

L'AUTORITA' GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 1° febbraio 2001;

SENTITO il Relatore Professor Carlo Santagata;

VISTA la legge 10 ottobre 1990, n. 287;

VISTA la comunicazione della società Assicurazioni Generali Spa, pervenuta in data 27 ottobre 2000;

VISTE le informazioni pervenute in data 17 novembre 2000;

CONSIDERATO quanto segue:

I. Premessa

1. In data 27 ottobre 2000, Assicurazioni Generali Spa (di seguito Generali) ha comunicato, ai sensi dell'articolo 13 della legge n. 287/90, un accordo raggiunto con il gruppo bancario Cardine, che è, tra l'altro¹, finalizzato alla distribuzione, per una durata di tre anni, dei prodotti assicurativi della propria controllata Adria Vita Spa (di seguito Adria Vita), tramite gli sportelli delle banche del gruppo Cardine.

II. Le parti

2. Generali è una società, posta a capo dell'omonimo gruppo assicurativo, autorizzata all'esercizio delle assicurazioni e della riassicurazione nei settori vita e danni, nonché delle operazioni di capitalizzazione e di gestione di fondi pensione. Nel 1999 il gruppo Generali ha realizzato in Italia un fatturato pari a circa 29.000 miliardi di lire, di cui circa 20.068 miliardi nel settore dell'assicurazione vita.

3. Adria Vita è una società, autorizzata ad operare nel settore dell'assicurazione vita, controllata da Generali, che ne detiene il 75,5% del capitale sociale. Il rimanente 24,5% è detenuto da Cardine Banca Spa. Nel 1999 Adria Vita ha realizzato un fatturato complessivo pari a 142 miliardi di lire.

4. Cardine Banca Spa (di seguito Cardine) è una società, posta al vertice dell'omonimo gruppo bancario costituito a seguito della fusione per incorporazione di Casse Venete Banca Spa in Caer Spa². Cardine, che opera in prevalenza nelle regioni del Nord d'Italia, dispone complessivamente di 769 sportelli. Nel 1999, il gruppo Cardine ha realizzato una raccolta nel mercato dei depositi bancari pari a circa 24.600 miliardi di lire, distribuendo prodotti assicurativi per un ammontare complessivo di poco inferiore ai 1.000 miliardi di lire³.

III. Descrizione dell'intesa

¹ [Nella convenzione stipulata le banche del gruppo Cardine si impegnano a preferire Generali - a parità di condizioni - nella stipula delle proprie coperture assicurative non appena verranno a scadere gli analoghi accordi vigenti con altre compagnie di assicurazione. Inoltre, le parti manifestano l'intenzione di valutare, in via prospettica, iniziative volte al collocamento di polizze danni e di fondi pensione offerti da Generali.]

² [Cfr. Provvedimento dell'Autorità del 27 luglio 1999, Caer/Casse Venete Banca.]

³ [I dati riportati costituiscono la somma della raccolta nel mercato dei depositi bancari del gruppo Casse Venete e del gruppo CAER nel 1999 e la somma dei premi assicurativi raccolti dai due gruppi nel medesimo esercizio.]

5. L'intesa comunicata ha ad oggetto la distribuzione non esclusiva dei prodotti assicurativi vita della società Adria Vita, controllata da Generali, mediante gli sportelli di Cardine. L'accordo ha una durata di tre anni decorrenti dal 9 ottobre 2000.

IV. I mercati rilevanti

6. Nei casi di intese relative alla distribuzione di prodotti assicurativi, è orientamento costante dell'Autorità che i mercati rilevanti debbano essere individuati nella produzione e distribuzione delle polizze del ramo interessato, in quanto si tratta di accordi verticali tra un produttore, rappresentato dall'impresa assicurativa, ed un distributore, nel caso di specie costituito dalla rete di sportelli bancari⁴; l'accordo, limitatamente al presente esame, interessa la distribuzione di prodotti dell'assicurazione vita.

