



AUTORITÀ GARANTE
DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

Bollettino

Settimanale

Anno XXXIV - n. 18

**Publicato sul sito www.agcm.it
6 maggio 2024**

SOMMARIO

INTESE E ABUSO DI POSIZIONE DOMINANTE	5
A561 - APP TRACKING TRANSPARENCY DI APPLE	
<i>Provvedimento n. 31173</i>	5
OPERAZIONI DI CONCENTRAZIONE	6
C12618 - LOTTOMATICA/SKS365 MALTA HOLDING	
<i>Provvedimento n. 31174</i>	6
C12622 - FINTEL GAS E LUCE/RAMO D'AZIENDA DI EICOM	
<i>Provvedimento n. 31175</i>	14
C12625 - FROZEN INVESTMENTS-SAMMONTANA FINANZIARIA/SAMMONTANA-FORNO D'ASOLO	
<i>Provvedimento n. 31184</i>	18
PRATICHE COMMERCIALI SCORRETTE	29
PS9699 - GREEN POWER-IMPIANTO FOTOVOLTAICO A COSTO ZERO	
<i>Provvedimento n. 31171</i>	29

INTESE E ABUSO DI POSIZIONE DOMINANTE

A561 - APP TRACKING TRANSPARENCY DI APPLE

Provvedimento n. 31173

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 18 aprile 2024;

SENTITA la Relatrice, Professoressa Elisabetta Iossa;

VISTO l'articolo 102 del Trattato sul Funzionamento dell'Unione Europea (TFUE);

VISTO il Regolamento n. 1/2003 del Consiglio del 16 dicembre 2002, concernente l'applicazione delle regole di concorrenza di cui agli articoli 81 e 82 del Trattato CE (ora 101 e 102 TFUE);

VISTA la legge 10 ottobre 1990, n. 287;

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

VISTO il proprio provvedimento n. 30620 del 2 maggio 2023 con il quale è stata avviata un'istruttoria ai sensi dell'articolo 14 della legge n. 287/1990, nei confronti delle società Apple Inc., Apple Distribution International Ltd e Apple Italia S.r.l. per accertare l'esistenza di violazioni della concorrenza ai sensi dell'articolo 102 TFUE;

CONSIDERATA la complessità delle fattispecie oggetto del procedimento e l'esigenza di svolgere ulteriori approfondimenti istruttori;

CONSIDERATA la necessità di garantire alle Parti il più ampio esercizio dei diritti di difesa e del contraddittorio;

RITENUTO necessario disporre la proroga del termine di conclusione del procedimento, attualmente fissato al 3 maggio 2024;

DELIBERA

di prorogare il termine di conclusione del procedimento al 31 marzo 2025.

Il presente provvedimento sarà notificato ai soggetti interessati e pubblicato nel bollettino dell'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato.

IL SEGRETARIO GENERALE

Guido Stazi

IL PRESIDENTE

Roberto Rustichelli

OPERAZIONI DI CONCENTRAZIONE

C12618 - LOTTOMATICA/SKS365 MALTA HOLDING

Provvedimento n. 31174

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 18 aprile 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 Lottomatica S.p.A., pervenuta in data 22 marzo 2024;

VISTA la documentazione agli atti;

CONSIDERATO quanto segue:

I. LE PARTI

1. Lottomatica S.p.A. (di seguito, "Lottomatica"), precedentemente denominata Gamenet Group S.p.A.¹, è la società a capo dell'omonimo gruppo attivo nell'esercizio del gioco lecito mediante la raccolta da apparecchi da intrattenimento e divertimento (*Amusement with Prizes* "AWP" e *Videolotteries* "VLT"), nonché mediante la raccolta da scommesse, da giochi *online* e da lotterie, sulla base di concessioni rilasciate dall'Agenzia delle Dogane e dei Monopoli (di seguito, "ADM"). Lottomatica, inoltre, opera nel mercato a monte della produzione, sviluppo e fornitura di giochi e servizi di scommesse e di lotterie, a seguito dell'acquisizione del 60% del capitale sociale di Giocaonline S.r.l. (di seguito, "Giocaonline")², che sviluppa e produce giochi da casinò e giochi di abilità che poi fornisce a numerosi concessionari dell'attività di raccolta da giochi *online* in Italia. Infine, Lottomatica gestisce sale da gioco e VLT di sua proprietà ed è quindi attiva nel mercato a valle della gestione di sale da gioco.

Lottomatica è indirettamente controllata da alcuni fondi di investimento gestiti da società collegate ad Apollo Management L.P. (di seguito e insieme, "Apollo"³), che fa capo ad Apollo Global Management Inc., società *leader* nella gestione di investimenti alternativi a livello mondiale. Essa è l'unica società tra quelle controllate dai fondi Apollo a essere attiva nel mercato della raccolta di giochi e scommesse in Italia.

¹ A seguito dell'acquisizione di Lottomatica Scommesse S.r.l. e Lottomatica Videolot Rete S.p.A. da parte dell'allora Gamenet Group, che ha segnato la nascita dell'attuale gruppo Lottomatica – si è proceduto ad una riorganizzazione delle attività del gruppo. A Lottomatica sono state affidate tutte le attività relative ai giochi e alle scommesse in Italia.

² Si è trattato di un'operazione sottosoglia, che quindi non è stata notificata all'Autorità ai sensi dell'art. 16, comma 1, della legge n. 287/1990.

³ Con il termine "Apollo" si fa riferimento, infatti, ad Apollo Management L.P., alle sue società collegate e ai fondi di investimento gestiti dalle sue società collegate.

Lottomatica, nel corso del 2022, ha realizzato un fatturato consolidato a livello mondiale di circa [1-2]* miliardi di euro⁴, interamente realizzato in Italia. Apollo, nel corso del 2022, ha realizzato un fatturato complessivo a livello mondiale di circa [120-130] miliardi di euro, di cui circa [10-20] miliardi di euro generati in Europa e circa [2-3] miliardi di euro in Italia⁵.

2. Oggetto di acquisizione è SKS365 Malta Holding, LTD (di seguito, “SKS365” o la “Società Target”), società di diritto maltese che opera nel mercato dei giochi e delle scommesse in Italia. In particolare, SKS365, attraverso le sue controllate, opera nei seguenti mercati: (i) mercato della raccolta da scommesse, (ii) mercato della raccolta da giochi *online* e (iii) in misura molto esigua, nel mercato a valle della gestione delle sale da gioco, in quanto possiede e gestisce una sola sala giochi a Roma. SKS365 è poi attiva in maniera marginale nei mercati: a) degli apparecchi da intrattenimento e divertimento, in cui non detiene alcuna concessione rilasciata dall’ADM, ma opera solo come gestore per conto di terzi titolari di concessioni rilasciate dall’ADM (i quali mantengono, sulla base della disciplina regolamentare, la piena responsabilità), fornendo unicamente servizi accessori alla raccolta da apparecchi da intrattenimento e divertimento; b) delle lotterie *online*, nel quale non detiene alcuna concessione, ma svolge solo l’attività di distribuzione per conto del concessionario IGT Lottery S.r.l.

SKS365 è attualmente controllata per il [70-75%]. da Stichting JaMi, una fondazione organizzata ai sensi delle leggi dei Paesi Bassi, per il [5-10%] da DMEP INV-II B.V., una società costituita ai sensi delle leggi dei Paesi Bassi, e per il restante [15-20%] da Gatesville Corporation Ltd., una società costituita ai sensi delle leggi di Anguilla, nelle Indie Occidentali Britanniche.

Nel corso del 2022, la società ha realizzato, interamente in Italia⁶, un fatturato di circa [100-567] milioni di euro.

II. DESCRIZIONE DELL’OPERAZIONE

3. In data 1° novembre 2023, GBO S.p.A. (di seguito, “GBO”) e Stichting JaMi, DMEP INV-II B.V. Gatesville Corporation Ltd. hanno stipulato uno *Share Sale and Purchase Agreement* in forza del quale GBO acquisterà azioni rappresentanti il 100% del capitale sociale di SKS365. Per effetto dell’operazione, Lottomatica acquisirà indirettamente, per il tramite della sua controllata al 100% GBO, l’intero capitale sociale e quindi il controllo esclusivo di SKS365.

III. QUALIFICAZIONE DELL’OPERAZIONE

4. L’operazione oggetto di comunicazione presenta dimensione comunitaria. Infatti:
a) eccede le soglie previste dall’articolo 1, comma 2, lettera a, del Regolamento CE n. 139/2004, in quanto il fatturato mondiale realizzato dall’insieme delle Parti nel 2022 è stato superiore a 5 miliardi di euro;

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

⁴ Bilancio consolidato relativo all’anno 2022.

⁵ I dati di fatturato in questione si riferiscono ai ricavi generati dalle portfolio companies detenute da fondi di investimento gestiti da affiliate di Apollo, che detiene indirettamente il [65-70%] del capitale azionario di Lottomatica.

⁶ Bilancio consolidato relativo all’anno 2022.

b) eccede le soglie previste dall'articolo 1, comma 2, lettera b, del Regolamento CE n. 139/2004, in quanto il fatturato realizzato individualmente nell'Unione europea dalle *portfolio companies* detenute da fondi di investimento gestiti da affiliate di Apollo e da SKS365 nel 2022 ha superato la soglia di 250 milioni di euro, e le *portfolio companies* detenute da fondi di investimento gestiti da affiliate di Apollo non hanno realizzato in Italia (unico Stato membro in cui è attiva la Società *Target*) oltre i due terzi del loro fatturato nell'Unione europea.

5. Tuttavia, in data 31 gennaio 2024, la Commissione Europea, su richiesta delle Parti, ha deciso di rinviare interamente l'operazione all'Italia, in applicazione dell'articolo 4, paragrafo 4, del Regolamento CE n. 139/2004. L'operazione deve quindi essere valutata, applicando la legislazione nazionale in materia di concorrenza.

