C12341 - BOSSONI AUTOMOBILI/MANDOLINI AUTO
Provvedimento n. 28500

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 22 dicembre 2020;

SENTITO il Relatore, Dottoressa Gabriella Muscolo;

VISTA la legge 10 ottobre 1990, n. 287;

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

VISTO l'atto della società Bossoni Automobili S.p.A., pervenuto in data 30 novembre 2020;

CONSIDERATO quanto segue:

I. LE PARTI

1. Bossoni Automobili S.p.A. (di seguito, Bossoni) è una società attiva nella distribuzione al dettaglio di autovetture nuove e usate e di veicoli commerciali leggeri nuovi e usati dei marchi del Gruppo Volkswagen, di ricambi originali ed equivalenti dei marchi del Gruppo Volkswagen e nel settore dei servizi post vendita di assistenza, manutenzione e riparazione. Bossoni vende anche autovetture usate di altri marchi.
2. Bossoni è controllata da Gruppo Bossoni S.p.A., che ne detiene il 100% del capitale sociale.
3. Nel 2019 Gruppo Bossoni S.p.A. ha realizzato a livello mondiale un fatturato consolidato pari a circa 543,1 milioni di euro, di cui circa 543,08 milioni di euro per vendite nell'Unione Europea e circa 541,8 milioni di euro per vendite in Italia.

4. Mandolini Auto S.p.A. (di seguito, Mandolini) è una società attiva nella distribuzione al dettaglio di autovetture nuove e usate dei marchi del Gruppo Volkswagen, di ricambi originali ed equivalenti dei marchi del Gruppo Volkswagen e servizi post vendita di assistenza, manutenzione e riparazione. Mandolini vende anche autovetture usate di altri marchi.
5. Il capitale sociale di Mandolini è detenuto da due persone fisiche (di seguito, i Venditori) nella misura del 50% ciascuna.
6. Nel 2019 Mandolini ha realizzato, interamente in Italia, un fatturato pari a circa 83,7 milioni di euro.

II. DESCRIZIONE DELL'OPERAZIONE

7. L'Operazione ha ad oggetto l'acquisizione, da parte di Bossoni, del 100% del capitale sociale di Mandolini dai Venditori. Tramite scissione societaria o altre operazioni societarie e contrattuali, vengono escluse attività immobiliari o diverse che non sono funzionali alla gestione caratteristica del commercio di autoveicoli e ricambi e al servizio post vendita (di seguito, ramo *no core*).
8. Gli accordi contengono le seguenti restrizioni accessorie:
- una clausola di non concorrenza, che prevede che ciascuno dei Venditori si impegni, per un periodo di tre anni, a non svolgere direttamente o indirettamente, anche mediante partecipazioni in società o altri enti, nelle province di Brescia, Cremona, Mantova e Piacenza e per i marchi Volkswagen e Audi, alcuna attività di vendita di autoveicoli, pezzi di ricambio e prestazioni di servizi post vendita in concorrenza con quella svolta da Mandolini; la clausola ha lo scopo di salvaguardare il valore dell'impresa acquisita;
- una clausola di non sollecitazione, che prevede che i Venditori non possano per tre anni distogliere in alcun modo personale dalla società ceduta; la clausola ha lo scopo di salvaguardare il valore dell'impresa acquisita.

III. QUALIFICAZIONE DELL'OPERAZIONE

9. L'operazione comunicata costituisce una concentrazione ai sensi dell'articolo 5, comma 1, lettera *b*), della legge n. 287/90, in quanto comporta l'acquisizione del controllo esclusivo di un'impresa.
10. Essa rientra nell'ambito di applicazione della legge n. 287/90, non ricorrendo le condizioni di cui all'articolo 1 del Regolamento CE n. 139/04, ed è soggetta all'obbligo di comunicazione preventiva disposto dall'articolo 16, comma 1, della medesima legge, in quanto il fatturato totale realizzato nell'ultimo esercizio a livello nazionale dall'insieme delle imprese interessate è stato superiore a 504 milioni di euro e il fatturato realizzato individualmente a livello nazionale da almeno due delle imprese interessate è stato superiore a 31 milioni di euro.
11. Il patto di non concorrenza sottoscritto dalle parti e descritto nel paragrafo precedente può essere ritenuto direttamente connesso e necessario alla realizzazione dell'operazione di concentrazione in esame, in quanto funzionale

alla salvaguardia del valore dell'impresa acquisita, a condizione che esso sia limitato temporalmente ad un periodo di due anni, e non impedisca ai venditori di acquistare o detenere azioni a soli fini di investimento finanziario[1].
Il patto di non sollecitazione sottoscritto dalle parti e descritto nel paragrafo precedente può essere ritenuto direttamente connesso e necessario alla realizzazione dell'operazione di concentrazione in esame, in quanto funzionale alla salvaguardia del valore dell'impresa acquisita, a condizione che esso sia limitato temporalmente ad un periodo di due anni[2].

