodotti che rientrano in tale fascia. ETI è presente, invece, con la quasi totalità dei propri prodotti nella fascia bassa di prezzo, realizzando circa il [45-50%] delle vendite complessive dei prodotti di tale fascia. BAT, che ha in passato venduto essenzialmente prodotti di fascia alta, all'inizio del 2003 ha riposizionato uno dei propri prodotti, la marca *Pall Mall*, nella fascia bassa, conseguendo oltre [10-15%] delle vendite dei prodotti che rientrano in tale fascia (considerando i dati in volume).

Tabella 1 – Quote di mercato in volume per fascia di prezzo e nel complesso del mercato

Periodo gennaio - giugno 2003				
Imprese	Fascia bassa	Fascia media	Premium	Totale

² [Cfr. M1415-BAT/Rothmans; COMP/M.1735-Seita/Tabacalera; M.2779-Imperial Tobacco/Reemtsma; Prov. dell'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato n. 11795 del 13 marzo 2003, pubblicato sul Bollettino n. 11/2003.]

<i>Peso dei prodotti delle diverse fasce di prezzo</i>	[50-55%]	[5-10%]	[40-45%]	100
Philip Morris	[25-30%]	[20-25%]	[90-95%]	[55-60%]
ETI	[50-55%]	[1-5%]	0	[25-30%]
BAT	[10-15%]	[1-5%]	[5-10%]	[5-10%]
Japan Tobacco	[0,1-2%]	[65-70%]	[0,1-2%]	[5-10%]
Gallaher	[5-10%]	[0,1-2%]	[0,1-2%]	[1-5%]
Altadis	[1-5%]	[5-10%]	[0,1-2%]	[1-5%]
Imperial	[0,1-2%]	0	[0,1-2%]	[0,1-2%]
Reemtsma	[0,1-2%]	0	[0,1-2%]	[0,1-2%]
Altri	[0,01-0,5%]	0	0	[0,01-0,5%]
Mercato totale	100,00	100,00	100,00	100,00

Fonte: elaborazione interna su dati ETINERA - I° semestre 2003

Tabella 2 – Quote di mercato in valore per fascia di prezzo e nel complesso del mercato

Imprese	Periodo gennaio - giugno 2003			
	Fascia bassa	Fascia media	Premium	Totale
<i>Peso dei prodotti delle diverse fasce di prezzo</i>	[40-45%]	[5-10%]	[45-50%]	100
Philip Morris	[30-35%]	[20-25%]	[90-95%]	[60-65%]
ETI	[50-55%]	[1-5%]	0	[20-25%]
BAT	[10-15%]	[1-5%]	[5-10%]	[5-10%]
Japan Tobacco	[0,1-2%]	[65-70%]	[0,1-2%]	[5-10%]
Gallaher	[1-5%]	[0,1-2%]	[0,1-2%]	[1-5%]
Altadis	[1-5%]	[5-10%]	[0,1-2%]	[1-5%]
Imperial	[0,5-2%]	0,0000	[0,1-2%]	[0,1-2%]
Reemtsma	[0,1-2%]	0,0000	[0,1-2%]	[0,1-2%]
Altri	[0,1-2%]	0,0000	[0,01-0,5%]	[0,01-0,5%]
Mercato totale	100,00	100,00	100,00	100,00

Fonte: elaborazione interna su dati ETINERA - I° semestre 2003

12. La riduzione di prezzo effettuata da BAT rientra nell'ambito di una serie di riposizionamenti verso il basso che hanno avuto inizio con la riduzione, da parte della Reynolds (oggi Japan Tobacco), nel 1998, del prezzo (in misura equivalente a 0,50 euro) della sua marca principale, *Camel*, che fino ad allora rientrava nella categoria *premium*, a cui ha fatto seguito la menzionata azione di riduzione di prezzo da parte di BAT. Nel 2001 e nel 2002, inoltre, imprese straniere detentrici di quote residuali del mercato hanno collocato alcuni loro prodotti nella fascia bassa di prezzo, tradizionalmente di "dominio esclusivo" delle sigarette nazionali (MS ed altre marche di proprietà di ETI, nonché sigarette *Diana*, che, fino al 2001, erano non soltanto prodotte, ma anche commercializzate da ETI su licenza di PM).