IV. VALUTAZIONE DELLA CONCENTRAZIONE

6. L'operazione comunicata, come evidenziato, concerne l'acquisizione da parte di Lottomatica, società concessionaria nella raccolta da apparecchi da intrattenimento e divertimento (apparecchi AWP e VLT) e nella raccolta da scommesse, da giochi *online* e da lotterie, nonché attiva nella produzione, sviluppo e fornitura di giochi e servizi di scommesse e di lotterie e nella gestione di sale da gioco, di SKS365, società che, attraverso le sue controllate, opera nei mercati della raccolta da scommesse e da giochi *online* e, in maniera del tutto marginale, nel mercato a valle della gestione delle sale da gioco, in quanto possiede e gestisce una sola sala giochi a Roma. SKS365 non detiene alcuna concessione nel mercato degli apparecchi da intrattenimento e divertimento e delle lotterie (*online*), effettuando solo, in maniera del tutto marginale, attività accessorie e di distribuzione per conto di terzi concessionari.

IV.1 I mercati interessati

A) Il mercato della raccolta da scommesse

7. Sotto il profilo merceologico, in linea con i precedenti dell'Autorità⁷, il mercato della raccolta da scommesse comprende sia le agenzie fisiche sia l'*online*⁸ e, in via principale, le seguenti tipologie di scommesse⁹:

⁷ Cfr. provvedimento dell'Autorità n. 29652 del 4 maggio 2021 relativo al caso C12371 - GAMENET GROUP/LOTTOMATICA VIDEOLOT RETE-LOTTOMATICA SCOMMESSE, in Boll. n. 21/2021.

⁸ Dalle informazioni acquisite risulta che la raccolta da scommesse realizzata sul canale online incide oramai per oltre la metà del valore complessivo (nel 2023, risulta che circa il 67% della raccolta da scommesse deriva dal canale online, in crescita rispetto al 58% circa rilevato nel 2019), a testimonianza del gradimento dei giocatori ad effettuare le scommesse direttamente dai propri dispositivi mobili piuttosto che recarsi nei punti vendita della rete fisica. Dal lato dell'offerta, è emerso che tutti i principali operatori attivi nel canale fisico sono attivi anche nel canale online, e che non esistono sostanziali elementi di differenziazione tra le scommesse offerte attraverso i due canali in termini di gamma di eventi offerti e di quote.

⁹ In relazione ad una eventuale ulteriore segmentazione del mercato a seconda della tipologia di eventi (sportive, ippiche e virtuali), allo stato le evidenze fanno propendere per una definizione del mercato che le includa tutte, dal momento che gli utenti scommettono in genere indistintamente su diverse tipologie di eventi. La scelta di un giocatore non dipende tanto dal tipo di scommessa, ma da una pluralità di fattori quali, inter alia, l'offerta di promozioni, i bonus, l'esperienza di gioco, la facilità di uso del sito o dell'app, la modalità di gioco, i metodi di pagamento a disposizione etc. In altri termini, la concorrenza tra gli operatori parrebbe svolgersi per lo più sulla qualità dei servizi offerti, indipendentemente dalla specifica tipologia di scommessa.

- a. Sport (*sports betting*) - Giochi che associano una vincita alla corretta predizione del risultato di un evento sportivo;
- b. Virtual (*virtual betting*) - Giochi che associano una vincita alla corretta predizione del risultato di un evento sportivo che viene simulato dal *provider* del gioco;
- c. Ippica (*horse racing betting*) - Giochi che associano una vincita alla corretta predizione del risultato di un evento associato alle corse di cavalli.

È altresì incluso in tale mercato il *betting exchange*, una particolare tipologia di scommesse *online* in cui il cliente finale ha la possibilità di fare da banco vendendo le quote sportive (“banca”), messe a disposizione dal concessionario, ad altri clienti (“punta”).

8. L’attività di raccolta da scommesse è subordinata al rilascio di una concessione da parte dell’ADM a seguito di una procedura di gara aperta e, attualmente, le concessioni rilasciate sono 211 (di cui circa 90 nel canale *online*)¹⁰; tali concessioni sono attualmente in regime di *prorogatio* dal 2012 e scadranno il 31 dicembre 2024, salvo nuove proroghe¹¹. Sono necessarie due concessioni distinte a seconda che l’attività di scommesse venga esercitata presso punti di vendita fisici (c.d. offerta *retail* di scommesse) o nel canale *online*. Per quanto riguarda il canale fisico, i punti vendita possono essere di proprietà degli stessi concessionari o, il più delle volte, di soggetti terzi convenzionati con i concessionari.

9. Al riguardo, l’articolo 15 della legge 9 agosto 2023, n. 111, recante la delega al Governo per la riforma fiscale, ha dettato una serie di principi e criteri direttivi per il riordino delle disposizioni in materia di giochi. In particolare, il comma 1 ha delegato il Governo ad attuare, con i decreti legislativi di cui all’articolo 1, il riordino delle disposizioni vigenti in tema di giochi pubblici. Il primo Decreto, quello relativo al gioco a distanza, Decreto Legislativo 25 marzo 2024, n. 41¹², prevede, tra le altre disposizioni, che l’ADM dovrà pubblicare senza indugio, dopo l’entrata in vigore del Decreto, il bando di gara per l’assegnazione delle concessioni per la raccolta dei giochi a distanza che sono attualmente in scadenza il 31 dicembre 2024, che concernono sia le scommesse canale *online* sia i giochi di carte e di abilità *online* (v. *infra*)¹³.

Invece, le disposizioni relative ai giochi pubblici ammessi in Italia, raccolti attraverso rete fisica, ivi incluse le disposizioni per indire le gare per il rinnovo delle concessioni fisiche (*i.e.* scommesse, apparecchi da intrattenimento e bingo), saranno contenute in un successivo Decreto Legislativo che verrà emanato dopo la definizione di una apposita intesa programmatica al riguardo tra Stato, Regioni e Enti locali.

10. Sotto il profilo geografico, il mercato in esame appare presentare dimensioni nazionali. Le informazioni acquisite, infatti, hanno indicato come il confronto concorrenziale si espliciti sostanzialmente su base nazionale sia in considerazione dell’omogeneità delle condizioni di offerta

¹⁰ Più precisamente, risultano: per il canale fisico, 66 concessionari e 121 concessioni + 30/32 ippodromi; per il canale *online*, 84 concessionari e 90 concessioni.

¹¹ Più precisamente, l’art. 1, comma 124, lett. c), della legge 29 dicembre 2022, n. 197 ha previsto per le scommesse canale fisico (estesa anche al canale *online*) una proroga delle attuali concessioni fino al 31 dicembre 2024.

¹² Il Decreto di quo è stato pubblicato in Gazzetta Ufficiale n. 78 del 3 aprile 2024.

¹³ In particolare, ai sensi del combinato disposto dell’art. 23, comma 3, e art. 6, comma 1, del Decreto il bando di gara sarà sui seguenti giochi a distanza: (i) scommesse, a quota fissa e a totalizzatore, su eventi, anche simulati, sportivi, inclusi quelli relativi alle corse dei cavalli, nonché su altri eventi; (ii) concorsi pronostici sportivi e ippici; (iii) giochi di ippica nazionale; (iv) giochi di abilità, inclusi i giochi di carte in modalità torneo e in modalità diversa dal torneo, nonché giochi di sorte a quota fissa; (v) scommesse a quota fissa con interazione diretta tra i giocatori; e (vi) bingo.

- in termini di quote, gamma e tipologie di eventi¹⁴ - sia in considerazione della rilevanza acquisita dall'offerta *online* nella raccolta da scommesse¹⁵.

B) L'attività di raccolta da giochi online

11. Sotto il profilo merceologico, l'Autorità, nei suoi precedenti¹⁶, ha individuato il mercato nazionale della raccolta da giochi *online* comprendente i seguenti giochi di carte e di abilità:

i. Casinò online, che replica in modalità digitale le tradizionali soluzioni di gioco disponibili nei *Casinò* fisici (*Roulette, Baccarat, Chemin de fer, Blackjack, etc.*);

ii. Poker online, che replica in modalità digitale il gioco del *poker*;

iii. Bingo online, che replica in modalità digitale il gioco del bingo;

iv. Giochi di abilità online.

12. Il tratto distintivo dei giochi *online* consiste nel fatto che le competenze del giocatore ne influenzano in maniera determinante l'esito. Tale aspetto, unitamente alla circostanza che tali giochi (ad eccezione del Bingo) siano proposti agli utenti soltanto via *web* e non trovino un gioco equivalente offerto nel canale fisico, fa sì che essi configurino un mercato distinto rispetto ad altri giochi, nella misura in cui la fruizione esclusivamente "in modalità digitale" appare un tratto essenziale del prodotto e dell'esperienza di gioco.

13. Le concessioni per l'esercizio della raccolta tramite giochi *online* consentono di operare sull'intero territorio nazionale, determinandosi dunque entro tale ambito il confronto concorrenziale tra i soggetti titolari di concessioni. Alla luce di ciò, si ritiene che la dimensione geografica del mercato sia nazionale.

C) L'attività di gestione delle sale da gioco

14. L'attività di gestione delle sale da gioco riveste un particolare rilievo per i concessionari, nella misura in cui la possibilità di disporre di sale situate in centri con maggiore densità abitativa o in aree più ricche del paese consente di sfruttare al meglio i diritti concessori associati ai propri apparecchi AWP e VLT o alla raccolta di scommesse fisiche. Analogamente, i gestori di sale da gioco con livelli elevati della raccolta possono godere di un maggiore potere contrattuale nei confronti dei concessionari nella definizione delle condizioni commerciali oltre che di maggiori entrate derivanti dall'aggio calcolato generalmente in percentuale sulla raccolta¹⁷.

15. La possibilità di aprire nuove sale da gioco è soggetta ai vincoli fissati da normative regionali e comunali, attualmente differenti nel territorio nazionale, in termini di ubicazione dei punti di gioco e, più precisamente, sulla distanza minima che devono rispettare da determinati luoghi di aggregazione (ad esempio luoghi di culto, scuole, ospedali, case di riposo); tali vincoli, che sono oggetto di periodica revisione, possono rendere più o meno conveniente l'apertura di nuovi esercizi.