7. Per quanto riguarda la produzione, la dimensione geografica del mercato interessato è tendenzialmente coincidente con il territorio nazionale, all'interno del quale non appaiono esservi differenze sostanziali nelle abitudini di consumo e nella tipologia dei prodotti interessati.

8. Con riferimento alla distribuzione, l'ambito geografico risulta essere provinciale, in stretta analogia con il servizio bancario di raccolta del risparmio, in virtù del fatto che la domanda è prevalentemente rappresentata dalle famiglie, per le quali è importante il "servizio di prossimità" che il distributore può assicurare nonché l'esistenza di un rapporto di fiducia con l'intermediario stesso, considerata la natura del prodotto assicurativo, consistente nella promessa di un eventuale servizio futuro in cambio di un corrispettivo, attuale, certo⁵.

Rilevanza dei diversi canali distributivi

9. La distribuzione dei prodotti assicurativi può avvenire attraverso diversi canali. Il canale tradizionale è rappresentato dai produttori, dalle agenzie e dai broker, attivi peraltro prevalentemente nei rami danni. Nel settore vita stanno assumendo importanza sempre maggiore i canali alternativi, in particolare quello bancario. A riguardo è sufficiente osservare come gli sportelli bancari, che nel 1992 effettuavano solo il 6% della raccolta premi nel settore vita e nel 1995 il 18%, nel primo semestre 2000 hanno raccolto circa il 57% (si veda tabella 1).

Tabella 1: Premi lordi contabilizzati nel settore vita. Ripartizione percentuale per canale distributivo (1° semestre 2000)

Canali distributivi	Percentuale premi raccolti
Agenzie con mandato	23,74
Agenzie in economia e gerenze	8,63
Altre forme di vendita diretta	0,06
<i>Sportelli bancari</i>	<i>56,64</i>
Promotori finanziari	9,96
Brokers	0,96
TOTALE	100,00

Fonte: Isvap, circolare n. 418/S del 3 ottobre 2000

10. Tali dati, peraltro, non rappresentano adeguatamente l'elevata crescita del canale bancario, in quanto sono relativi all'intero portafoglio vita, comprensivo non solo dei premi raccolti in base a polizze stipulate nell'esercizio di riferimento, ma anche delle rate di premio corrisposte in virtù di contratti stipulati negli anni precedenti.

Evidenza maggiore dell'importanza assunta dalle reti bancarie nel collocamento di polizze vita deriva dall'esame dei soli nuovi contratti, vale a dire la sola nuova produzione (si veda tabella 2): se nel 1995 circa il 30% dell'acquisizione dei nuovi contratti avveniva tramite sportello bancario, nel primo semestre 2000 le banche hanno sottoscritto più del 70% dei nuovi contratti.

Tabella 2: Premi di tariffa di nuova produzione nel settore vita. Ripartizione percentuale per canale distributivo (1° semestre 2000)

Canali distributivi	Percentuale premi raccolti
---------------------	----------------------------

⁴ [Cfr. per tutti Provvedimento dell'Autorità del 28 maggio 1997, Assicurazioni Generali/Unicredito.]

⁵ [Per una più approfondita disamina delle caratteristiche dei mercati della distribuzione assicurativa, cfr. Provvedimento dell'Autorità del 19 marzo 1998, n. 5807, Assicurazioni Generali/Cassa di Risparmio di Ravenna.]

Agenzie con mandato	17,04
Agenzie in economia e gerenze	3,47
Altre forme di vendita diretta	0,05
<i>Sportelli bancari</i>	70,63
Promotori finanziari	8,48
Brokers	0,33
TOTALE	100,00

Fonte: Isvap, circolare n. 418/S.