IV. VALUTAZIONE DELLA CONCENTRAZIONE

Il mercato del prodotto

12. Da un punto di vista merceologico, i settori interessati dall'operazione in esame sono quelli in cui opera la società oggetto di acquisizione, ossia: *i)* la distribuzione al dettaglio di autoveicoli per passeggeri e di veicoli commerciali nuovi e usati, *ii)* la distribuzione al dettaglio di ricambistica per autoveicoli per passeggeri e veicoli commerciali e *iii)* i servizi post vendita di assistenza, manutenzione e riparazione di autoveicoli[3].
13. Il mercato *sub i*) interessa l'attività di distribuzione degli autoveicoli e dei veicoli commerciali nuovi e usati da parte dei concessionari ai consumatori finali. Le case produttrici commercializzano infatti le proprie vetture attraverso imprese di distribuzione (società controllate o operatori terzi) le quali, a loro volta, si avvalgono di una rete di concessionari che svolgono attività di vendita alla clientela.
14. Nell'ambito di tale mercato possono individuarsi diversi segmenti, distinguendo tra autoveicoli e veicoli commerciali, veicoli nuovi e usati, in base alle prestazioni, alle dimensioni e al prezzo delle autovetture commercializzate. Tuttavia, frequentemente i concessionari distribuiscono diverse tipologie di prodotto (utilitarie, categoria media, categoria superiore, ecc.) e le differenze sono andate riducendosi negli anni in ragione della tendenza delle case automobilistiche ad offrire sempre più accessori anche per le auto di media e piccola cilindrata. Ai fini della presente operazione, comunque, non appare necessario addivenire ad una esatta delimitazione merceologica del mercato.
15. Nell'ambito del settore della commercializzazione al dettaglio di parti e accessori di ricambio per autoveicoli passeggeri e veicoli commerciali, *sub ii*), è possibile individuare due categorie di prodotto: i ricambi originali e quelli equivalenti (ossia di qualità corrispondente). I pezzi di ricambio originali vengono commercializzati con il marchio della casa automobilistica; la ricambistica equivalente è invece fornita da operatori indipendenti del settore della componentistica (che possono anche rifornire le stesse case automobilistiche). I prezzi delle parti di ricambio equivalenti presentano un livello significativamente inferiore, che varia anche a seconda della tipologia di ricambio considerato.
Tuttavia si registra, dal lato della domanda, una significativa sostituibilità tra ricambi originali ed equivalenti di qualità corrispondente (variabile in funzione dell'età e della classe economica di appartenenza del veicolo, nonché del tipo di ricambio). Dal lato dell'offerta, inoltre, i centri di assistenza delle case automobilistiche (generalmente concessionarie e officine autorizzate) possono distribuire al dettaglio ricambi sia originali che equivalenti.
16. Il mercato dei servizi di assistenza post vendita per autoveicoli*, sub iii*), risulta caratterizzato da un'estrema polverizzazione dell'offerta. L'attività di riparazione e manutenzione viene infatti svolta da un'ampia gamma di operatori quali: officine e concessionari rivenditori autorizzati; officine indipendenti; stazioni di servizio; centri auto specializzati; servizi rapidi di assistenza (l'attività di assistenza in garanzia viene invece effettuata dagli stessi concessionari delle case automobilistiche ovvero da altri soggetti da queste autorizzati).

Il mercato geografico

17. Per quel che riguarda la rilevanza geografica, la dimensione dei mercati *sub i*), *ii)* e *iii)* può ritenersi locale. Tale ipotesi trae fondamento dai comportamenti di acquisto dei consumatori e, in particolare, dall'importanza da questi attribuita alla prossimità dei punti di vendita e di assistenza. Nei diversi precedenti relativi ai mercati in questione, l'Autorità ha definito i mercati locali sulla base dei confini amministrativi, individuando mercati aventi dimensione tendenzialmente provinciale. Nel caso di specie, seguendo tale approccio, in considerazione dell'ambito di operatività della società oggetto di acquisizione, il mercato geografico rilevante potrebbe ritenersi circoscritto alla provincia di Brescia.

---

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

[2] *[Cfr. Comunicazione della Commissione sulle restrizioni direttamente connesse e necessarie alle operazioni di concentrazione (2005/C 56/03) pubblicata in GUCE del 5 marzo 2005.]*

[3] *[Cfr., tra gli altri, provv. n. 28273 del 17 giugno 2020, C12300 – Eurocar Italia/Erre Esse, provv. n. 27594 del 12 marzo 2019, C12219 – Eurocar Italia/Saottini Auto, provv. n. 27458 del 12 dicembre 2018, C12203 – Eurocar/Dorigoni, provv. n. 26906 del 13 dicembre 2017, C12137 – PAG ITALY/RAMO DI AZIENDA DI STAREMILIA, provv. n. 22264 del 30 marzo 2011, C10979 – TT HOLDING/AUTOSTELLA e provv. n. 20359 del 1° ottobre 2009, C10265 – TT HOLDING/CAMAR; cfr. anche Decisione della Commissione europea del 1°agosto 2018, COMP/M.8963 – Eurocar/Bonaldi e Decisione della Commissione europea del 10 settembre 2018, COMP/M.9070 – Eurocar/Vicentini.]*