¹⁴ Dal lato dell'offerta, i principali concessionari offrono pressoché tutte le tipologie di scommesse. Solo il *betting exchange* è offerto unicamente da Lottomatica e da Flutter Entertainment plc/Sisal S.p.A., detenendo però quest'ultima nel 2023 la quota più elevata pari al [85-90%].

¹⁵ Dalle informazioni fornite da Lottomatica nel 2023, risulta che il 67% della raccolta da scommesse deriva dal canale online, in crescita rispetto al 58% rilevato nel 2019.

¹⁶ Cfr. C12371- Gamenet Group/Lottomatica Videolot Rete-Lottomatica Scommesse, cit.

¹⁷ L'Autorità ha definito per la prima volta un mercato della gestione delle sale, di dimensione locale, nell'operazione di concentrazione C12546 - Lottomatica/Ricreativo B (cfr. provvedimento dell'Autorità n. 30789 del 14 settembre 2023, in Boll. n. 37/2023).

16. Sotto il profilo geografico, pertanto, si tiene che l'attività di gestione delle sale abbia dimensioni geografiche locali, legate alle citate normative regionali e comunali. In prima approssimazione, i mercati geografici possono essere definiti di dimensione comunale; tuttavia, nel caso di specie, non è necessario addivenire a una più precisa definizione¹⁸.

D) L'attività di produzione, sviluppo e fornitura di giochi e servizi di scommesse e di lotterie

17. L'attività di produzione, sviluppo e fornitura di giochi e servizi di scommesse e di lotterie si colloca a monte rispetto ai mercati della raccolta da scommesse e da giochi online. Infatti, gli operatori attivi nella raccolta da scommesse e da giochi *online* si riforniscono da operatori specializzati nella produzione, nello sviluppo e nella fornitura di tali giochi ai concessionari.

18. Nei suoi precedenti, l'Autorità ha lasciato aperta la definizione merceologica e geografica di questo mercato¹⁹. Anche ai fini della presente valutazione non occorre approfondirne l'esatta delimitazione merceologica e geografica, posto che l'operazione non è suscettibile di produrre criticità concorrenziali indipendentemente dalla definizione del mercato.

IV.2 Gli effetti dell'operazione

19. Nel mercato nazionale della raccolta da scommesse, l'operazione in esame dà luogo ad una sovrapposizione orizzontale tra le Parti. In particolare, in tale mercato, a Lottomatica²⁰ è attribuibile, nel 2003, una quota pari al [20-25%], mentre nello stesso anno la quota di SKS365²¹ è stimata pari al [5-10%]. Pertanto la quota *post merger* sarà pari circa al [25-30%].

20. Anche se, ad esito dell'operazione, Lottomatica diventerà il primo operatore di mercato, la stessa non appare suscettibile di determinare effetti pregiudizievoli per la concorrenza, in quanto nel mercato sono presenti altri operatori con quote rilevanti, come ad esempio Flutter Entertainment plc/Sisal S.p.A.²² (con il [20-25%]), Playtech S.p.A. (con il [10-15%]), Bet365 Group Ltd (con il [10-15%]), e Entain Plc (con il [10-15%]).

21. Inoltre, come sopra rilevato, l'attività di raccolta da scommesse, sia per il canale fisico sia per il canale *online*, è subordinata al rilascio di una concessione, a seguito di procedura di gara aperta, da parte dell'ADM e l'attuale numero di concessionari risulta elevato.

22. Anche nel mercato nazionale della raccolta da giochi *online*, l'operazione in esame comporta una sovrapposizione orizzontale tra le Parti. Le quote detenute dal Gruppo Lottomatica²³ e SKS365, nel 2023, sono stimate pari, rispettivamente, al [20-25%] e al [5-10%]. Pertanto la quota *post merger* sarà pari al [25-30%].

¹⁸ In relazione alle specificità territoriali e normative delle aree in cui sono ubicate le sale da gioco, non si esclude che i mercati locali della gestione delle sale da gioco possano presentare dimensioni maggiori o minori.

¹⁹ Cfr. provvedimento n. 30405 del 6 dicembre 2022 relativo al caso C12505 – LOTTOMATICA/BETFLAG, in Boll. n. 46/2022.

²⁰ Con riferimento alle scommesse, al gruppo Lottomatica fanno riferimento i seguenti marchi: "Better", "Goldbet", "Intralot" e "Betflag" e i seguenti siti web: www.lottomatica.it, www.goldbet.it e www.betflag.it.

²¹ SKS365 offre i propri servizi attraverso il marchio PlanetWin365 e alla società fanno riferimento i seguenti siti: www.planetwin365.it, www.planetwin365.news e www.calcio.com.

²² Cfr. provvedimento n. 30251 del 19 luglio 2022 relativo al caso C12465 - FLUTTER ENTERTAINMENT/SISAL, in Boll. n. 30/2022.

²³ Con riferimento ai giochi online, al gruppo Lottomatica fanno riferimento solo i seguenti marchi: "Better", "Goldbet", e "Betflag" e i seguenti siti web: www.lottomatica.it, www.goldbet.it e www.betflag.it.

23. La quota *post merger* della raccolta da giochi *online* non appare pregiudizievole per la concorrenza tenuto conto del fatto che il secondo operatore, Flutter Entertainment plc/Sisal S.p.A., detiene una quota solo di pochi punti percentuali inferiore al Gruppo Lottomatica, pari al [25-30%], e che vi sono altri concorrenti con quote di un certo rilievo, quali Entain Plc (con il [5-10%]), Snaitech S.p.A. (con il [5-10%]) e 888 Holdings + William Hill²⁴ (con il [5-10%]).

24. Peraltro, SKS365 è un operatore relativamente piccolo nel mercato nazionale della raccolta da giochi *online*, che opera principalmente nel segmento del “Casinò”, l’unico gioco *online* in cui la società Target ha una quota di mercato [5-10%].

25. Inoltre, come sopra evidenziato, per svolgere l’attività di raccolta da giochi *online* è necessario il possesso di una concessione rilasciata dall’ADM, a seguito di procedura di gara aperta, ed è elevato il numero di concessionari di gioco a distanza attualmente autorizzati e attivi nella fornitura di giochi *online* in Italia²⁵.

26. Con specifico riguardo al gioco *online* in Italia, va inoltre considerato che è particolarmente concorrenziale per i seguenti motivi:

i. passare da un operatore all’altro è facile e veloce. L’apertura di conti *online* con gli operatori di gioco *online* è gratuita e facile, e i clienti sono incentivati ad aprire nuovi conti grazie ad un’ampia gamma di offerte disponibili sul mercato;

ii. esistono alti livelli di “abbandono” della clientela a favore di operatori concorrenti. La perdita del cliente a favore di concorrenti stimola una forte concorrenza tra operatori di gioco *online* per acquisire, mantenere e riacquistare clienti;

iii. sussiste un’intensa rivalità sulla base di parametri di prezzo e non. Le promozioni e/o le offerte risultano spesso tra i principali criteri considerati dai clienti nella scelta di un operatore, ma anche la qualità del prodotto è un fattore chiave per acquisire, riacquistare e mantenere i clienti.

27. Per quanto riguarda il mercato a monte della produzione, sviluppo e fornitura di giochi e servizi di scommesse e di lotterie, l’operazione non è suscettibile di produrre effetti orizzontali. In tale mercato è infatti presente solamente Lottomatica, tramite Giocaonline, mentre la società Target non è attiva. Anche sotto il profilo verticale, l’operazione non è idonea a determinare effetti di rilievo.

28. Da ultimo, con riferimento al mercato a valle della gestione delle sale da gioco e quindi con riguardo agli effetti verticali determinati dall’acquisizione da parte di Lottomatica dell’unica sala da gioco gestita da SKS365, si fa presente che si tratta di un *flagship store* in Roma, in via dell’Arco di Travertino. In questa sala da gioco, SKS365 fornisce servizi di scommesse sulla base della propria concessione, nonché gestisce apparecchi da intrattenimento e divertimento per conto di un terzo titolare di concessione rilasciata da ADM. Nel Comune di Roma Lottomatica possiede e gestisce unicamente tre sale, su un totale di sale da gioco presenti nel territorio comunale in questione pari a 622 unità. L’operazione, pertanto, non determinerà effetti di rilievo sotto il profilo verticale,

²⁴ A luglio 2022, 888 Holdings ha completato l’acquisizione di William Hill.

²⁵ Sulla base dei dati riportati nel sito dell’ADM, ad oggi vi sono 110 titolari di concessioni ADM per la raccolta da giochi online. Per operare nel mercato non è necessaria una tecnologia sofisticata ed è relativamente facile lanciare una nuova offerta di gioco online o espandere un’offerta di gioco esistente, in quanto esistono molti fornitori di software che forniscono la necessaria tecnologia di base e consentono ai nuovi operatori di entrare nel mercato della raccolta da giochi online in modo rapido e semplice, a costi contenuti.

realizzandosi sostanzialmente il subentro di Lottomatica nella gestione dell'unica sala di SKS365 a Roma.²⁶

29. Alla luce delle considerazioni suesposte, l'operazione in esame non appare suscettibile di determinare effetti pregiudizievoli per la concorrenza, non determinando modifiche sostanziali della struttura dei mercati interessati.

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.

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

IL SEGRETARIO GENERALE
Guido Stazi

IL PRESIDENTE
Roberto Rustichelli

²⁶ Peraltro, l'eventuale sostituzione di apparecchi del gruppo Lottomatica agli apparecchi del concessionario oggi presente nella sala di SKS365, se in linea teorica appare possibile, sulla base delle informazioni acquisite nei precedenti dell'Autorità risulta improbabile (Cfr. C12546 - Lottomatica/Ricreativo B, cit.).

