

C12447 – POSTE PAY/LIS HOLDING

Provvedimento n. 30157

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 17 maggio 2022;

SENTITA la Relatrice Professoressa Elisabetta Iossa;

VISTO il Reg. (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 Poste Italiane S.p.A. pervenuta in data 21 aprile 2022 e i successivi chiarimenti pervenuti in data 3 maggio 2022;

VISTA la documentazione agli atti;

CONSIDERATO quanto segue:

I. LE PARTI

1. Poste Italiane S.p.A. (di seguito, "Poste") è la società quotata in Borsa *holding* del Gruppo Poste Italiane a sua volta controllata dal Ministero dell'Economia e delle Finanze ("MEF"), il quale detiene direttamente il 29,3% del capitale sociale di Poste e indirettamente un ulteriore 35% attraverso Cassa Depositi e Prestiti. Il Gruppo Poste è attivo, oltre che nel settore postale, anche in altri mercati, tra i quali quello dei servizi finanziari ed assicurativi. Poste è il fornitore del servizio postale universale e svolge, su tutto il territorio nazionale, tutte le fasi delle attività postali (raccolta/accettazione, smistamento, trasporto e distribuzione) relative ai servizi di recapito; in aggiunta, a livello di gruppo, Poste svolge su tutto il territorio nazionale servizi di preparazione (ad esempio, stampa e imbustamento). Essa, inoltre, attraverso la controllata PostePay S.p.A., fornisce *inter alia* servizi di incasso e pagamento, emissione di carte di debito, *merchant acquiring* e di telefonia mobile. Il fatturato realizzato dal Gruppo Poste Italiane in Italia nel 2020 è stato pari a circa 10,5 miliardi di euro¹.

2. Poste Pay S.p.A., società partecipata al 100% da Poste Italiane S.p.A., è stata costituita il 1° ottobre 2018, a conclusione dell'iter autorizzativo che ha trasformato PosteMobile S.p.A. in un Istituto di Moneta Elettronica (IMEL), con l'obiettivo di riunire attività e competenze nell'ambito dei pagamenti e delle telecomunicazioni.

3. LIS Holding S.p.A. (di seguito, "LIS") è una società controllata al 100% da IGT Lottery S.p.A., a sua volta controllata in via esclusiva da IGT Lottery Holdings B.V., con socio unico International Game Technology PLC, a sua volta controllata da De Agostini S.p.A. con una quota di maggioranza assoluta.

LIS Holding S.p.A. detiene il 100% del capitale dell'IMEL LIS Pay S.p.A. (di seguito, "LIS Pay"), società che offre un'ampia gamma di servizi attraverso la gestione di una piattaforma tecnologica che supporta e abilita, presso gli esercenti convenzionati - circa 55.000 punti vendita convenzionati (di cui 33.000 tabaccai) -, principalmente l'erogazione di servizi di incasso e pagamento.

Il fatturato di LIS² interamente realizzato in Italia nel 2020, comprensivo del fatturato della controllata LIS Pay calcolato ai sensi dell'articolo 16, comma 2, della legge n. 287/90, è stato pari a circa [31-100]* milioni di euro.

II. DESCRIZIONE DELL'OPERAZIONE

4. L'operazione comunicata ha ad oggetto l'acquisizione, da parte di Poste tramite Poste Pay, del 100% del capitale azionario di LIS. A tal fine, le Parti hanno sottoscritto in data 25 febbraio 2022 uno *Share Purchase Agreement* che prevede che il perfezionamento dell'operazione è sospensivamente condizionato, tra l'altro, all'ottenimento dell'autorizzazione dell'Autorità.

5. L'accordo prevede inoltre un obbligo di non concorrenza in capo ai venditori, di una durata di tre anni, geograficamente limitato all'Italia.

¹ ["Ricavi netti della gestione ordinaria", Bilancio consolidato 2020, pubblicato sul sito di Poste Italiane www.posteitaliane.it, sezione "Bilanci e relazioni".]

² [Calcolato secondo il metodo 'ordinario', ossia tenendo conto del fatturato derivante dalle vendite della società, al netto degli sconti e/o riduzioni sulle vendite dei prodotti, nonché dell'IVA e delle altre imposte indirette.]

