

## **C12228 - AUTOTORINO/AUTOSTAR**

*Provvedimento n. 27668*

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 30 aprile 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;

VISTO l'atto della società Autotorino S.p.A., pervenuto in data 11 aprile 2019;

CONSIDERATO quanto segue:

### **I. LE PARTI**

1. Autotorino S.p.A. (di seguito, Autotorino) è una società attiva nella distribuzione al dettaglio di autoveicoli, di veicoli commerciali, di ricambi per autoveicoli, nella fornitura di assistenza post-vendita nelle province di Milano, Varese, Pavia, Sondrio, Verbania, Bergamo, Lecco, Como, Novara, Vercelli, Cremona, Parma e Modena, nonché nella vendita di motocicli nella provincia di Cremona.

Autotorino è controllata da Venini Holding S.r.l. (di seguito, Vanini Holding), a sua volta controllata da una persona fisica. Secondo quanto comunicato, nel 2018 Autotorino ha realizzato un fatturato di circa [700-1.000]\* milioni di euro per vendite in Italia.

2. Autostar S.p.A. (di seguito, Autostar) è una società attiva nella distribuzione al dettaglio di autoveicoli per passeggeri, nella vendita di pezzi di ricambi per autoveicoli e nella fornitura di assistenza post-vendita nelle province di Belluno, Pordenone, Treviso, Trieste, Udine e Venezia, nonché nella distribuzione al dettaglio di veicoli commerciali nelle province di Pordenone, Trieste, Udine e Venezia e nella distribuzione al dettaglio di motociclette di cilindrata superiore ai 400 cc. nelle province di Pordenone, Treviso, Trieste e Udine.

Il capitale sociale di Autostar è detenuto dalla Vittorio Investimenti S.r.l., a sua volta controllata da una persona fisica. Secondo quanto comunicato, nel 2018 Autostar ha realizzato un fatturato di circa [100-498] milioni di euro, di cui circa [100-498] milioni di euro per vendite in Italia e la parte rimanente per vendite nell'Unione Europea.

### **II. DESCRIZIONE DELL'OPERAZIONE**

3. L'operazione comunicata prevede la fusione per incorporazione della Autostar nella Autotorino.

### **III. QUALIFICAZIONE DELL'OPERAZIONE**

5. L'operazione comunicata, in quanto comporta la fusione per incorporazione della Autostar nella Autotorino, costituisce una concentrazione ai sensi dell'articolo 5, comma 1, lettera a), 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, così come modificato dall'articolo 1, comma 177, della legge 4 agosto 2017, n.124, in quanto il fatturato totale realizzato nell'ultimo esercizio a livello nazionale dall'insieme delle imprese interessate è stato superiore a 498 milioni di euro e il fatturato realizzato individualmente a livello nazionale da almeno due delle imprese interessate è stato superiore a 30 milioni di euro.

### **IV. VALUTAZIONE DELLA CONCENTRAZIONE**

#### ***Il mercato del prodotto***

7. Dal punto di vista merceologico, i settori interessati dall'operazione in esame sono quelli in cui opera la società oggetto di acquisizione, ossia quelli: *i)* della distribuzione al dettaglio di autoveicoli per passeggeri e di veicoli commerciali; *ii)* della distribuzione al dettaglio di ricambistica per autoveicoli per passeggeri e per veicoli commerciali; *iii)* dei servizi di assistenza post vendita; *iv)* della distribuzione al dettaglio di motociclette<sup>1</sup>.

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

<sup>1</sup> [Cfr., tra gli altri, provv. n. 27594 del 12 marzo 2019, C12219-Eurocar/Saottini Auto; provv. n. 27458 del 12 dicembre 2018, C12203 - Eurocar/Dorigoni; provv. n. 26906 del 13 dicembre 2017, C12137-Pag Italy/Ramo di azienda di Staremilia; provv. n. 12083-Autotorino/Rami d'azienda di varie società controllate da TT Holding; provv. n. 22264 del 30 marzo 2011, C10979-TT Holding/Autostella e provv. n. 20359 del 1° ottobre 2009, C10265 - TT Holding/Camar; cfr. anche Decisione della Commissione del 1 agosto 2018, COMP/M.8963 - Eurocar/Bonaldi e Decisione della Commissione del 10 settembre 2018, COMP/M.9070 - Eurocar/Vicentini.]

8. Il mercato *sub i)* riguarda la distribuzione di autoveicoli e di veicoli commerciali da parte dei concessionari ai consumatori finali. Le case produttrici commercializzano, infatti, le proprie vetture attraverso imprese di distribuzione (società controllate o operatori terzi) le quali, a loro volta, si avvalgono di una rete di concessionari che svolgono attività di vendita alla clientela.

Nell'ambito di tale mercato possono individuarsi diversi segmenti, distinguendo tra autoveicoli e veicoli commerciali in base alle prestazioni, alle dimensioni e al prezzo delle autovetture commercializzate. Tuttavia, frequentemente i concessionari distribuiscono diverse tipologie di prodotto (utilitarie, categoria media, categoria superiore, ecc.) e le differenze sono andate riducendosi negli anni in ragione della tendenza delle case automobilistiche ad offrire sempre più accessori anche per le auto di media e piccola cilindrata. Ai fini della presente operazione, comunque, non appare necessario addivenire a un'esatta delimitazione merceologica del mercato.

9. Riguardo al mercato *sub ii)*, nell'ambito del settore della commercializzazione di parti e accessori, del quale fa parte la ricambistica per autoveicoli per passeggeri e veicoli commerciali, è possibile individuare due tipologie di prodotti, quelli originali e quelli equivalenti (di qualità corrispondente). I pezzi di ricambio originali vengono commercializzati con il marchio della casa automobilistica; la ricambistica equivalente è invece fornita da operatori indipendenti del settore della componentistica, che possono anche rifornire le stesse case automobilistiche.