11. Il mercato della distribuzione di prodotti assicurativi vita appare caratterizzato da elevate barriere all'ingresso. Infatti, la normativa vigente individua rigidamente la tipologia dei soggetti abilitati ad operare nel collocamento di polizze limitandoli alle figure degli agenti, brokers e promotori finanziari. Il numero di tali operatori è inoltre circoscritto dalla regolamentazione per l'accesso alle relative professioni, che esige l'iscrizione in appositi albi. Inoltre, tutte le categorie abilitate, ad eccezione dei brokers-la cui attività è peraltro concentrata nel ramo danni-risultano di diritto o di fatto distribuire prodotti di una sola impresa di assicurazioni. Anche il canale bancario, di recente affermazione, viene vincolato, di fatto, dalle compagnie assicurative in modo esclusivo. Pertanto, l'accesso al mercato della distribuzione assicurativa, quale che sia il canale prescelto, appare particolarmente difficoltoso per i nuovi entranti.

V. La posizione delle parti interessate dall'accordo

12. La valutazione degli effetti di un'intesa di bancassicurazione, secondo i costanti orientamenti dell'Autorità, va condotta avendo a riferimento, innanzitutto, le province in cui il gruppo bancario risulta attivo con significative quote di mercato nel settore dei depositi bancari. I depositi bancari appaiono una *proxy* appropriata per la valutazione della capacità distributiva del canale bancario. Infatti, le famiglie che detengono conti correnti bancari sono i potenziali acquirenti dei prodotti assicurativi distribuiti tramite detto canale.

In secondo luogo, si deve esaminare l'importanza del gruppo assicurativo parte dell'accordo in ciascuna provincia interessata. Ciò in quanto, facendo capo Adria Vita al gruppo Generali, i prodotti assicurativi vita delle due società non sono in concorrenza e la preferenza accordata ad Adria stessa da Cardine tende ad escludere la stipula di analoghi contratti con compagnie concorrenti di Generali.

13. Il gruppo Cardine dispone sul territorio nazionale di 769 sportelli, localizzati in prevalenza nelle regioni del Nord-est. In particolare, Cardine opera nelle province di Padova, Venezia, Udine, Pordenone, Gorizia, Rovigo, Treviso, Verona, Belluno, Vicenza, Ferrara, Trieste, Bologna, Forlì, Ravenna, Milano e Roma. In sostanza, Cardine è presente in tutte le province del Friuli Venezia Giulia e del Veneto, nonché in alcune province dell'Emilia Romagna, oltre che nelle città di Roma e Milano. Complessivamente, nelle province in cui opera Cardine la raccolta premi realizzata dalle imprese di assicurazione nel settore vita è stata pari, nel 1998, a circa 23.200 miliardi di lire, corrispondenti al 33% del totale dei premi vita raccolti in Italia⁶.

14. In tali province, il gruppo Generali è presente nel settore dell'assicurazione vita con quote di mercato significative, talvolta sensibilmente elevate, come a Trieste, dove il gruppo detiene il 57% del mercato, nonché a Rovigo, Venezia e Padova, dove è presente con quote di mercato superiori al 40%⁷.

Inoltre, nelle stesse province il gruppo Generali già distribuisce i propri prodotti mediante il canale bancario, avvalendosi delle reti di altri gruppi bancari, tra cui il gruppo Intesa (al cui patto di sindacato di controllo, peraltro, aderisce anche Generali), la Cassa di Risparmio di Ravenna⁸, nonché numerose banche locali.

Nella tabella 3 sono riportate le quote di mercato detenute dal gruppo Generali nell'assicurazione vita in ciascuna provincia interessata dall'accordo in esame, nonché le quote di mercato nella raccolta bancaria detenute dal gruppo Cardine e dalle altre reti bancarie, di cui Generali già si avvale per la distribuzione delle proprie polizze vita.

Tabella 3: Quote di mercato nelle province interessate-dati 1999 (valori percentuali)

		Capacità distributiva di Generali mediante canale bancario
--	--	---

⁶ [Fonte: Elaborazione su dati ISVAP, Circolare n. 398 S.]