13. Le suddette riduzioni di prezzo hanno contribuito, come illustrato nella tabella che segue, a determinare, tra il 2000 ed il 2003, la riduzione, di circa il [5-10%] in volume, delle quote di mercato detenute sia da ETI che da PM.

Tabella 3 – Confronto quote di mercato (2000-2003)

Volume	Valore
--------	--------

	2000	2003 (genn. -giu.)	2000	2003 (genn. -giu.)
Philip Morris	[60-65%]	[50-55%]	[65-70%]	[60-65%]
ETI	[25-30%]	[25-30%]	[20-25%]	[20-25%]
BAT	[1-5%]	[5-10%]	[5-10%]	[5-10%]
Japan Tabacco	[1-5%]	[5-10%]	[1-5%]	[5-10%]
Gallaher	[0,1-2%]	[1-5%]	[0,1-2%]	[1-5%]
Altadis	[0,1-2%]	[1-5%]	[0,1-2%]	[1-5%]
Imperial	[0,01-0,5%]	[0,1-2%]	[0,01-0,5%]	[0,1-2%]
Reemtsma	[0,1-2%]	[0,1-2%]	[0,1-2%]	[0,1-2%]
Altri	[0,01-0,5%]	[0,01-0,5%]	[0,01-0,5%]	[0,01-0,5%]

Fonte: elaborazione interna su dati ETINERA

14. A seguito delle suddette riduzioni di prezzo, si è assistito, tuttavia, nei primi mesi del 2003, ad aumenti omogenei dei prezzi (venti centesimi a pacchetto) da parte degli operatori, nonché, da ultimo, nel mese di ottobre 2003, ad un ulteriore aumento di trenta centesimi, da parte della sola BAT, del prezzo delle *Pall Mall*.

15. Il mercato italiano delle sigarette presenta, peraltro, un significativo grado di saturazione, in considerazione del fatto che in esso già operano tutte le principali imprese del settore. Pertanto, modifiche strutturali del mercato possono al più dipendere da iniziative delle imprese già presenti, consistenti nel lancio di nuove marche o nel riposizionamento di quelle esistenti.

L'entrata di operatori minori può risultare, infine, scoraggiata dal divieto di pubblicità stabilito dalla legislazione vigente.

Trasparenza del mercato

16. Il mercato è caratterizzato da una forte trasparenza in quanto i prezzi di vendita delle singole marche di sigarette sono pubblicati sulla Gazzetta Ufficiale.

I rapporti contrattuali tra ETI e PM

17. Rilevanti rapporti contrattuali, riguardanti sia la distribuzione sia la produzione, intercorrono tra i due principali operatori del mercato italiano delle sigarette, PM ed ETI.

Infatti, come più diffusamente descritto in seguito, tutti i produttori di sigarette, distribuiscono il proprio prodotto tramite ETINERA, controllata da ETI. In tale contesto incide particolarmente la domanda di PM che genera circa i [omissis] del fatturato complessivo di ETINERA³.

18. Quanto alla produzione, il contratto attualmente in vigore prevede che ETI produca per conto di PM, sino al [omissis], di [omissis] chilogrammi di sigarette all'anno, da vendere in Italia con i marchi *Marlboro* e *Diana*, di proprietà di PM⁴. Tale quantitativo rappresenta circa il [omissis] della vendita totale in Italia di PM (il rimanente viene importato dall'estero da parte di tale società) ed incide per circa il [omissis] sulla produzione totale di ETI in volume.

19. Il suddetto contratto di fabbricazione per conto sostituisce precedenti contratti di licenza in base ai quali ETI e, prima ancora, l'Amministrazione Autonoma dei Monopoli di Stato produceva e vendeva sigarette con marchi di proprietà di PM. Tali contratti di licenza, unitamente alle iniziative intercorse per il loro rinnovo e la loro attuazione, sono stati la base per un'ampia concertazione tra AAMS/ETI e PM, nel periodo 1993-2001, avente come oggetto ed effetto la convergenza delle loro strategie commerciali⁵. In particolare, PM e AAMS/ETI hanno applicato aumenti di prezzo contestuali ed omogenei, riuscendo a mantenere la loro quota congiunta di mercato al di sopra del 90%, anche attraverso azioni volte a limitare iniziative concorrenziali degli altri operatori.