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

III. QUALIFICAZIONE DELL'OPERAZIONE

6. L'operazione comunicata, in quanto comporta l'acquisizione e del controllo di un'impresa, 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 stessa legge (come modificato dall'articolo 1, comma 177, della legge 4 agosto 2017, n. 124, in vigore dal 29 agosto 2017), in quanto il fatturato totale, calcolato ai sensi dell'articolo 16, comma 2, della legge n. 287/90, realizzato nell'ultimo esercizio a livello nazionale dall'insieme delle imprese interessate, è stato superiore a 517 milioni di euro e il fatturato realizzato individualmente, a livello nazionale, da almeno due di esse è superiore a 31 milioni di euro. Inoltre, l'operazione non ha dimensione comunitaria ai sensi dell'articolo 1 del Regolamento UE n. 139/2004 relativo al controllo delle concentrazioni tra imprese, in quanto ciascuna delle Parti realizza più di due terzi del proprio fatturato totale nell'UE all'interno di un unico Stato dell'UE (l'Italia).

7. Il patto di non concorrenza sopra descritto può essere ritenuto direttamente connesso e necessario alla realizzazione dell'operazione di concentrazione in esame, a condizione che sia limitato alla durata di due anni³.

IV. VALUTAZIONI

8. La presente operazione interessa i seguenti ambiti merceologici: i servizi funzionali all'incasso per conto terzi, i servizi di distribuzione di ricariche telefoniche e di distribuzione titoli di viaggio di Trenitalia, nonché i mercati del *retail merchant acquiring* e dell'issuing delle carte di debito.

a) I servizi funzionali all'incasso per conto terzi

9. I servizi funzionali all'incasso di fondi di danaro per conto terzi costituiscono servizi di 'intermediazione' tra soggetti titolari di un credito (enti privati o pubblici) e i relativi debitori che devono effettuare un pagamento per estinguere la propria posizione debitoria nei confronti dei primi. In particolare, gli enti creditori (imprese e Pubblica Amministrazione) si servono di tali servizi per riscuotere e incassare il pagamento di utenze, servizi, tributi, imposte, multe, ecc... Tale attività di intermediazione può comprendere la fornitura di servizi di pagamento, che consentano al debitore di estinguere il debito utilizzando diversi strumenti (su cui, *infra*), ma, potendo il pagamento essere effettuato attraverso l'intermediario anche in contanti, essa più propriamente si incentra sulla funzione di incasso del credito per conto degli enti creditori.

10. I servizi funzionali all'incasso sono svolti da diverse tipologie di intermediari autorizzati (quali operatori bancari, Istituti di Pagamento (IP), IMEL, ovvero Poste). Il relativo settore è caratterizzato da significative dinamiche evolutive, anche in ragione del fatto che la normativa ha consentito un rilevante ampliamento della platea dei possibili *player* e il ricorso crescente a soluzioni digitali innovative per i pagamenti.

11. In particolare, sull'attività di tali intermediari per l'incasso esercita una crescente pressione concorrenziale anche PagoPA S.p.A., che gestisce la piattaforma per i pagamenti sia alla Pubblica Amministrazione sia, più di recente, anche a enti creditori privati (tra cui Enel Energia e Telecom Italia), cui hanno aderito oltre 400 Prestatori di Servizi di Pagamento, tra cui le Parti, nonché altri IMEL e Istituti di Pagamento.

In relazione alla menzionata piattaforma PagoPA, risulta che essa stia assumendo rilevanza sempre maggiore, con tassi di crescita molto elevati. Essa, sulla propria piattaforma, mette sostanzialmente in relazione diretta i tre soggetti che intervengono in questo tipo di servizio: i debitori, i creditori e i Prestatori dei Servizi di Pagamento. In questo senso, da un lato PagoPA non opera con le stesse modalità con le quali agiscono gli intermediari che prestano i servizi di incasso (non interponendosi nell'incasso di un pagamento), quali Poste e LIS. Dall'altro, però, lo sviluppo di PagoPA esercita un'importante pressione concorrenziale sui servizi di intermediazione dell'incasso in quanto rende superfluo l'intervento di un ulteriore intermediario, facilitando il rapporto diretto fra i tre soggetti che sono gli unici indispensabili per la realizzazione del pagamento (debitore, creditore, Prestatori dei Servizi di pagamento).