⁷ [Dati 1999; fonte: informazioni fornite all'Autorità dall'ISVAP.]

⁸ [Cfr. Provvedimento dell'Autorità del 9 gennaio 2001, Generali/Cassa di Risparmio di Ravenna.]

Provincia	Quota di mercato di Generali nel settore vita	Quota di mercato di Cardine nei depositi	Quota di mercato degli altri partner bancari di Generali	Totale capacità distributiva di Generali tramite banche
Rovigo	43,71	47,58	5,33	52,91
Venezia	46,72	35,15	20,04	55,19
Padova	35,97	35,01	8,09	43,01
Gorizia	40,62	26,99	10,42	37,41
Bologna	20,17	19,78	7,60	27,38
Pordenone	44,12	14,18	38,14	52,32
Udine	38,42	13,52	18,62	32,14
Trieste	56,83	2,39	18,27	20,66
Treviso	34,75	4,15	17,99	22,14
Ravenna	20,89	3,80	19,65	23,45
Belluno	36,62	1,87	15,88	17,75
Vicenza	27,13	1,65	16,44	18,09
Ferrara	37,02	1,83	3,13	4,96
Milano	27,10	0,20	32,90	33,10
Roma	31,00	0,49	15,38	15,87
Verona	15,28	1,93	4,83	6,76
Forlì	25,70	0,72	3,08	3,80

Fonte: elaborazioni su dati ISVAP e Banca d'Italia

15. Dall'esame dei dati contenuti in tale tabella si evince come, a seguito dell'operazione in esame, il gruppo Generali rafforzerà la già elevata capacità distributiva di cui dispone, in un'area molto estesa, che copre l'intero Friuli Venezia-Giulia, la maggior parte delle provincie venete ed alcune provincie dell'Emilia Romagna contigue alle aree citate.

VI. Valutazione dell'intesa comunicata

16. L'accordo comunicato dalle parti, in quanto accordo tra imprese, si configura quale intesa ai sensi dell'articolo 2, comma 1, della legge n. 287/90. L'intesa, che prevede la collaborazione per tre anni tra le parti, senza una clausola espressa di esclusiva, per la distribuzione di prodotti assicurativi del settore vita, si connota altresì per la compartecipazione di Generali e Cardine al capitale sociale dell'impresa Adria Vita.

17. La valutazione dell'impatto concorrenziale delle intese di bancassicurazione deve essere condotta avendo a riferimento il contesto economico e giuridico, nel senso che le intese assumono una rilevanza anticoncorrenziale nei casi in cui i mercati di riferimento risultino difficilmente accessibili per i concorrenti. Laddove poi ricorra questa circostanza, non necessariamente una singola intesa di distribuzione può dar luogo ad una restrizione della concorrenza, dovendosi, invero, caso per caso, accertare se la stessa, in conseguenza delle rilevanti quote di mercato degli operatori coinvolti, contribuisca in modo significativo all'effetto cumulativo di blocco del mercato.

18. In considerazione della posizione del gruppo Cardine nel mercato dei depositi bancari (particolarmente nelle province del Nord est) e del gruppo Generali nei mercati assicurativi vita, l'intesa comunicata appare destinata a produrre effetti di rilievo nella quasi totalità delle provincie esaminate. Ciò potrebbe apportare un serio contributo all'effetto di blocco del mercato in tali provincie, poiché, come s'è detto, i sistemi di distribuzione assicurativa sono caratterizzati dalla diffusione di numerosi vincoli, di diritto e di fatto, che rendono difficile l'ingresso sul mercato di nuovi operatori. Con riferimento al canale bancario si osserva che ad oggi la generalità degli sportelli distribuisce polizze vita, di regola, di una sola impresa di assicurazione.

Contribuisce ad accentuare i possibili effetti restrittivi dell'intesa il fatto che tutte le provincie esaminate, ad eccezione di Roma e Milano, siano limitrofe, circostanza questa che rende difficile l'accesso al canale bancario da parte di eventuali operatori concorrenti in tutto il Nord-est.