I prezzi delle parti di ricambio equivalenti presentano un livello significativamente inferiore, che varia anche a seconda della tipologia di ricambio considerato. Inoltre, le diverse tipologie di ricambi per autoveicoli (guarnizioni, pastiglie, ammortizzatori, cinghie, candele, filtri, fanaleria, ecc.) non sono tra loro sostituibili dal lato della domanda finale, che dipende evidentemente dall'intervento di manutenzione o riparazione da effettuare<sup>2</sup>.

Tuttavia, si registra, sempre dal lato della domanda, una significativa sostituibilità tra ricambi originali ed equivalenti (purché di qualità corrispondente), variabile in funzione dell'età e della classe economica di appartenenza del veicolo, nonché del tipo di ricambio. Dal lato dell'offerta, inoltre, i centri di assistenza delle case automobilistiche (generalmente concessionarie e officine autorizzate) possono distribuire al dettaglio ricambi sia originali che equivalenti. Sempre dal lato dell'offerta, infine, gli operatori distribuiscono generalmente un'ampia gamma di parti di ricambio.

10. Quanto al mercato *sub iii)* si tratta di un mercato caratterizzato da un'estrema polverizzazione dell'offerta. Tali servizi, infatti, possono essere offerti da diverse tipologie di operatori, quali: officine e concessionari rivenditori autorizzati; officine indipendenti; stazioni di servizio; centri auto specializzati; servizi rapidi di assistenza (l'attività di assistenza in garanzia viene invece effettuata dagli stessi concessionari delle case automobilistiche ovvero da altri soggetti da queste autorizzati).

10. Relativamente al mercato *sub iv)*, considerato che le concessionarie di Autostar distribuiscono motociclette di cilindrata superiore a 400 cc, coerentemente con l'orientamento dell'Autorità esso può essere individuato nell'attività di distribuzione, da parte dei concessionari ai consumatori finali, di motociclette di grossa cilindrata<sup>3</sup>.

### **Il mercato geografico**

11. Per quel che riguarda la rilevanza geografica, la dimensione dei mercati sopra individuati può ritenersi locale. Tale ipotesi trae fondamento dai comportamenti di acquisto dei consumatori e, in particolare, dall'importanza da questi attribuita alla prossimità dei punti di vendita e assistenza. Nei diversi precedenti relativi ai mercati in questione, l'Autorità ha definito i mercati locali sulla base dei confini amministrativi, individuando mercati aventi dimensione tendenzialmente provinciale. Nel caso di specie, seguendo tale approccio, in considerazione dell'ambito di operatività della società oggetto di acquisizione, possono essere individuati i seguenti mercati geografici rilevanti:

1. della distribuzione al dettaglio di autovetture per passeggeri nelle province di Belluno, Pordenone, Treviso, Trieste, Udine e Venezia,
2. della vendita di pezzi di ricambi per autoveicoli nelle province di Belluno, Pordenone, Treviso, Trieste, Udine e Venezia,
3. della fornitura di assistenza post-vendita nelle province di Belluno, Pordenone, Treviso, Trieste, Udine e Venezia,
4. della distribuzione al dettaglio di veicoli commerciali nelle province di Pordenone, Trieste, Udine e Venezia,
5. della distribuzione al dettaglio di motociclette nelle province di Pordenone, Treviso, Trieste e Udine.

12. In alternativa, è possibile definire gli ambiti locali tenendo conto della dimensione dei bacini di utenza dei singoli punti vendita delle imprese interessate alla concentrazione e della propensione alla mobilità dal lato della domanda.<sup>4</sup> Tuttavia, nel caso di specie non risulta necessario giungere ad una definizione più puntuale dell'area geografica rilevante.

---

<sup>2</sup> [Si segnala inoltre l'esistenza di una variegata gamma di modelli (profondità di gamma) all'interno di una stessa tipologia di ricambio, ognuno dei quali indicato per un determinato autoveicolo o serie di autoveicoli.]

<sup>3</sup> [Cfr., tra gli altri, provv. n. 23968 del 3 ottobre 2012, C11781-BMW Italia/Ramo d'azienda di Carzeta.]

<sup>4</sup> [Cfr. provv. n. 27594, citato.]

### **Effetti dell'operazione**

13. La società Autostar oggetto di acquisizione è attiva, mediante propri concessionari, nelle province di Belluno, Pordenone, Treviso, Trieste, Udine e Venezia, mentre l'acquirente Autotorino è presente nelle province di Milano, Varese, Pavia, Sondrio, Verbania, Bergamo, Lecco, Como, Novara, Vercelli, Cremona, Parma e Modena.

Pertanto, a livello provinciale non si verificano sovrapposizioni tra le quote di mercato delle Parti.

14. Anche considerando ambiti locali diversi dai confini amministrativi, non essendo confinanti le province in cui operano Autostar e Autotorino, l'operazione comunicata non darebbe luogo a sovrapposizioni delle relative quote di mercato.

In virtù di quanto sopra considerato, si ritiene che nei mercati di riferimento l'operazione non avrà effetti pregiudizievoli per la concorrenza, traducendosi nella sostituzione di operatori.

RITENUTO, pertanto, che l'operazione in esame non determina, ai sensi dell'articolo 6, comma 1, della legge n. 287/90, la costituzione o il rafforzamento di una posizione dominante sui 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 *f.f.*  
*Gabriella Muscolo*