12. Per svolgere i servizi funzionali all'incasso, gli intermediari e le rispettive piattaforme tecnologiche concludono anche rapporti di convenzionamento con reti di esercenti (bar, tabaccai, edicole, catene della GDO). Tali rapporti sono caratterizzati dall'assenza di esclusive con gli intermediari autorizzati, il che consente a gli esercenti di aderire in contemporanea a più offerte di convenzionamento con diverse piattaforme di incasso. Il debitore – ma talvolta anche (oppure solo) il creditore – che si avvale della rete di esercenti convenzionati con dette piattaforme di intermediazione per effettuare il pagamento dell'importo dovuto, paga una commissione. Tale commissione viene poi suddivisa tra l'intermediario stesso, che ne trattiene una parte per il servizio di intermediazione reso all'ente creditore, e gli esercenti convenzionati (cui l'intermediario corrisponde infatti una *fee* per ogni incasso)⁴.

13. Gli intermediari, a loro volta, mettono a disposizione dei pagatori una pluralità di strumenti e di canali per effettuare i pagamenti.

³ [Punto 20 della Comunicazione della Commissione sulle restrizioni direttamente connesse e necessarie alle concentrazioni (2005/C 56/03).]

⁴ [Per lo specifico caso del pagamento del bollettino postale, Poste ha conferito un mandato all'incasso a SIAPay, la quale a sua volta conferisce identico mandato all'incasso a terzi intermediari, tra cui LIS Pay. Ricevuto il pagamento dal debitore, LIS Pay [omissis].]

14. Quanto agli strumenti di pagamento resi disponibili per gli incassi, essi includono, oltre al pagamento in contante, le disposizioni di incasso (tra cui gli addebiti pre-autorizzati in conto, ovvero domiciliazioni in conto o su carta, i RIBA-MAV e RAV), gli F24, CBill, i bonifici bancari (tra cui quelli effettuati con finalità di pagamento dei bollettini postali o bancari), i pagamenti con carta di credito e debito. Non sono invece inclusi nell'ambito dei servizi *de quibus* i pagamenti effettuati dal debitore con qualunque strumento (ad es., bonifico bancario e/o carta di pagamento) su canali diretti dell'ente creditore (ad es. sito/app, punti fisici/negozi).

15. Quanto ai canali, i pagamenti possono essere effettuati dai debitori sia *online* (siti *web* e *app* dei vari intermediari), sia attraverso punti di accesso fisici (quali le reti di esercenti – bar, tabaccai, ricevitorie, edicole, catene della GDO -, sportelli bancari, atm, uffici postali).

16. In prima approssimazione, gli strumenti di pagamento e i canali utilizzati (*online* o punto vendita fisico) potrebbero considerarsi sostanzialmente fungibili per creditori e debitori, di talché in questa sede l'ambito dei servizi di incasso per conto terzi potrebbe tendenzialmente considerarsi in termini unitari.

17. La dimensione geografica di tale mercato è da reputarsi in ogni caso nazionale, vista l'omogeneità delle caratteristiche di domanda e offerta sull'intero territorio italiano.

18. Nell'ambito così unitariamente considerato, l'acquirente detiene al 2020 una quota stimabile in circa [25-30%] in volume e al [5-10%] in valore, che, sommata alla quota dell'impresa *target*, pari nel 2020 a [1-5%] in volume e [inferiore all'1%] in valore, porterà PostePay a detenere, a seguito del perfezionamento dell'operazione, una quota pari al [25-30%] in volume e al [5-10%] in valore. Si rileva che la differenza tra le quote di Poste calcolate in termini di numero di operazioni (volume) e le quote calcolate in termini di transato (valore) è dovuta al fatto che la clientela di Poste è tipicamente appartenente la segmento *retail* che effettua transazioni di piccolo/medio importo, diversamente dalla clientela *corporate*.

19. Nel medesimo mercato si segnala la presenza di qualificati concorrenti, tra cui le principali banche di rilievo nazionale, gli IMEL e una pluralità di operatori di diversa natura autorizzati alla prestazione di servizi di pagamento grazie ai recenti interventi legislativi (segnatamente Direttiva PSD⁵ e PSD2⁶), con un calo dei volumi gestiti da Poste negli ultimi tre anni a favore di tali nuovi operatori. Il settore dei servizi oggetto della presente operazione è infatti al momento caratterizzato da significative dinamiche evolutive, anche in ragione del fatto che la normativa ha consentito un ampliamento della platea di possibili operatori concorrenti e il ricorso crescente a soluzioni digitali per i pagamenti.