C12622 - FINTEL GAS E LUCE/RAMO D'AZIENDA DI EICOM*Provvedimento n. 31175*

L' AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 18 aprile 2024;

SENTITO il Relatore, Saverio Valentino;

VISTO il Regolamento (CE) n. 139/2004 relativo al controllo delle concentrazioni tra imprese;

VISTA la legge 10 ottobre 1990, n. 287;

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

VISTA la comunicazione della società Fintel Gas e Luce S.r.l., pervenuta il 4 aprile 2024;

VISTA la documentazione agli atti;

CONSIDERATO quanto segue

I. LE PARTI

1. Fintel Gas e Luce S.r.l. (di seguito, "Fintel") è una società attiva nella vendita di energia elettrica e gas naturale a clienti finali, domestici e non domestici, nonché nella commercializzazione di sistemi per il risparmio energetico. Fintel è controllata da Alperia S.p.A. (di seguito, "Alperia"), che ne detiene il 90% del capitale sociale, mentre il restante 10% è detenuto dalla società Fintel Energia Group S.p.A. Alperia è una società *holding* che, attraverso le proprie controllate, opera in diversi rami del settore energetico, tra i quali produzione di energia da fonti rinnovabili; trasmissione, acquisto, vendita e distribuzione di energia elettrica; importazione, esportazione, trasporto, stoccaggio, distribuzione e vendita del gas; progettazione, realizzazione, e gestione di sistemi e servizi di supporto alla mobilità e di sistemi e reti di telecomunicazione; fornitura di servizi, svolgimento di progetti e consulenza nei settori della tutela del clima, del risparmio e dell'efficienza energetici. Il capitale di Alperia è detenuto dalla Provincia Autonoma di Bolzano, dal Comune di Bolzano, dal Comune di Merano e dalla società Selfin S.r.l. che raggruppa i Comuni e le Comunità comprensoriali del Sud Tirolo.

2. Nel 2022 Fintel ha realizzato, interamente in Italia, un fatturato pari a 54,8 milioni di euro; nello stesso periodo, Alperia ha realizzato un fatturato pari a 3.602 milioni di euro, anch'esso interamente in Italia.

3. Oggetto di acquisizione è un ramo d'azienda di proprietà di Eicom S.r.l. (di seguito, "Eicom"), costituito dagli *assets* e dai contratti relativi ai servizi di fornitura di energia elettrica e gas naturale a clienti finali, domestici e non domestici. Eicom è attualmente attiva, oltre che nella vendita di energia elettrica e gas naturale a clienti finali, domestici e non domestici, nella fornitura di fibra e di servizi di efficienza energetica, noleggio auto e nell'installazione di stazioni di ricarica elettriche. Il capitale sociale di Eicom è detenuto per il 90% dalla società Più Energia S.r.l. - *holding* di partecipazioni controllata da Sviluppo Industriale Lombardo S.r.l. - e per il restante 10% da una persona fisica. Nel 2022 il fatturato del ramo d'azienda è stato di 125,5 milioni di euro interamente realizzati in Italia.

II. DESCRIZIONE DELL'OPERAZIONE

4. L'operazione comunicata (di seguito, "Operazione") consiste nell'acquisizione, da parte di Fintel, del ramo d'azienda di Eicom relativo ai servizi di vendita di energia elettrica e gas naturale a clienti domestici e non domestici e, dunque, dei diritti, obblighi e rapporti giuridici finalizzati alla prestazione di tali servizi sul territorio italiano.
5. La stipula del contratto definitivo di cessione del ramo d'azienda è subordinata al realizzarsi di talune condizioni *[omissis]**.
6. Parte integrante dell'Operazione è un patto di non concorrenza e non sollecitazione in base al quale Eicom si impegna, per un periodo di cinque anni: *[omissis]*.

III. QUALIFICAZIONE DELL'OPERAZIONE

7. L'Operazione, in quanto comporta l'acquisizione del controllo di parte di un'impresa, costituisce una concentrazione ai sensi dell'articolo 5, comma 1, lettera *b*), della legge n. 287/1990. 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 567 milioni di euro e il fatturato totale realizzato individualmente, nell'ultimo esercizio a livello nazionale, da almeno due delle imprese interessate è stato superiore a 35 milioni di euro.
8. Il patto di non concorrenza e non sollecitazione descritto in precedenza può essere qualificato come accessorio alla concentrazione comunicata, in quanto funzionale alla salvaguardia della parte di impresa acquisita, a condizione che esso sia limitato merceologicamente ai servizi oggetto della parte di impresa acquisita, geograficamente all'area d'attività della parte di impresa acquisita e temporalmente ad un periodo di due anni, e non impedisca al Venditore di acquistare o detenere partecipazioni a soli fini di investimento finanziario¹.

IV. VALUTAZIONE DELLA CONCENTRAZIONE

I mercati rilevanti e gli effetti dell'Operazione

9. Gli ambiti di attività di Fintel e del ramo d'azienda acquisita si sovrappongono nella vendita di energia elettrica e gas naturale a piccoli clienti, domestici e non domestici.
10. In ragione dell'operatività delle Parti e della consolidata prassi nazionale e comunitaria, che individua mercati rilevanti separati a seconda della dimensione dei clienti, delle caratteristiche della domanda, e della tipologia di allacciamento (alta/media/bassa tensione), i mercati rilevanti per la valutazione della presente Operazione sono: (i) il mercato della vendita al dettaglio di energia elettrica a clienti domestici connessi in bassa tensione; (ii) il mercato della vendita al dettaglio di energia elettrica a clienti non domestici connessi in bassa tensione; (iii) il mercato della vendita al dettaglio di gas naturale a clienti di piccole dimensioni.

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

¹ Cfr. Comunicazione della Commissione sulle restrizioni direttamente connesse e necessarie alle operazioni di concentrazione (2005/C 56/03), §. 25 pubblicata in GUCE del 5 marzo 2005.

Mercati della vendita al dettaglio di energia elettrica a clienti connessi in bassa tensione

11. Nella propria consolidata prassi², l'Autorità ha individuato per i mercati della vendita al dettaglio di energia elettrica a clienti connessi in bassa tensione, sia domestici che non domestici, ambiti geografici locali e comunque più ristretti di quello nazionale, anche in considerazione dell'importanza del ruolo storicamente svolto a livello locale dalle società di vendita in regime di maggior tutela. A seguito del progressivo abbandono degli esercenti la maggior tutela da parte della maggioranza dei clienti, l'ambito di concorrenza tra gli operatori si è ampliato, pur mantenendosi influenzato dal radicamento storico dei *player* più importanti. Le stesse recenti aste per il Servizio a Tutele Graduali sembrano aver confermato l'importanza della dimensione locale della concorrenza tra i venditori al dettaglio di energia elettrica nel *mass market*. Nel caso di specie non si ritiene comunque necessario definire in maniera più accurata l'ambito geografico dei mercati rilevanti della vendita ai clienti domestici e non domestici allacciati in bassa tensione, in quanto l'esito della valutazione dell'Operazione non cambierebbe qualunque fosse la definizione adottata. Infatti, secondo i dati forniti la quota di mercato congiunta delle Parti a livello nazionale, riferita al 2022 e calcolata sui volumi di vendita, risulta inferiore all'1% con riferimento ai clienti domestici e pari a circa l'1,7% con riferimento ai clienti non domestici, mentre a livello provinciale la quota congiunta risulta inferiore al 2%, con l'eccezione della provincia di Bolzano, zona di radicamento storico di Alperia, dove la presenza di Eicom è trascurabile (rappresentando una quota inferiore allo 0,5%) e Alperia detiene una quota superiore al 50%. In questi mercati operano, peraltro, qualificati concorrenti, tra cui i maggiori operatori nazionali (Enel Energia S.p.A., Eni Plenitude S.p.A., A2A Energia S.p.A., Hera Comm S.p.A., Iren Energia S.p.A., Edison Energia S.p.A., Repower) e le barriere all'entrata sono modeste. L'Operazione non appare quindi suscettibile di incidere significativamente sulla concorrenza nei mercati della vendita di energia elettrica a clienti domestici e a clienti non domestici allacciati in bassa tensione.

 Mercati della vendita al dettaglio di gas naturale

12. Per quanto riguarda la vendita al dettaglio di gas naturale, le Parti sono attive nella vendita a clienti finali di piccole dimensioni (cioè con consumi inferiori a 200.000 mc/anno).

13. Con riferimento a tale mercato, l'Autorità non ha individuato un mercato rilevante distinto per i clienti condominiali e ha tradizionalmente considerato un mercato di dimensione locale, pur essendosi recentemente interrogata sulla possibilità di considerare un mercato più ampio, anche alla luce della progressiva riduzione della quota del servizio di tutela (storicamente offerto dalle imprese collegate ai distributori locali), che è cessato all'inizio del 2024 per i clienti non vulnerabili. Nel caso di specie, non appare necessario definire in maniera più accurata il perimetro merceologico e geografico del mercato rilevante, in quanto l'esito della valutazione della presente operazione non cambierebbe qualunque fosse la definizione adottata. Infatti, qualora si individuasse un mercato separato delle forniture ai condomini con consumi inferiori ai 200.000 mc/anno, le sovrapposizioni tra le quote delle Parti sarebbero trascurabili. Inoltre, con riferimento all'ambito merceologico

² Cfr. a titolo esemplificativo: provvedimento n. 30443 del 21 dicembre 2022, C12508 - *Eni Plenitude/Plt Energia-Sef*, in Bollettino n. 2/2023; provvedimento n. 30416 del 13 dicembre 2022, C12503 - *Axpo Italia-Canarino/Ramo d'azienda di Green Network*, in Bollettino n. 1/2023; provvedimento n. 29986 dell'8 febbraio 2022, C12425 - *Iren/Alegas*, di cui al, in Bollettino n. 7/2022.

tradizionalmente individuato dall’Autorità, dai dati forniti dalle Parti emerge che la quota di mercato congiunta delle Parti a livello nazionale, riferita al 2022 e calcolata sui volumi di vendita, risulta pari a circa l’1,4%, mentre a livello provinciale la quota congiunta risulta inferiore all’1,5%, con l’eccezione della provincia di Bolzano, zona di radicamento storico di Alperia, dove la presenza di Eicom è trascurabile (rappresentando una quota inferiore allo 0,5%) e Alperia detiene una quota superiore al 70%. L’Operazione non appare quindi suscettibile di incidere significativamente sulla concorrenza nel mercato della vendita al dettaglio di gas naturale a clienti di piccole dimensioni, anche in considerazione della presenza in tutti i mercati in cui operano le Parti di qualificati concorrenti, tra cui i maggiori operatori nazionali (Eni Plenitude S.p.A.; Edison Energia S.p.A.; Enel Energia S.p.A.; Hera Comm S.p.A.; A2A Energia S.p.A.; Iren Energia S.p.A.; EPH S.p.A.; Axpo Italia S.p.A.; Shell Energy Italia S.r.l.; Sorgenia S.p.A.), e del basso livello delle barriere all’entrata.