³ [PM ha notificato alla Commissione il contratto di distribuzione stipulato con ETINERA in data 14 novembre 2002, caso IV/38571.]

⁴ [Si tratta del contratto notificato alla Commissione in data 31 luglio 2002, caso COMP/38486.]

⁵ [Provvedimento n. 11795 del 13 marzo 2003, pubblicato sul Bollettino dell'Autorità n. 11/2003.]

ii) Il mercato italiano dei sigari

20. Il mercato italiano dei sigari rappresenta circa [1%-3%] del settore dei prodotti derivati dal tabacco.

I sigari vengono generalmente suddivisi in gamme di prodotti appartenenti ad una stessa marca, come dimostra il caso del sigaro *Toscano* che include, oltre al *Toscano*, il *Toscano Originale*, il *Toscano Antica Riserva*, ecc. Tale prassi sembra derivare dall'alto rischio di introdurre nuove denominazioni, dato il particolare valore che in questo mercato assume la notorietà della marca.

21. Analogamente a quanto osservato nel mercato delle sigarette, anche in questo caso il prodotto viene suddiviso in diverse fasce di prezzo (fascia alta, fascia media, fascia bassa e fascia extra-bassa), ciascuna delle quali potrebbe individuare un mercato distinto.

22. Nel mercato italiano dei sigari nel suo complesso ETI è attualmente il principale operatore, con una quota di circa il [35%-40%] in volume, mentre BAT detiene circa il [5%-10%]. A seguito dell'operazione, pertanto, le parti deterranno una quota complessiva di circa il [40%-45%], a fronte di concorrenti quali Danneman, STK e Agio con quote, rispettivamente, del [20%-25%], [10%-15%] e [10-15%]. Considerando le quote in valore, si osserva che quella di ETI è pari al [60%-65%], mentre quella di BAT è di circa il [1%-5%].

23. Si osserva, infine, che BAT detiene una quota (non di controllo) pari al [omissis] delle azioni di STK (presente in Italia con il marchio *Wintermanns*) e di cui BAT Italia è agente di vendita in.

iii) Il mercato italiano del tabacco da fumo (ossia, per pipa e per RYO)

24. Due diversi tipi di tabacco da fumo vengono utilizzati in Italia dai fumatori di pipa e dai fumatori che scelgono di "rollare" da sé le sigarette (*roll your own* o *ryo*). Sebbene essi presentino diverse caratteristiche, principalmente per il modo in cui vengono trattati, essendo il tabacco da RYO più fine di quello da pipa, tuttavia, non si può al momento escludere che tali prodotti rientrino in un unico mercato rilevante.

25. Considerando l'ipotesi di un unico mercato, che rappresenta non più dello [0,2%-0,9%] del volume e dei ricavi che derivano dalla vendita di prodotti derivati dal tabacco in Italia, la quota congiunta delle imprese parti della concentrazione sarebbe del [30%-35%] a fronte di una quota dell'impresa leader, Imperial Tobacco, pari al [40%-45%].

26. Considerando separatamente i due prodotti nella vendita del tabacco da pipa la quota del primo operatore, Imperial Tobacco, è di circa il [25%-30%], a cui seguono ETI e BAT, con quote, rispettivamente del [25%-30%] e del [15%-20%]. Sono, inoltre, presenti numerosi altri concorrenti, con quote che variano dal [10%-15%] circa di Orlik al [1%-5%] di Altadis.

Nella vendita del tabacco per RYO, Imperial Tobacco detiene il [50%-55%], seguito da BAT con il [25%-30%] circa e da Gallaher con il [10%-15%]; ETI detiene [1%-5%].