20. Ai fini valutativi dell'operazione deve altresì aggiungersi che, stanti gli accordi di collaborazione già vigenti tra le Parti per lo svolgimento del servizio di incasso per conto terzi - ossia i contratti rispettivamente conclusi tra Poste e SIAPay, da un lato, e LIS e SIAPay, dall'altro (cfr. *supra*, sub nota 5 e *infra*, sub nota 8) -, in ragione dei quali i punti vendita convenzionati con LIS sono già abilitati all'erogazione del servizio di pagamento del bollettino postale, l'operazione sostanzialmente trasforma tale relazione contrattuale in una relazione di tipo proprietario.

21. In considerazione di tutto quanto sopra esposto, considerato il livello non elevato della quota di mercato *post merger* (in particolare, significativamente contenuta in termini di importi transati), rilevato in particolare l'incremento marginale della quota derivante dall'acquisto della *target*, nonché tenuto conto degli accordi contrattuali previgenti tra le Parti e della presenza di qualificati operatori concorrenti in un settore caratterizzato da una evoluzione particolarmente dinamica, l'operazione in esame non appare idonea a modificare in modo significativo l'assetto concorrenziale nell'offerta dei servizi di incasso per conto terzi.

22. Non si ravvisano, infine, rilevanti effetti di tipo verticale, in ragione della sostanziale sostituibilità dell'offerta, sia per i debitori/pagatori sia per gli esercenti interessati al convenzionamento. Inoltre, secondo le informazioni trasmesse dalle Parti, né gli accordi contrattuali attualmente in essere tra le stesse⁷ né quelli tra LIS e i singoli esercenti convenzionati contengono esclusive, consentendo il contemporaneo convenzionamento con più intermediari; essi prevedono inoltre facoltà di recesso facilmente esercitabili da parte dei soggetti convenzionati.

b) La distribuzione di ricariche telefoniche

23. Quanto al mercato delle ricariche telefoniche, in linea con i precedenti⁸, esso è costituito, dal lato della domanda, dagli utenti di telefonia che utilizzano schede prepagate e, dal lato dell'offerta, dagli operatori di telefonia e da reti distributive in generale. L'offerta, negli ultimi anni, si è notevolmente modificata in termini di prodotto, di canale e di modalità di vendita ed è connotata da una generale contrazione dei volumi di vendita causato sia dal calo progressivo del costo unitario delle ricariche, sia dallo spostamento dell'offerta alle forme post-pagate di credito telefonico.

24. Dal punto di vista geografico, il mercato ha dimensione nazionale vista l'omogeneità delle condizioni della domanda e dell'offerta in tutto il territorio italiano.

⁵ [Direttiva 2007/64/CE.]

⁶ [Direttiva 2015/2366/UE.]

⁷ [Come anticipato, sussistono due accordi di collaborazione: uno tra Poste e SIAPay (ex T-fin) per l'erogazione del servizio di pagamento del bollettino su reti terze, a tal fine convenzionate con SIAPay, e un contratto tra SIAPay e LIS che per l'appunto abilita LIS, quale rete terza convenzionata con SIAPay, all'erogazione del servizio di pagamento dei bollettini postali.]

⁸ [Cfr. C12256, Sisal Group/Ramo di Azienda Banca 5, in Boll. 50/2019.]

25. Nel mercato della distribuzione delle ricariche telefoniche operano entrambe le parti, sebbene nel 2020 Poste detenga una quota di mercato estremamente residuale, pari al [1-5%] in volume⁹, e la società *target* una quota del [10-15%] in volume, già comprensiva - in virtù di un accordo contrattuale con Poste Mobile S.p.A. (ora Poste Pay S.p.A.) - della quota attribuibile alla distribuzione delle ricariche telefoniche delle SIM Poste Mobile presso gli esercenti convenzionati con LIS.

26. Pertanto, posto che l'entità *post merger* deterrà una quota non superiore al 15%, e considerata la presenza di numerosi e qualificati concorrenti, tra cui gli stessi operatori telefonici (TIM, Vodafone, Wind Tre, Iliad), gli operatori bancari, le catene della GDO e nuovi operatori sul canale digitale e fisico, nonché l'assenza di barriere tecnologiche all'ingresso, l'operazione in esame non appare suscettibile di alterare le pregresse dinamiche concorrenziali in tale mercato.