14. Alla luce delle considerazioni che precedono, la concentrazione in esame non appare idonea a modificare in maniera significativa la concorrenza effettiva nei mercati interessati e 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;

RITENUTO che il patto di non concorrenza e non sollecitazione può essere considerato accessorio alla presente operazione solo nei limiti temporali, merceologici e geografici sopra indicati e che l’Autorità si riserva di valutare, laddove sussistano i presupposti, il suddetto patto ove si realizzi oltre tali limiti;

DELIBERA

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

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

C12625 - FROZEN INVESTMENTS-SAMMONTANA FINANZIARIA/SAMMONTANA-FORNO D'ASOLO

Provvedimento n. 31184

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 30 aprile 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 decisione della Commissione europea del 13 marzo 2024 di rinviare all'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato la valutazione dell'operazione, ai sensi dell'articolo 4, paragrafo 4, del Regolamento (CE) n. 139/2004;

VISTA la comunicazione delle società Frozen Investments S.à r.l. e Sammontana Finanziaria S.r.l., pervenuta in data 11 aprile 2024;

VISTA la documentazione agli atti;

CONSIDERATO quanto segue:

I. LE PARTI***1.1. Frozen Investments e il Gruppo Investindustrial***

1. Frozen Investments S.à r.l. (di seguito, "Frozen") è una società di diritto lussemburghese costituita appositamente per la realizzazione dell'operazione di concentrazione in esame. Il capitale sociale di Frozen è detenuto dal fondo Investindustrial VIII S.C.Sp., gestito da BI Invest Endowment Management S.à r.l., la quale ha delegato la gestione del proprio portafoglio di investimenti a Investindustrial Advisors Limited, società di diritto inglese il cui capitale è interamente detenuto da Investindustrial S.A., posta al vertice del gruppo Investindustrial (di seguito, "Gruppo Investindustrial").

2. Il Gruppo Investindustrial è un gruppo d'investimento, specializzato nell'acquisizione di medie imprese attive nei settori dei beni di consumo (compresi i settori degli alimenti e delle bevande), del tempo libero, della salute, dei servizi, della tecnologia e della produzione industriale.

3. Il Gruppo Investindustrial ha realizzato nel 2023 un fatturato consolidato a livello mondiale di [9-10]* miliardi di euro, di cui [3-4] miliardi di euro realizzati nell'Unione Europea e [1-2] miliardi di euro realizzati in Italia.

1.2. Sammontana Finanziaria e Sammontana

4. Sammontana S.p.A. Società Benefit (di seguito, "Sammontana") è una società attiva nella produzione e commercializzazione di prodotti freschi e surgelati, tra cui prodotti da forno, gelato industriale (confezionato e sfuso) e piatti pronti. Nel settore dei prodotti da forno, Sammontana

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

produce e commercializza principalmente prodotti per la prima colazione (con i marchi Tre Marie, Il Pasticcere e Mongelo) e, in misura minore, *snack* salati, pasticceria e panetteria (con il marchio BonChef). I prodotti sono distribuiti al canale *food service* attraverso una rete di vendita sia diretta sia indiretta.

5. Il capitale sociale di Sammontana è interamente detenuto da Sammontana Finanziaria S.r.l. (di seguito, “Sammontana Finanziaria”), la *holding* di partecipazioni a capo dell’omonimo gruppo, a sua volta controllata dalla famiglia Bagnoli.

6. Nel 2023, Sammontana ha realizzato un fatturato consolidato a livello mondiale di [100-567] milioni di euro, di cui [100-567] milioni di euro realizzati nell’Unione Europea e [100-567] milioni di euro realizzati in Italia.

1.3. Forno d’Asolo

7. Forno d’Asolo S.p.A. (di seguito, “FdA” o “Forno d’Asolo”) è una società attiva - anche tramite le proprie controllate - principalmente nella produzione e commercializzazione di prodotti da forno surgelati e, in misura minore, di gelati industriali.

8. Forno d’Asolo è controllata da Piave Investment S.à r.l. (di seguito, “Piave”), società con sede in Lussemburgo, indirettamente dai fondi BC European Capital X Fund e BCEC X Luxembourg 1 S.C.Sp..

9. Nel settore dei prodotti da forno, la gamma di prodotti FdA comprende: (i) i prodotti da forno per la prima colazione (ad esempio, cornetti semplici o ripieni, *krapfen* e altre specialità dolciarie) con i marchi Lizzi, Forno d’Asolo e Bindi; (ii) i prodotti da forno salati (ad esempio, focacce semplici e farcite, pizza e sfizi salati) con i marchi Forno d’Asolo, SPAR, Forno della Rotonda e Buoni e Pronti; (iii) la pasticceria (ad esempio, tiramisù, *cheesecake*, torte tradizionali, torte multistrato, dessert al cucchiaio) con i marchi La Donatella, Bindi, Gelpat e Forno d’Asolo e (iv) i prodotti di panetteria con i marchi SPAR, Buoni e Pronti, Forno della Rotonda e Forno d’Asolo. Forno d’Asolo serve il canale *food service* con una rete distributiva proprietaria nonché tramite grossisti e concessionari.

10. Nel 2023, FdA ha realizzato un fatturato consolidato a livello mondiale di [100-567] milioni di euro, di cui [100-567] milioni di euro realizzati nell’Unione europea e [100-567] milioni di euro realizzati in Italia.

II. DESCRIZIONE DELL’OPERAZIONE

11. La concentrazione comunicata (di seguito anche “Operazione”) ha a oggetto l’acquisizione del controllo congiunto, da parte di Sammontana Finanziaria e Frozen, di Sammontana e FdA.

12. In particolare, l’Operazione prevede che Sammontana Finanziaria conferisca Sammontana in una *holding* di partecipazioni (di seguito, “HoldCo”), la quale conferirà, a sua volta, Sammontana in una nuova società appositamente costituita (di seguito, “BidCo”), da essa interamente partecipata. Parallelamente, Frozen acquisirà, tramite la sottoscrizione di un aumento di capitale, una partecipazione di minoranza in HoldCo e sottoscriverà con Sammontana Finanziaria un patto parasociale idoneo a conferirle il controllo congiunto su HoldCo e sulla sua controllata BidCo. Infine, HoldCo, per il tramite di BidCo, acquisirà la totalità delle azioni di FdA.

13. A esito dell’Operazione, Sammontana Finanziaria e Frozen deterranno il controllo congiunto di Sammontana e FdA. [omissis].

14. L'Operazione non è allo stato soggetta ad alcuna condizione sospensiva o risolutiva, in quanto tutte le condizioni sospensive dell'Operazione risultano già soddisfatte.

III. QUALIFICAZIONE DELL'OPERAZIONE

15. L'Operazione comunicata, in quanto comporta l'acquisizione del controllo congiunto di più imprese, costituisce una concentrazione ai sensi dell'articolo 3, paragrafo 1, lettera b) del Regolamento (CE) n. 139 del 20 gennaio 2004 e dell'articolo 5, comma 1, lettera b), della legge n. 287/1990.

16. L'Operazione rientra nell'ambito di applicazione del Regolamento (CE) n. 139/2004, in quanto soddisfa le condizioni previste dall'articolo 1, paragrafo 2 del medesimo Regolamento. A seguito della decisione del 13 marzo 2024 con la quale la Commissione, ai sensi dell'articolo 4, paragrafo 4, del Regolamento (CE) n. 139/2004, ha disposto che l'operazione venisse integralmente rinviata all'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato, alla concentrazione è applicabile la legge n. 287/1990.

IV. VALUTAZIONE DELL'OPERAZIONE

IV.1. Premessa

17. L'Operazione comporterà il consolidamento di Sammontana e Forno d'Asolo all'interno del medesimo gruppo di controllo. In ragione delle attività delle imprese interessate dall'Operazione, si osserva che la stessa interessa principalmente il settore dei prodotti da forno, in particolar modo surgelati, che a loro volta possono essere suddivisi in (i) prodotti da forno per la prima colazione (ad esempio, cornetti semplici o ripieni, *krapfen* e altre specialità dolciarie); (ii) prodotti da forno salati (*snack* salati); (iii) prodotti di pasticceria (ad esempio, tiramisù, *cheesecake*, torte tradizionali, torte multistrato, *dessert* al cucchiaino) e (iv) prodotti di panetteria.

18. Tali prodotti possono essere commercializzati presso: (i) il canale *food service*, comprensivo dei canali Ho.Re.Ca.¹ e *catering*; (ii) il canale *retail*, consistente nella vendita al dettaglio al consumatore finale dei prodotti surgelati attraverso la grande distribuzione organizzata (di seguito, "GDO") e (iii) gli *in-store bakery* della GDO, vale a dire i reparti specializzati della GDO in cui i prodotti surgelati vengono cotti, confezionati e venduti ai clienti finali. I prodotti da forno surgelati per la prima colazione rappresentano una parte preponderante dei fatturati delle Parti con riferimento al totale dei prodotti da forno surgelati nel canale *food service*.

19. L'Operazione interessa altresì il settore del gelato industriale, in cui sia Sammontana sia FdA sono attive nella produzione e vendita tanto del gelato da impulso quanto di quello destinato al canale *catering*.

20. Non risultano interessati dalla presente Operazione altri mercati su cui le Parti sono attive (semilavorati alimentari, ristorazione commerciale e distribuzione al dettaglio di prodotti alimentari e non alimentari), in quanto a esito dell'Operazione non si realizzano effetti orizzontali né verticali di rilievo.

¹ Il canale Ho.Re.Ca. include bar (tra cui quelli presenti nei punti vendita della GDO), hotel, ristoranti, pizzerie, locali e strutture di intrattenimento.