V. L'ATTIVITÀ DI DISTRIBUZIONE ALL'INGROSSO SVOLTA DA ETINERA

27. ETI svolge, in monopolio, tramite la propria controllata ETINERA, l'attività di distribuzione all'ingrosso dei prodotti derivati del tabacco, offrendo servizi relativi alla logistica, amministrazione e gestione di dati connessi allo scarico, all'immagazzinamento e alla rivendita dei prodotti presso i depositi fiscali territoriali e/o depositi fiscali locali⁶. I depositi territoriali, tra l'altro, ricevono le sigarette prodotte dalle manifatture nazionali o importate, le custodiscono, effettuano la riscossione delle imposte curandone il versamento in Tesoreria e trasferiscono il prodotto ai depositi fiscali locali presso i quali si approvvigionano i rivenditori al dettaglio⁷.

28. I gestori di rivendite di tabacchi, circa 54.000, operanti su concessioni rilasciate dall'Amministrazione Autonoma dei Monopoli di Stato (di seguito AAMS), prelevano il prodotto dal deposito fiscale locale. La vendita al dettaglio è effettuata, altresì, da oltre 15.000 titolari di "patentini", i quali si riforniscono presso determinate rivendite di tabacchi.

VI. LA NORMATIVA RIGUARDANTE LA DETERMINAZIONE DEI PREZZI

29. L'articolo 2, comma 1, della legge n. 825/65 stabilisce che il produttore di sigarette o di altri prodotti derivati del tabacco, il quale intenda immettere un nuovo prodotto sul mercato o variare il prezzo di vendita di un prodotto

⁶ [La presenza della sola ETINERA nel mercato della distribuzione dà luogo ad una situazione di monopolio di fatto, essendo stato abolito nel 1975 il monopolio legale nella distribuzione all'ingrosso dei tabacchi lavorati. Attualmente, è del tutto marginale la presenza di altri due operatori che distribuiscono taluni prodotti – diversi dalle sigarette - di limitata diffusione.]

⁷ [I 16 depositi territoriali di generi di monopolio sono gestiti direttamente da ETINERA; i circa 500 depositi fiscali locali sono gestiti da privati in base a contratti di appalto stipulati con ETINERA.]

preesistente formuli una richiesta all'AAMS ai fini dell'inserimento del prodotto in una *tariffa di vendita*. Tale tariffa, come stabilito dall'articolo 1 della stessa legge, esprime il totale dei vari elementi nei quali il prezzo di vendita al pubblico può essere scomposto: ricavo del produttore, imposta di consumo, IVA, aggio del rivenditore al dettaglio⁸. Secondo quanto precisato dal medesimo articolo 2, comma 1, *“i prezzi di vendita al pubblico e le relative variazioni sono stabiliti in conformità a quelli richiesti dai fabbricanti e dagli importatori”*⁹.

30. Nel corso del tempo, sono intervenute diverse disposizioni legislative di carattere temporaneo, che, nell'indicare determinati obiettivi di aumento del gettito erariale derivante dalla vendita dei prodotti del tabacco, hanno fatto riferimento non soltanto a modifiche dell'imposta di consumo, ma anche, in diverse maniere, a *variazioni delle tariffe*.

In tal senso, da ultimo, è l'articolo 39, comma 4, del Decreto Legge 30 settembre 2003, n. 269, che ha modificato il testo dell'articolo 21, comma 8, della legge 27 dicembre 2002, n. 289 (legge finanziaria per il 2003), spostando, dal 30 aprile 2003 al 31 dicembre 2003, il termine entro cui *“il Ministro dell'economia e delle finanze può disporre con propri decreti (...) l'aumento dell'aliquota di base dell'imposta di consumo sulle sigarette”*; il Ministro può adottare tali decreti *“tenuto anche conto dei provvedimenti di variazione delle tariffe dei prezzi di vendita al pubblico dei tabacchi lavorati, eventualmente intervenuti ai sensi dell'articolo 2 della legge 13 luglio 1965, n. 825, e successive modificazioni”*, in modo da *“assicurare maggiori entrate in misura non inferiore a 435 milioni di euro a decorrere dall'anno 2003”* (comma 9 dello stesso articolo 21).