Nello stesso senso assume rilievo il fatto che l'intesa si collochi in un settore, quale quello assicurativo, caratterizzato dalla diffusione di forti legami personali e finanziari tra le imprese ivi operanti; legami che, riducendo le tensioni concorrenziali, rendono particolarmente complessa la valutazione delle condizioni di competitività esistenti nei mercati assicurativi.

19. In ragione dell'effetto di chiusura del mercato, scaturente dall'accordo in esame, il gruppo Generali, già presente in modo significativo, sia nella produzione che nella distribuzione di polizze vita, potrebbe veder incrementare

ulteriormente la propria quota, con particolare riferimento ad un'area molto estesa, nella quale nel 1999 è stato raccolto oltre un terzo dei premi del lavoro diretto realizzati a livello nazionale nel settore vita. Inoltre, il citato fenomeno degli *interlocking directorates* e dei legami azionari risulta interessare anche le parti del presente accordo.

20. Peraltro, la situazione che verrebbe a crearsi nel mercato assicurativo in un'area così importante come il Nord-est, dove nel 1999 sono stati raccolti ben 23.200 miliardi di premi nel settore vita, suscita perplessità ancora maggiori ove si consideri che in tale area da tempo il settore dell'assicurazione vita presenta condizioni problematiche sotto il profilo concorrenziale, in particolare con riferimento alla significativa chiusura dei canali distributivi, soprattutto del canale bancario a causa delle esclusive di fatto concesse dalle banche. Tali problematiche, già evidenziate dall'Autorità in occasione dell'istruttoria *Assicurazioni Generali/Unicredito*⁹, non solo permangono tuttora, ma risultano ulteriormente acuite per effetto dell'intesa in esame, anche in considerazione delle accresciute dimensioni del gruppo Generali, a seguito della fusione con INA.

21. Tutto ciò considerato, l'intesa in esame, cumulandosi con accordi distributivi analoghi, potrebbe contribuire a rendere ancora più arduo l'accesso al mercato della distribuzione di prodotti assicurativi del settore vita nelle provincie descritte, con effetti pregiudizievoli per la concorrenza e per i consumatori.

RITENUTO, pertanto, che l'intesa potrebbe avere per oggetto o per effetto di impedire, restringere o falsare in maniera consistente il gioco della concorrenza nei mercati dove operano le imprese interessate dall'intesa medesima, configurandosi così una violazione dell'articolo 2 della legge n. 287/90;

DELIBERA

a) l'avvio dell'istruttoria, ai sensi degli artt. 2 e 14 della legge n. 287/90, nei confronti delle imprese Assicurazioni Generali Spa, Adria Vita Spa e Cardine Banca Spa;

b) la fissazione del termine di sessanta giorni, decorrente dalla data di notificazione del presente provvedimento, per l'esercizio da parte dei legali rappresentanti delle società di cui al punto a), o da persone da essi delegate, del diritto di essere sentiti, precisando che la richiesta di audizione dovrà pervenire alla Direzione "E" della Direzione Generale Istruttoria di questa Autorità, almeno quindici giorni prima della scadenza del termine sopra indicato;

c) che il responsabile del procedimento è il Dottor Alberto Cucchiarelli;

d) che gli atti del procedimento possono essere presi in visione presso la Direzione "E" della Direzione Generale Istruttoria di questa Autorità dai legali rappresentanti delle parti o da persone da essi delegate;

e) che il procedimento deve concludersi entro il 30 novembre 2001.

Il presente provvedimento verrà notificato ai soggetti interessati e all'ISVAP, e pubblicato ai sensi di legge.

IL SEGRETARIO GENERALE
Rita Ciccone

IL PRESIDENTE
Giuseppe Tesauro

* * *

⁹ [Cfr. nota 5.]