IV.2. I mercati rilevanti

IV.2.a. I mercati della produzione e commercializzazione dei prodotti da forno

(a) I precedenti nazionali ed europei

21. La recente prassi dell’Autorità e della Commissione europea ha ritenuto, diversamente da valutazioni svolte nel passato, che i prodotti da forno freschi e surgelati costituiscono due mercati merceologicamente distinti².

22. In particolare, la Commissione, pur lasciando aperta la definizione esatta del mercato, ha segmentato il mercato dei prodotti alimentari nei canali del *retail* e del *food service*, e ha distinto alimenti surgelati, refrigerati e freschi. All’interno del segmento degli alimenti surgelati, la Commissione ha considerato la distinzione tra: (i) prodotti da forno per la prima colazione surgelati, (ii) *snack* salati surgelati; (iii) pasticceria surgelata e (iv) panetteria surgelata³.

23. Coerentemente con l’impostazione della Commissione, nei due più recenti precedenti riguardanti FdA, l’Autorità ha considerato esclusivamente un mercato dei prodotti da forno surgelati, lasciando aperta l’esatta definizione merceologica dei mercati con riferimento alla distinzione tra categorie di prodotti (prodotti da prima colazione, *snack* salati, pasticceria e panetteria) e tra canali distributivi (*food service* e *retail*)⁴. Con riguardo ai canali distributivi è stato, in ogni caso, osservato che essi “*presentano sostanziali diversità relative alla tipologia di clienti e alle loro esigenze, con conseguenti differenze nel packaging, nella dimensione, nella qualità e nei prezzi dei prodotti*”⁵.

24. Nei precedenti nazionali ed europei, la dimensione geografica dei mercati relativi ai prodotti da forno è stata definita nazionale⁶.

(b) La definizione dei mercati secondo le Parti notificanti

25. Ad avviso delle Parti notificanti, i prodotti da forno potrebbero essere riconducibili a un unico mercato rilevante, senza distinzione tra fresco e surgelato, di categoria di prodotto e di canale di vendita. Secondo le Parti notificanti, infatti, un prodotto da prima colazione potrebbe essere sostituito dai consumatori con un prodotto salato o uno di pasticceria. Inoltre, alcune evidenze confermerebbero che, anche durante la prima colazione, vi sarebbe una domanda di prodotti salati e le farciture di alcuni cornetti potrebbero essere sia dolci che salate.

26. Ad avviso delle Parti notificanti, inoltre, prodotti da forno freschi e surgelati sarebbero tra loro sostituibili, in quanto sostanzialmente omogenei, in termini di materie prime utilizzate e prezzi di vendita, e la natura surgelata o fresca del prodotto sarebbe ininfluenza ai fini della decisione di acquisto tanto degli esercenti del canale *food service* quanto dei consumatori finali. Secondo

² Cfr. decisione della Commissione UE del 14 luglio 2016, caso M.7946 - *Pai/Nestle/Froneri*; provvedimenti n. 28194 del 17 marzo 2020, C12288 - *Forno d’Asolo/Pasticceria Bindi*, in Bollettino n. 14/2020 e n. 27273 del 20 luglio 2018, C12174 - *BCEC Management X/Forno d’Asolo*, in Bollettino n. 30/2018.

³ Cfr. decisione della Commissione UE, M.7946, cit..

⁴ Cfr. provvedimenti n. 28194 del 17 marzo 2020, C12288 e n. 27273 del 20 luglio 2018, C12174, cit.. Si veda, inoltre, provvedimento n. 30517 del 14 marzo 2023, C12526 - *Ferrero International/Holdinvest*, in Bollettino n. 13/2023.

⁵ Cfr. provvedimento n. 28194 del 17 marzo 2020, C12288 - *Forno d’Asolo/Pasticceria Bindi* par. 9, cit.

⁶ Cfr. decisione della Commissione UE M.7946 e provvedimenti n. 30517, del 14 marzo 2023, C12526; n. 28194 del 17 marzo 2020 C12288 e n. 27273 del 20 luglio 2018 C12174, cit..

un'indagine commissionata dalle Parti notificanti (di seguito, "indagine Tradelab")⁷, inoltre, il 72% degli esercenti intervistati riterrebbe che ai propri clienti non interessi sapere se i prodotti per la prima colazione siano freschi o surgelati. Sarebbe, inoltre, in corso negli ultimi anni una convergenza tra le due categorie di prodotti in termini di qualità e di assortimento.

27. Oltre a ciò, sarebbe frequente l'uso da parte di molti esercenti di un *mix* di prodotti freschi e surgelati. Secondo l'indagine Tradelab, infatti, il 69% dei bar intervistati servirebbero prodotti per la prima colazione sia freschi che surgelati in proporzioni simili (57% surgelato e 43% fresco), mentre la restante parte tratterebbe solo prodotti surgelati.

28. Le Parti notificanti rilevano, inoltre, un'elevata sostituibilità dal lato dell'offerta tra prodotti da forno freschi e surgelati, attestata dalla circostanza che numerosi fornitori tradizionalmente attivi nella produzione di prodotti freschi hanno iniziato a produrre anche prodotti surgelati.

29. Infine, le Parti notificanti ritengono che ai fini della valutazione della presente Operazione non sia necessario distinguere tra canale *retail* e *food service*, in quanto la sovrapposizione delle attività delle Parti è limitata, oltre al canale *food service*, agli *in-store bakery* e ai bar localizzati nei punti vendita della GDO. Tuttavia, tali specifiche tipologie di punto vendita andrebbero più opportunamente considerate all'interno del canale *food service*, giacché anch'esse soddisfano l'esigenza del consumatore finale di acquistare un prodotto pronto al consumo.

30. Secondo le Parti notificanti, la dimensione geografica dei mercati rilevanti appare essere nazionale in virtù delle differenze legislative, delle tendenze distributive riscontrate e dei gusti dei consumatori.

(c) Valutazioni preliminari dell'Autorità

(c.a) Distinzione tra prodotti freschi e surgelati

31. Le informazioni disponibili agli atti appaiono confermare l'appartenenza dei prodotti da forno freschi e surgelati a mercati merceologici distinti.

32. In particolare, secondo molti operatori di mercato, i prodotti da forno freschi e surgelati sarebbero differenti per caratteristiche di prezzo⁸, produzione e conservazione⁹. Inoltre, dal punto di vista degli esercenti, esisterebbero significative differenze, in quanto i prodotti surgelati presentano vantaggi in tema di gestione delle scorte e di adattamento alla domanda della gamma di prodotti offerti nel punto vendita, consentendo la disponibilità di un maggior numero di prodotti e referenze¹⁰. Rileva notare anche che nessuno fra i principali operatori nei prodotti da forno surgelati risulta attivo anche nei prodotti da forno freschi.

33. Le stesse evidenze documentali fornite dalle Parti notificanti forniscono elementi per ritenere non sostituibili i prodotti freschi con quelli surgelati. In primo luogo, quanto alla circostanza - emersa dall'indagine Tradelab - che il 69% dei bar interpellati appare trattare sia prodotti freschi che congelati, si osserva che il 34% di tali soggetti ha dichiarato che tale compresenza è data dalla necessità di soddisfare la domanda dei clienti con prodotti diversi; un ulteriore 32% motiva tale scelta con la necessità di soddisfare la domanda durante tutto il giorno e un ulteriore 31% per

⁷ Cfr. doc. 2, all. F.4.A.

⁸ Cfr., tra gli altri, docc. 20 e 28.

⁹ Cfr., tra gli altri, docc. 20, 25 e 28.

¹⁰ Cfr., tra gli altri, docc. 20, 25 e 28.

entrambi i motivi sopra citati. In sostanza, tali risposte sembrano mostrare che, per la quasi totalità degli intervistati, vi sia la necessità di una compresenza dei prodotti per soddisfare bisogni differenti e complementari e non per ragioni di sostituibilità tra tali tipologie di prodotti.

34. Inoltre, occorre osservare che, secondo la medesima indagine Tradelab, a seguito dell'aumento del prezzo del 10% del fornitore di prodotti da colazione surgelati: (i) solo l'11% dei bar intervistati che acquistano sia prodotti freschi che surgelati comprerebbe più prodotti da colazione freschi e (ii) solo il 2% dei bar intervistati che acquistano prodotti surgelati inizierebbe a comprare prodotti da colazione freschi. Considerando tutti i bar rispondenti alla domanda, solo circa l'8% degli stessi passerebbe - almeno in parte - ai prodotti da colazione freschi a seguito di un aumento significativo del prezzo.

35. Sempre dall'indagine Tradelab, emerge che quasi il 40% degli esercenti che trattano entrambe le tipologie di prodotto ravvede apprezzabili differenze tra i prezzi di fresco e surgelato.

(c.b) Distinzione tra categorie di prodotti da forno

36. Gli elementi preliminari acquisiti lasciano ritenere che vi sia una sostituibilità limitata tra le diverse categorie di prodotti da forno. Numerosi operatori interpellati ne hanno, al contrario, evidenziato la complementarità¹¹, atteso che prodotti per la prima colazione, *snack* salati, prodotti di pasticceria e di panetteria soddisferebbero bisogni differenti e sarebbero consumati in momenti diversi della giornata. Gli stessi documenti citati dalle Parti notificanti attestano un consumo di prodotti salati in occasione della prima colazione ancora piuttosto limitato¹².

(c.c) Distinzione tra canali di vendita

37. In analogia con la prassi adottata dalla Commissione europea in altri mercati del prodotto del largo consumo¹³, appare ragionevole includere in mercati rilevanti diversi i prodotti venduti per essere consumati in casa, e quindi in un momento successivo all'acquisto (c.d. *in home*, nel caso di specie coincidenti con quelli venduti nel canale *retail*, ossia presso i punti vendita della GDO), da quelli venduti per il consumo fuori casa (*out of home*, nel caso di specie coincidenti con quelli venduti nel canale *food service*), che avviene a ridosso dell'acquisto.

38. Come rappresentato dalle Parti notificanti, le vendite negli *in-store bakery* e nei bar presso i punti vendita della GDO potrebbero essere considerate all'interno del canale *food service*, considerata l'analoga modalità di fruizione del prodotto da parte del consumatore finale.