31. Lo stesso articolo 39, comma 4, del Decreto Legge n. 269/03, inoltre, ha modificato il sopra menzionato articolo 2, comma 1, della legge n. 825/65 riguardante le richieste di variazione degli inserimenti nelle *tariffe di vendita*, stabilendo che le richieste siano *“corredate, in relazione ai volumi di vendita di ciascun prodotto, da una scheda rappresentativa degli effetti economico-finanziari conseguenti alla variazione proposta”*.

L'articolo 39, comma 4, del decreto Legge n. 269/2003 stabilisce, altresì, che la nuova formulazione dell'articolo 2, comma 1, della legge n. 825/65 *“trova applicazione anche nei riguardi delle richieste formulate anteriormente alla data di entrata in vigore del presente decreto e per le quali, fino alla medesima data, non è stato ancora pubblicato nella Gazzetta Ufficiale il relativo provvedimento di accoglimento; in relazione a tali richieste, il termine per conclusione del procedimento di valutazione, da parte dell'Amministrazione autonoma dei monopoli di Stato, riprende a decorrere per intero dalla data in cui perviene alla predetta Amministrazione, per ciascuna richiesta, la scheda”*.

VII. VALUTAZIONE DELLA CONCENTRAZIONE

a) Gli effetti dell'operazione sul mercato delle sigarette

32. Attualmente, il mercato italiano delle sigarette risulta altamente concentrato e caratterizzato dalla presenza della quasi totalità delle imprese del settore operanti a livello internazionale (tab. 1 e 2). A ciò si aggiungono un elevato grado di trasparenza delle principali azioni competitive dei concorrenti, essendo i prezzi dei prodotti pubblicati sulla Gazzetta Ufficiale, nonché la presenza di legami economici e giuridici tra le imprese.

Infine, nel mercato rilevante, l'Autorità ha riscontrato che nel periodo 1993-2001 i due principali operatori hanno posto in essere comportamenti collusivi¹⁰.

In tale contesto, tuttavia, si è assistito, di recente ad una certa dinamicità del mercato dovuta, principalmente, ad un'azione particolarmente aggressiva da parte di BAT che, a seguito della riduzione di prezzo di una delle sue principali

⁸ [I tempi massimi di svolgimento dei procedimenti di variazione tariffaria sono stabiliti dal D.M. 10 dicembre 1994, n. 678, modificato dal D.M. 5 giugno 1997, n. 168, secondo cui entro 90 giorni dalla presentazione della richiesta deve essere pubblicato nella Gazzetta Ufficiale il decreto del Direttore generale di AAMS.]

⁹ [Il testo dell'art. 2, comma 1, della legge n. 825/65 è stato modificato in tal senso dall'art. 27 del decreto-legge 30 agosto 1993, n. 331, convertito nella legge 29 ottobre 1993, n. 427, a seguito della sentenza della Corte di Giustizia delle Comunità Europee del 28 aprile 1993, causa C-306/91, Commissione/Repubblica Italiana.

La Corte, nella richiamata sentenza, accertò che la Repubblica italiana era venuta meno agli obblighi ad essa incombenti ai sensi dell'art. 5, comma 1, della direttiva 72/464/CEE, secondo cui *“I fabbricanti e gli importatori determinano liberamente i prezzi massimi di vendita al minuto di ciascuno dei loro prodotti”*, in quanto aveva mantenuto in vigore una normativa che non prevedeva espressamente e non implicava chiaramente l'obbligo per l'autorità amministrativa di rispettare il principio della libera determinazione dei prezzi massimi da parte dei fabbricanti e degli importatori (l'art. 2, comma 1, della legge n. 825/65, nella sua versione originaria, prevedeva infatti che: *“L'inserimento di ciascun prodotto soggetto a monopolio fiscale nelle tariffe [di vendita al pubblico] [...] e le sue variazioni sono effettuate con decreto del Ministro per le finanze, in relazione ai prezzi richiesti dai fornitori per i generi importati [...]”*).

¹⁰ [Cfr. Provvedimento n. 11795 del 13 marzo 2003, cit.]

marche, ha aumentato la sua quota di mercato da circa il 5% ad oltre l'8% in volume determinando una significativa erosione (circa il 5%) di ciascuna delle quote di PM e di ETI.