27. Infine, anche con riguardo a eventuali profili verticali, l'operazione non desta parimenti preoccupazioni, data l'esiguità della quota di Poste nel mercato a monte della telefonia mobile (rispetto a concorrenti come TIM, Vodafone, Wind Tre, Iliad) e atteso che, anche per quanto riguarda il servizio di ricarica telefonica, comunque fruibile dagli utenti attraverso una molteplicità di canali, in base alle informazioni fornite risulta che i contratti tra Poste e LIS e quelli tra quest'ultima e gli esercenti convenzionati non contengano alcun obbligo di esclusiva, ben potendo quindi gli esercenti distribuire ricariche anche di altri operatori telefonici.

c) La distribuzione di titoli di viaggio Trenitalia

28. L'attività delle parti si sovrappone altresì nella distribuzione di titoli di viaggio di Trenitalia. Con riferimento a tale mercato¹⁰, si rileva che Poste distribuisce tali titoli di viaggio sull'app PostePay non direttamente ma tramite l'integrazione nella propria piattaforma del servizio MyCicero, di proprietà di Mooney S.p.A.: ciò posto, anche considerando la quota di Poste in termini di operazioni effettuate mediante l'offerta del servizio MyCicero, essa risulta inferiore al 5%. La quota della *target* è assolutamente marginale nel complesso del settore, dominato dalla vendita diretta da parte di Trenitalia attraverso i canali proprietari *online* e fisici. Ne discende che l'operazione in esame non appare idonea a modificare l'assetto concorrenziale nell'offerta di tale servizio.

d) Il mercato del retail merchant acquiring e fornitura dei servizi POS

29. Secondo i precedenti dell'Autorità, nell'ambito del settore degli strumenti di pagamento tramite carte è possibile individuare, quali distinti mercati, il mercato dell'emissione di carte (*i.e. card issuing*) e quello del convenzionamento degli esercenti (*i.e. merchant acquiring*). I servizi del *merchant acquiring*, in base alla recente prassi¹¹, si articolano nel mercato del *wholesale merchant acquiring* e della fornitura di POS e dei servizi correlati, avente dimensione geografica sovranazionale, pari allo SEE, e nel mercato del *retail merchant acquiring* e della fornitura di POS e dei servizi correlati, avente dimensione geografica nazionale. Nel caso di specie il mercato interessato è quello del *retail merchant acquiring* e fornitura dei servizi POS¹².

30. Poste è attiva nel mercato del *merchant acquiring* a livello *retail* sia tramite i propri canali fisici sia su canali digitali, quali sito *web* e *app*, nonché mediante soggetti terzi, tra cui figura LIS che, in virtù di un contratto con Poste, effettua il collocamento del servizio *merchant acquiring* di PostePay tramite la propria piattaforma. La quota detenuta da Poste in termini di importi transati risulta pari a circa il [5-10%], in cui è ricompresa la quota generata dall'attività di collocamento del servizio *acquiring* di PostePay svolta dalla *target*, stimata in misura inferiore all'1%.

31. Considerata quindi l'entità della posizione delle Parti su tale mercato, e rilevata la presenza di numerosi e qualificati concorrenti, può escludersi ogni criticità dell'operazione dal punto di vista concorrenziale anche su tale mercato. A ciò si aggiunga che, anche nell'ambito del collocamento del servizio di *merchant acquiring*, in base alle informazioni fornite dalle Parti né i contratti in essere tra le Parti né quelli tra LIS e gli esercenti convenzionati contengono alcuna clausola di esclusiva o obbligo di non concorrenza.

e) Il mercato dell'emissione di carte di debito

32. L'attività di emissione delle carte di pagamento (cd. *card issuing*) consiste in un insieme di servizi finalizzato alla fornitura di carte di pagamento (debito, credito o pre-pagate) ai clienti finali che, di norma, sono rappresentati dai consumatori. In particolare, l'attività di emissione delle carte comprende principalmente l'offerta della carta al cliente finale (che ne diviene il titolare), la definizione delle caratteristiche della carta e delle relative condizioni economiche (ammontare del canone annuo, commissioni per il servizio di anticipo contante, spese di invio estratto conto e altre commissioni), la valutazione creditizia del cliente (ossia se il soggetto è meritevole di credito), la contrattualizzazione dello stesso, la gestione dei rapporti con i circuiti, le attività di *customer service* e di *marketing* e la gestione del rischio creditizio e delle frodi. Più nello specifico, occorre considerare che, per quel che concerne le politiche economiche e