39. Tale distinzione appare opportuna anche in considerazione delle rilevanti differenze nella distribuzione: mentre il canale *food service* è generalmente servito tramite concessionari, grossisti e/o agenti, nel canale *retail* le imprese negoziano direttamente i contratti con la GDO in modo centralizzato¹⁴.

¹¹ Cfr., tra gli altri, docc. 22, 25, 28 e 39.

¹² Cfr. doc. 2, all. F.4.4, pag. 423.

¹³ Cfr., *ex multis*, decisioni della Commissione UE del 21 dicembre 2018, caso M.9122 - *TCCC/Costa* e del 29 ottobre 2001, caso *Cadbury Schweppes/Pernod Ricard*.

¹⁴ Le negoziazioni centralizzate caratterizzano inoltre, oltre agli *in-store bakery* e i bar presenti nei punti vendita della GDO, anche i grandi clienti del canale *food service* (ad esempio, catene della ristorazione, compagnie di crociera, ecc.).

40. Con particolare riguardo al canale *food service*, si osserva che la distribuzione dei prodotti da forno surgelati avviene tipicamente insieme a quella dei gelati; entrambe le tipologie di prodotto, infatti, necessitano di distributori in grado di garantire la c.d. catena del freddo.

(c.d) Conclusioni preliminari in merito alla definizione dei mercati

41. Sotto il profilo merceologico, gli elementi preliminari agli atti appaiono confermare una distinzione tra prodotti da forno freschi e surgelati e avvalorano la possibilità di segmentare ulteriormente il mercato per tipologia di prodotti (prodotti da forno per la prima colazione, *snack* salati, pasticceria e panetteria) e canale di vendita (*food service* e *retail*).

42. Dal punto di vista geografico, in linea con i precedenti nazionali ed europei e con la posizione delle Parti notificanti, è possibile ritenere che la dimensione del mercato sia nazionale.

IV.2.b. I mercati della produzione e commercializzazione dei gelati

43. Nei suoi precedenti, la Commissione europea ha tradizionalmente distinto il mercato del gelato industriale da quello del gelato artigianale¹⁵. Inoltre, nell'ambito del gelato industriale, il mercato del prodotto è stato ulteriormente segmentato nei seguenti sotto-mercati: (i) gelato per il consumo domestico; (ii) gelato per il consumo da impulso; (iii) gelato per il consumo presso il canale *catering*.

44. In un più recente caso nazionale¹⁶, l'Autorità, anche in considerazione delle peculiarità del mercato italiano, ha operato un'ulteriore segmentazione all'interno del gelato da impulso, distinguendo il mercato dei gelati monodose confezionati dal mercato del gelato sfuso.

45. Nei precedenti nazionali ed europei, la dimensione geografica dei mercati relativi ai gelati è stata definita come nazionale¹⁷.

IV.3. Gli effetti dell'operazione

IV.3.a. I mercati della produzione e commercializzazione dei prodotti da forno

46. Sulla base dei dati forniti dalle Parti notificanti, Sammontana e Forno d'Asolo rappresentano il primo e il secondo operatore di prodotti da forno surgelati in Italia nel canale *food service*. Per effetto della concentrazione, l'entità *post merger* consoliderà la propria posizione di *leadership* nelle vendite nazionali di prodotti da forno surgelati.

47. Considerando le quote nei singoli mercati in cui il settore potrebbe essere ulteriormente suddiviso, nel canale *food service* - l'unico canale dove operano sia Sammontana sia Forno d'Asolo - l'Operazione determina una sovrapposizione rilevante per una specifica categoria di prodotti, ossia i prodotti da forno surgelati per la prima colazione, a cui è ascrivibile la parte prevalente del fatturato delle Parti (rispettivamente, il [80-100%] e il [50-70%]) sul fatturato complessivo derivante dai prodotti da forno surgelati.

¹⁵ Cfr., *ex multis*, M.7946 - PAI/Nestlé/Froneri, cit..

¹⁶ Cfr. provvedimento n. 26822 del 31 ottobre 2017, par. 304-406, A484 - Unilever/Distribuzione gelati, in Bollettino n. 47/2017.

¹⁷ Cfr. decisione della Commissione UE M.7946 - P-i/Nestlé/Froneri nonché i provvedimenti n. 30517 del 14 marzo 2023, C12526 - Ferrero International/Holdinvest; n. 28194 del 17 marzo 2020, C12288 - Forno d'Asolo/Pasticceria Bindi e n. 27273 del 20 luglio 2018, C12174 - BCEC Management X/Forno d'Asolo, cit..

Tabella n. 1: quote di mercato delle Parti nei mercati dei prodotti da forno surgelati, anno 2023¹⁸

	Sammontana	FdA	Quota congiunta
<i>Prodotti da forno surgelati per la prima colazione</i>	[20-25%]	[20-25%]	[45-50%]
<i>Snack salati surgelati</i>	[1-5%]	[15-20%]	[20-25%]
<i>Pasticceria surgelata</i>	[1-5%]	[20-25%]	[25-30%]
<i>Panetteria surgelata</i>	[<1%]	[1-5%]	[1-5%]

48. In particolare, in tale mercato *prima facie* individuato, l'entità *post merger* verrebbe a detenere una quota del [45-50%], a fronte di quote dei principali concorrenti inferiori al 10%. In tale mercato, inoltre, l'indice HHI passerebbe da un valore *pre merger* di 1.430 a un valore *post merger* di 2.511, con un incremento considerevole (pari a 1.081 punti)¹⁹.

Tabella n. 2: quote di mercato delle Parti e dei principali concorrenti nel mercato dei prodotti da forno surgelati per la prima colazione, anno 2023²⁰

	Quota di Mercato (%)
<i>Sammontana</i>	[20-25%]
<i>Forno d'Asolo</i>	[20-25%]
Quota combinata	[45-50%]
<i>Dolciaria Acquaviva</i>	[5-10%]
<i>Delifrance</i>	[5-10%]
<i>Dolcevita (Unilever)</i>	[5-10%]
<i>Froneri (Nestlé)</i>	[5-10%]
<i>Bridor</i>	[1-5%]

¹⁸ Fonte: stime delle Parti.

¹⁹ Secondo gli Orientamenti relativi alla valutazione delle concentrazioni orizzontali a norma del regolamento del Consiglio relativo al controllo delle concentrazioni tra imprese (2004/C 31/03), "È poco probabile che la Commissione individui problemi sotto il profilo della concorrenza orizzontale in un mercato se dopo la concentrazione lo HHI è inferiore a 1 000. [...] È parimenti improbabile che la Commissione formuli obiezioni sotto il profilo della concorrenza orizzontale se, dopo la concentrazione, lo HHI è compreso tra 1 000 e 2 000 e il delta è inferiore a 250, ovvero se, dopo la concentrazione, lo HHI è superiore a 2 000 e il delta è inferiore a 150". Si precisa che, in assenza di valori puntuali delle quote di mercato degli operatori concorrenti, è stato considerato il valore medio dell'intervallo fornito dalle Parti notificanti. Per allocare il residuo di mercato (corrispondente alla voce "Altro"), si è diviso tale residuo ([15-20%]) per la quota dell'operatore più piccolo (ovvero [1-5%] di Bridor, calcolata seguendo l'ipotesi di cui sopra), ottenendo 4 operatori ai quali è stato allocato a ciascuno il [1-5%] di mercato. È stato infine attribuito il restante [1-5%] ad un quinto operatore.

²⁰ Fonte: stime delle Parti.

49. A ciò si aggiunga che Sammontana e FdA risultano fra i pochi operatori del settore a detenere la scala necessaria allo sviluppo di una rete distributiva diretta, che consente loro di essere meno esposti a rischi legati a eventuali cessazioni dei rapporti con i concessionari e di avere una più stabile *route to market*.

50. In considerazione del livello aggregato delle quote, unitamente alla rilevante e capillare presenza della rete di vendita di Sammontana e FdA, all'ampiezza della gamma di prodotti nonché all'importanza e notorietà dei marchi gestiti, si ritiene che l'Operazione possa ostacolare in modo significativo la concorrenza effettiva nel mercato della produzione e vendita dei prodotti da forno surgelati per la prima colazione, potendo in particolare determinare la costituzione di una posizione dominante nel mercato dei prodotti da forno surgelati per la prima colazione.

51. Benché nei mercati relativi alle altre categorie di prodotti le quote congiunte delle Parti non risultino particolarmente rilevanti, non possono allo stato escludersi effetti anticoncorrenziali derivanti dall'Operazione, alla luce della circostanza che tali prodotti condividono con i prodotti da forno surgelati per la prima colazione la capillare rete distributiva delle Parti. La creazione o il rafforzamento di una posizione dominante sul mercato dei prodotti da forno surgelati per la prima colazione potrebbe dare luogo a un fenomeno di "trascinamento" sugli altri mercati dei prodotti da forno surgelati, a seguito dell'ampliamento della offerta in termini di gamma²¹.

IV.3.b. I mercati della produzione e commercializzazione dei gelati

52. Sulla base dei dati forniti dalle Parti notificanti, a esito dell'Operazione Forno d'Asolo e Sammontana verranno a detenere una quota congiunta del [25-30%] nel gelato da impulso. Considerando, all'interno del gelato da impulso, i distinti mercati rilevanti del gelato confezionato e del gelato sfuso, Sammontana detiene una quota rispettivamente del [20-25%] e del [25-30%], mentre FdA è esclusivamente attiva nel mercato del gelato confezionato, dove detiene una quota del [1-5%]. L'Operazione determina, pertanto, una sovrapposizione orizzontale, dando luogo a una quota congiunta del [20-25%] nel mercato del gelato confezionato. Anche in questo caso, benché la quota di mercato dell'entità *post merger* non sia particolarmente elevata, non può escludersi un effetto anticompetitivo dell'Operazione, considerato che i mercati dei gelati da impulso sono strettamente collegati a quelli dei prodotti da forno surgelati. Il significativo rafforzamento a livello di quote di mercato e di rete distributiva delle società Parti dell'Operazione in esame potrebbe, infatti, consentire alle stesse di "fare leva" su tale posizione per estenderla ai mercati dei gelati da impulso a scapito dei concorrenti che non sono dotati di una gamma di prodotti comparabile in termini di ampiezza e profondità, né di una rete distributiva altrettanto capillare.