33. Come illustrato nella tabella 4 che segue, con l'operazione notificata il mercato aumenterà l'attuale, già elevato, grado di concentrazione di circa l'11%, calcolando le quote in volume, e di circa l'8% calcolando le quote in valore. In tale contesto, l'impresa risultante dall'operazione deterrà una quota, in volume, di circa il [30-35%] da cui deriva una quota congiunta dei primi due operatori (ETI/BAT e PM) di oltre [80-85%] (tab. 1).

Tabella 4. – Indice di concentrazione (Hirschman-Herfindahl)

Mercato italiano delle sigarette	HHI (volume)	HHI (valore)
Prima della concentrazione	[3.600-3.800]	[4.200-4.400]
Dopo la concentrazione	[4.200-4.400]	[4.500-4.700]
Variazione percentuale HHI	+11%	+ 7,8%

34. Ne deriva una situazione di oligopolio in un mercato già saturo, nel quale, per le caratteristiche sopra indicate, i due principali operatori avranno la possibilità di conoscere in modo sufficientemente preciso ed immediato l'evoluzione del reciproco comportamento nel mercato, nonché di adottare una linea comune di azione. Ciò che rileva rispetto al contesto di mercato precedente all'operazione è la circostanza che il secondo operatore dell'oligopolio è costituito, a seguito dell'operazione, proprio dall'impresa che in precedenza rappresentava il principale elemento di dinamicità del mercato. Tale impresa, tuttavia, non avrà più, rispetto al passato, i medesimi incentivi ad intraprendere azioni concorrenziali, in quanto un'azione fortemente aggressiva da parte sua determinerebbe, con elevata probabilità, una reazione identica da parte di PM. L'accresciuta dimensione di BAT, conseguente alla realizzazione dell'operazione, renderebbe, infatti, particolarmente temibile per PM, qualsiasi manovra di prezzo idonea ad accrescere ulteriormente la quota di mercato di BAT stessa. Il nuovo operatore, dal canto suo potrà reagire ad eventuali azioni concorrenziali da parte di PM più facilmente di quanto avrebbe potuto fare, in passato, la sola ETI che disponeva di un più limitato portafoglio prodotti.

Nel caso di specie, inoltre, sussistono reciproci condizionamenti derivanti da importanti legami contrattuali tra i due principali operatori per quanto riguarda sia la produzione che la distribuzione.

35. Si ricorda, in particolare, che la produzione per conto di PM rappresenta circa il [omissis] delle vendite di tale impresa in Italia e il [omissis] circa della produzione totale di ETI. Nella distribuzione il principale cliente di ETI è PM, secondo un contratto che scadrà nel [omissis], (la cui domanda genera circa i [omissis] del fatturato complessivo di Etìnera) la quale, a sua volta, come tutti gli altri produttori, dipende, nell'attività di distribuzione del proprio prodotto in Italia, esclusivamente da ETI. Può ipotizzarsi, pertanto, una significativa dipendenza reciproca tra i due principali operatori del mercato che può favorire l'azione di comportamenti non concorrenziali.

36. Si aggiunga, inoltre, la circostanza che BAT/ETI è il principale operatore all'interno del segmento di prezzo basso e PM è il principale operatore di quello cd. *premium*. Ciò potrebbe contribuire al raggiungimento di un equilibrio collusivo in cui ciascuna delle due imprese perderebbe ogni incentivo ad effettuare "aggressive" riduzioni di prezzo al fine di mantenere stabili gli attuali posizionamenti dei prodotti nell'ambito delle diverse fasce di prezzo.

37. Analoghe considerazioni, relative alla dipendenza nei confronti di ETI quale monopolista nella distribuzione e, al contempo, anche produttore di sigarette, possono essere svolte con riferimento agli operatori minori presenti sul mercato. Ne consegue che, a seguito del rafforzamento del monopolio della distribuzione – tramite una più alta quota nel mercato a monte, a seguito dell'operazione di concentrazione – la posizione dominante collettiva tra BAT/ETI e PM risulta ancor più evidente, ostacolando le eventuali iniziative competitive degli operatori minori.