⁹ [Delle quote di mercato delle Parti è stato fornito il valore assoluto in termini sia di ricavi sia di importi transati. Benché Poste abbia calcolato la quota di mercato in percentuale solamente rispetto ai volumi delle vendite, i valori in termini di ricavi evidenziano una proporzione sostanzialmente coincidente con quelli espressi in termini di importi transati.]

¹⁰ [Cfr. C12256, Sisal Group/Ramo di Azienda Banca 5, in Boll. 50/2019.]

¹¹ [C12373 - Nexi/Sia, in Boll. 41/2021.]

¹² [Sull'unitarietà del mercato della fornitura di servizi di retail merchant acquiring e di fornitura di POS v. C12373 - Nexi/Sia, in Boll. 41/2021.]

commerciali legate a tali servizi, esse sono definite dalla banca se viene adottato il modello integrato; vice versa, se la banca si limita a distribuire i servizi e ricorre a società terze per l'attività di *issuing*, le politiche e i criteri di distribuzione del prodotto, nonché il pricing nei confronti della clientela finale possono essere definiti dalle società terze oppure dalle banche, a seconda dell'accordo.

33. Secondo la prassi dell'Autorità, l'issuing può essere suddiviso in base alla diversa tipologia di strumenti di pagamento, distinguendo tra carte di credito e di debito (ivi incluse le carte prepagate), corrispondenti a diversi mercati del prodotto; tuttavia, più di recente è stata lasciata aperta la possibile configurazione di un unico mercato che ricomprenderebbe tutte le tipologie di carta in ragione della loro sostituibilità dal lato dell'offerta¹³.

34. Parallelamente, dal punto di vista geografico, la dimensione del mercato dell'emissione delle carte di pagamento è stata nella prassi individuata nei confini nazionali, in ragione dell'omogeneità delle condizioni di offerta dell'insieme dei descritti servizi sul territorio nazionale; tuttavia, anche sotto tale profilo più di recente è stata lasciata aperta la possibile ridefinizione di tale mercato quale avente dimensione corrispondente allo Spazio Economico Europeo¹⁴.

35. Nel caso di specie, l'attività delle Parti si sovrappone solo con riferimento all'issuing delle carte di debito (comprendente delle carte prepagate).

36. Poste, attraverso PostePay, è attiva in tale mercato con una quota nel 2020 del [25-30%] in termini di importi transati e del [30-35%] in termini di carte emesse. LIS è anch'essa attiva su tale mercato, benché in misura del tutto marginale (inferiore all'1%), e, in virtù di due accordi contrattuali con Poste, fornisce sia il servizio di ricarica delle carte prepagate di PostePay presso gli esercenti convenzionati LIS, sia la possibilità di avviare presso tali esercenti convenzionati il processo di richiesta di emissione della carta PostePay. Entrambi i contratti non prevedono alcun obbligo di esclusiva o clausola di non concorrenza.

37. Considerato il modestissimo incremento della quota dell'acquirente per effetto dell'operazione, nonché la presenza di numerosi e qualificati concorrenti, quali, tra gli altri, Nexi-SIA, Unicredit S.p.A. e Intesa San Paolo, non si ritiene che l'operazione sia idonea ad incidere in misura significativa sulle dinamiche concorrenziali in tale mercato.

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 nei mercati interessati, tale da eliminare o ridurre in modo sostanziale e durevole la concorrenza;

RITENUTO, altresì, che il patto di non concorrenza può essere considerato accessorio alla presente operazione nei soli limiti di durata sopra indicati e che l'Autorità si riserva di valutare, laddove ne sussistano i presupposti, il suddetto patto che si realizzi oltre tali limiti;

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 ed al Ministro dello Sviluppo Economico.

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

IL SEGRETARIO GENERALE
Guido Stazi

IL PRESIDENTE
Roberto Rustichelli

¹³ [C12373 - Nexi/Sia, in Boll. 41/2021.]

¹⁴ [C12373 - Nexi/Sia, in Boll. 41/2021.]