53. Per contro, nel mercato del gelato destinato al consumo presso il canale *catering*, dove le Parti deterranno una quota congiunta del [5-10%], l'Operazione non desta preoccupazioni concorrenziali.

IV.4. Conclusioni

54. Le analisi sopra riportate portano a ritenere che, nel mercato della produzione e commercializzazione dei prodotti da forno surgelati per la prima colazione per il canale *food service*, la realizzazione dell'Operazione è suscettibile di ostacolare in modo significativo la concorrenza effettiva, in particolare a causa della costituzione o del rafforzamento di una posizione dominante.

²¹ Cfr. 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. 91 e seguenti.

55. L'Operazione potrebbe, inoltre, ostacolare in modo significativo la concorrenza effettiva nei mercati - strettamente collegati al primo - degli altri prodotti da forno surgelati (*snack* salati, pasticceria e panetteria) per il canale *food service* nonché per i mercati dei gelati confezionati e sfusi da impulso.

56. La concentrazione tra Sammontana e FdA potrebbe determinare effetti restrittivi in considerazione del fatto che l'entità *post merger* sarà di gran lunga il principale operatore italiano nei prodotti da forno surgelati per la prima colazione, con una quota superiore di oltre quattro volte quella del principale concorrente. La nuova entità sarà, inoltre, caratterizzata da una capillare rete distributiva diretta che le conferirà una *route to market* sul canale *food service* difficilmente eguagliabile, non solo per i prodotti da forno ma anche per altri prodotti che condividono con i primi la necessità di mantenere la catena del freddo (ad esempio, gelati).

57. Alla luce di quanto sopra e considerato che l'operazione di concentrazione, così come risultante dagli accordi tra le Parti notificanti, prevede il perfezionamento entro *[omissis]*, con la conseguente riorganizzazione delle attività dei complessi aziendali *[omissis]*, si ritiene che la realizzazione dell'Operazione potrebbe determinare, nelle more del presente procedimento, effetti difficilmente reversibili. Si evidenzia, a tal riguardo, che, tra le condizioni sospensive dell'Operazione *[omissis]*.

58. La realizzazione della concentrazione in esame, così come allo stato notificata, appare suscettibile di alterare in modo definitivo i rapporti concorrenziali tra Sammontana e Forno d'Asolo e di incidere sugli assetti concorrenziali dei mercati interessati, anche intervenendo sugli *asset*, sulla struttura organizzativa, sul personale e sui rapporti contrattuali con i terzi, con ciò rendendo estremamente difficile un eventuale ripristino delle condizioni di concorrenza effettiva in tempi rapidi.

RITENUTO, pertanto, che l'operazione in esame appare suscettibile di ostacolare, ai sensi dell'articolo 6, comma 1, della legge n. 287/1990, in modo significativo la concorrenza effettiva, in particolare a causa della costituzione o del rafforzamento di una posizione dominante, nei mercati della produzione e commercializzazione dei prodotti da forno surgelati per la prima colazione, nonché di ostacolare in modo significativo la concorrenza effettiva nei mercati degli altri prodotti da forno surgelati (*snack* salati, pasticceria e panetteria) per il canale *food service* nonché per i mercati dei gelati confezionati e sfusi da impulso;

RITENUTO che, per le considerazioni sopra espresse, l'operazione presenta criticità sotto i profili concorrenziali tali da richiedere la sospensione della realizzazione della concentrazione ai sensi dell'articolo 17, comma 1, della legge n. 287/1990, al fine di evitare che la realizzazione della stessa possa comportare effetti sul mercato difficilmente reversibili, non solo rispetto ad un eventuale divieto, ma anche con riferimento a una eventuale autorizzazione con misure ai sensi dell'articolo 6, comma 2, della legge n. 287/1990;

RITENUTO, pertanto, necessario provvedere all'immediata sospensione della realizzazione dell'operazione di concentrazione, fino alla conclusione dell'istruttoria;

DELIBERA

- a) l'avvio dell'istruttoria, ai sensi dell'articolo 16, comma 4, della legge n. 287/1990, nei confronti delle società Frozen Investments S.à r.l. e Sammontana Finanziaria S.r.l.;
- 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, ovvero da persone da esse delegate, del diritto di essere sentiti, ai sensi dell'articolo 14, comma 1, della legge n. 287/1990, precisando che la richiesta di audizione dovrà pervenire alla Direzione Manifatturiero, Agroalimentare, Farmaceutico e Distribuzione Commerciale del Dipartimento Concorrenza - 2 di questa Autorità, almeno tre giorni prima della scadenza del termine sopra indicato;
- c) che il responsabile del procedimento è la dottoressa Bianca Maria Cammino;
- d) che gli atti del procedimento possono essere presi in visione presso la Direzione Manifatturiero, Agroalimentare, Farmaceutico e Distribuzione Commerciale del Dipartimento Concorrenza - 2 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 novanta giorni decorrenti dalla data di delibera del presente provvedimento.

ORDINA

ai sensi dell'articolo 17, comma 1, della legge n. 287/1990, l'immediata sospensione dell'operazione e di ogni attività e/o delibera prodromica e funzionale alla stessa.

Entro il termine di cinque giorni dalla notifica del presente provvedimento, le società Frozen Investments S.à r.l. e Sammontana Finanziaria S.r.l. dovranno informare l'Autorità circa le misure in concreto adottate al fine di ottemperare al predetto ordine di sospensione.

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

IL SEGRETARIO GENERALE
Guido Stazi

IL PRESIDENTE
Roberto Rustichelli

PRATICHE COMMERCIALI SCORRETTE

PS9699 - GREEN POWER-IMPIANTO FOTOVOLTAICO A COSTO ZERO

Provvedimento n. 31171

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 10 aprile 2024;

SENTITO il Relatore Saverio Valentino;

VISTA la Parte II, Titolo III, del Decreto Legislativo 6 settembre 2005, n. 206, e successive modificazioni (di seguito, Codice del consumo);

VISTO il proprio provvedimento del 6 luglio 2016, n. 26106, adottato a conclusione del procedimento istruttorio PS9699 – *Green Power impianto fotovoltaico a costo zero*, con il quale è stato deliberato, tra l'altro: (1) che Green Power S.p.A., nell'ambito dell'attività di commercializzazione di impianti fotovoltaici, ha posto in essere una pratica commerciale scorretta ai sensi degli articoli 20, comma 2, 21, lettera *b*) e *d*), 22, 24 e 25, lettera *d*), del Codice del consumo, consistente, in particolare, nel fornire, nella fase di presentazione dell'offerta commerciale, informazioni omissive, parziali, ambigue e fuorvianti in ordine ai costi e ai benefici del fotovoltaico, nonché nell'aver omesso di inviare una specifica comunicazione circa l'accettazione della proposta di acquisto, al fine di consentire al consumatore di esercitare il diritto di recesso; (2) l'irrogazione, a carico del Gruppo Green Power S.p.A., di una sanzione amministrativa pecuniaria di 640.000 € (seicentoquarantamila euro);

VISTA la sentenza del Consiglio di Stato, Sezione VI, n. 2666/2024 pubblicata il 19 marzo 2024, con la quale è stato accolto l'appello della società Gruppo Green Power S.r.l. (già Gruppo Green Power S.p.A. e oggi Alperia Green Future S.r.l.) limitatamente alla determinazione dell'importo della sanzione;

VISTI tutti gli atti del procedimento;

CONSIDERATO che il Consiglio di Stato ha rilevato che *“l'esiguità delle segnalazioni e, dunque, la trascurabile incidenza pratica dell'illecito deve ragionevolmente portare ad una mitigazione del trattamento sanzionatorio, appalesando infatti come le pur gravi pratiche, giustamente sanzionate, si siano di fatto risolte in un effettivo pregiudizio per il consumatore in un limitatissimo numero di casi”* e ha stimato *“congruo ridurre la sanzione di un mezzo rispetto a quanto complessivamente irrogato con il provvedimento impugnato”*, ordinando *“che la presente sentenza sia eseguita dall'autorità amministrativa”*;

RITENUTO che il Consiglio di Stato ha individuato un criterio puntuale, oggettivo, di applicazione automatica, che non lascia margini di discrezionalità nell'attuazione del vincolo conformativo derivante dalla sentenza da eseguire;

RITENUTO, pertanto, di dover rideterminare, in ottemperanza alla menzionata sentenza n. 2666/2024, l'importo della sanzione irrogata per la pratica commerciale scorretta, accertata con il provvedimento del 6 luglio 2016, n. 26106, nei confronti dell'allora Gruppo Green Power S.p.A.

(successivamente Gruppo Green Power S.r.l. e oggi Alperia Green Future S.r.l.), nella misura di 320.000 € (trecentoventimila euro);

Tutto ciò premesso e considerato;

DELIBERA

che la sanzione amministrativa pecuniaria da irrogare alla odierna società Alperia Green Future S.r.l. (già Gruppo Green Power S.p.A. e successivamente Gruppo Green Power S.r.l.), per i comportamenti alla stessa ascritti nel provvedimento dell'Autorità del 6 luglio 2016, n. 26106, è rideterminata nella misura di 320.000 € (trecentoventimila euro).

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

IL SEGRETARIO GENERALE

Guido Stazi

IL PRESIDENTE

Roberto Rustichelli

*Autorità garante
della concorrenza e del mercato*

Bollettino Settimanale
Anno XXXIV- N. 18 - 2024

Coordinamento redazionale

Giulia Antenucci

Redazione

Angela D'Auria, Valerio Ruocco, Manuela Villani
Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato
Direzione gestione documentale, protocollo e servizi
statistici
Piazza Giuseppe Verdi, 6/a - 00198 Roma
Tel.: 06-858211 Fax: 06-85821256

Web: <https://www.agcm.it>

Realizzazione grafica

Area Strategic Design