Peraltro, il produttore BAT/ETI, essendo altresì monopolista della distribuzione, appare in grado di venire in possesso, prima di altri operatori, di dati relativi alle vendite, utili per anticipare le strategie dei concorrenti.

38. In tale contesto, la presenza degli operatori minori che rappresentano, complessivamente, solo il [5-10%] circa del mercato, non sembra comunque in grado di condizionare significativamente l'azione sul mercato dei due principali operatori.

39. Sulla base delle precedenti considerazioni, l'operazione in esame sembra presentare, allo stato, indizi della costituzione di una posizione dominante collettiva tra PM e l'impresa risultante dalla concentrazione tra BAT ed ETI.

b) Gli effetti dell'operazione negli altri mercati dei prodotti derivati dal tabacco

40. A seguito dell'operazione BAT, che detiene sul mercato italiano dei sigari una quota di mercato di circa il [5-10%] in volume, acquisirà ETI, il principale operatore, con una quota di circa il [35-40%] in volume. La quota congiunta delle parti, pari al [40-45%], sarà sensibilmente superiore a quella dei concorrenti quali Danneman, STK e Agio con quote, rispettivamente, del [20%-25%], [10%-15%] e [10%-15%]. Considerando le quote in valore, si osserva che quella di ETI è pari al [60%-65%], mentre quella di BAT è di circa il [1%-5%].

41. Nel mercato italiano del tabacco (da pipa e per RYO) la quota congiunta delle imprese parti della concentrazione è del [30%-35%], a fronte di una quota del [40%-45%] detenuta dal principale operatore, Imperial Tobacco.

Ove si considerasse il solo tabacco da pipa, la quota di BAT/ETI sarebbe circa il [40%-45%], mentre Imperial Tobacco deterrebbe circa il [25%-30%] a cui seguirebbero numerosi altri concorrenti, con quote che variano dal [10%-15%] circa di Orlik al [1%-5%] di Altadis.

Per quanto riguarda il solo tabacco per RYO, BAT/ETI deterrebbe circa il [25%-30%], Imperial Tobacco il [50%-55%].

Tra gli altri concorrenti, Gallaher detiene il [10%-15%] delle vendite.

42. Considerate le quote di mercato sopra riportate, non possono escludersi effetti restrittivi della concorrenza, come conseguenza dell'operazione di concentrazione, anche nei mercati dei sigari e del tabacco, tenuto anche conto del monopolio di fatto detenuto da ETI nel mercato della distribuzione dei prodotti di tabacco.

RITENUTO, pertanto, che l'operazione di concentrazione consistente nell'acquisizione del controllo esclusivo di ETI da parte di BAT potrebbe dar luogo alla costituzione di una posizione dominante sui suddetti mercati, in modo da ridurre in modo sostanziale e durevole la concorrenza;

DELIBERA

a) l'avvio dell'istruttoria, ai sensi dell'articolo 16, comma 4, della legge n. 287/90, nei confronti delle società British American Tobacco plc e Ente Tabacchi Italiani S.p.A.;

b) la fissazione del termine di giorni dieci, decorrente dalla data di notificazione del presente provvedimento, per l'esercizio da parte dei legali rappresentanti delle parti del diritto di essere sentiti, ai sensi dell'articolo 14, comma 1, della legge n. 287/90, precisando che la richiesta di audizione dovrà pervenire alla Direzione Generale Istruttoria, Direzione Settoriale "B", di questa Autorità almeno tre giorni prima della scadenza del termine sopra indicato;

c) che il responsabile del procedimento è il dott. Andrea Venanzetti;

d) che gli atti del procedimento possono essere presi in visione presso la Direzione Generale Istruttoria, Direzione "B", di questa Autorità dai rappresentanti legali delle parti, nonché dai soggetti aventi un interesse giuridicamente rilevante o da persona da essi delegata;

e) che il procedimento deve concludersi entro quarantacinque giorni decorrenti dalla data di delibera del presente provvedimento.

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

IL SEGRETARIO GENERALE
Rita Ciccone

IL PRESIDENTE
Giuseppe Tesauro