18. In alternativa, è possibile definire gli ambiti locali tenendo conto della dimensione dei bacini di utenza dei singoli punti vendita delle imprese interessate e della propensione alla mobilità dal lato della domanda. A tale riguardo, la parte notificante, sulla base dei dati di vendita del concessionario oggetto di acquisizione e della propria esperienza, ritiene che sia possibile ipotizzare l'esistenza di un bacino di utenza individuato dalle aree site intorno al concessionario di Mandolini oggetto di acquisizione percorribili in 40 ovvero 60 minuti di tragitto in macchina per il mercato *sub i)* e in 20 minuti di tragitto in macchina per i mercati *sub ii)* e *sub iii)* (di seguito, le isocrone).

Effetti dell'operazione

19. La società Mandolini oggetto di acquisizione è attiva mediante un concessionario ubicato nel comune di Brescia, mentre l'acquirente gruppo Bossoni detiene vari concessionari ubicati nelle province di Brescia, Cremona, Mantova e Piacenza. A livello provinciale, si verificano quindi sovrapposizioni tra le attività delle Parti nella sola provincia di Brescia.

20. Nei mercati della distribuzione al dettaglio di autoveicoli per passeggeri[4], della distribuzione al dettaglio di ricambistica per autoveicoli e dei servizi di assistenza, riparazione e manutenzione di autoveicoli, nella provincia di Brescia Mandolini detiene quote rispettivamente pari al *[1-5%]** circa (e in particolare al *[5-10%]* circa nel segmento nuovo e *[inferiore all'1%]* circa nel segmento usato), al *[1-5%]* circa e al *[1-5%]* circa, mentre il gruppo Bossoni detiene quote rispettivamente pari al *[5-10%]* circa (e in particolare al *[10-15%]* circa nel segmento nuovo e al *[5-10%]* circa nel segmento usato), al *[5-10%]* circa e al *[1-5%]* circa; pertanto le quote congiunte delle parti sono rispettivamente pari al *[10-15%]* circa (e in particolare al *[15-20%]* circa nel segmento nuovo e al *[5-10%]* circa nel segmento usato), al *[10-15%]* circa e al *[1-5%]* circa.

21. Considerando le isocrone costruite intorno alla concessionaria di Mandolini oggetto di acquisizione:

- nel mercato *sub i*), nella isocrona a 40 minuti, Mandolini detiene una quota pari al *[1-5%]* circa (e in particolare al *[5-10%]* circa nel segmento nuovo e al *[1-5%]* circa nel segmento usato), mentre il gruppo Bossoni detiene una quota pari al *[5-10%]* circa (e in particolare al *[10-15%]* circa nel segmento nuovo e al *[1-5%]* circa nel segmento usato), e pertanto la quota congiunta delle parti è pari al *[10-15%]* circa (e in particolare al *[15-20%]* circa nel segmento nuovo e al *[5-10%]* circa nel segmento usato);
- nel mercato *sub i*), nella isocrona a 60 minuti, Mandolini detiene una quota pari al *[1-5%]* circa (e in particolare al *[1-5%]* circa nel segmento nuovo e al *[1-5%]* circa nel segmento usato), mentre il gruppo Bossoni detiene una quota pari al *[5-10%]* circa (e in particolare al *[5-10%]* circa nel segmento nuovo e al *[1-5%]* circa nel segmento usato), e pertanto la quota congiunta delle parti è pari al *[5-10%]* circa (e in particolare al *[10-15%]* circa nel segmento nuovo e al *[5-10%]* circa nel segmento usato);
- nel mercato *sub ii*), nella isocrona a 20 minuti Mandolini detiene una quota pari al *[1-5%]* circa mentre il gruppo Bossoni detiene una quota pari al *[5-10%]* circa, e pertanto la quota congiunta delle parti è pari al *[5-10%]* circa;
- nel mercato *sub iii*), nella isocrona a 20 minuti Mandolini detiene una quota *[inferiore all'1%]* circa mentre il gruppo Bossoni detiene una quota pari al *[1-5%]* circa, e pertanto la quota congiunta delle parti è pari al *[1-5%]* circa.

Nel caso di specie, tuttavia, l'esatta definizione dei mercati può essere lasciata aperta, non ravvisandosi, in entrambi i casi, criticità dal punto di vista concorrenziale.

22. In tali mercati sono, inoltre, presenti numerosi e qualificati concorrenti.

23. In virtù di quanto considerato, si ritiene che nei mercati di riferimento l'operazione non avrà effetti pregiudizievoli per la concorrenza, non determinando modifiche sostanziali nella struttura concorrenziale degli stessi.

RITENUTO, pertanto, che l'operazione in esame non determina, ai sensi dell'articolo 6, comma 1, della legge n. 287/90, la costituzione o il rafforzamento di una posizione dominante sui mercati interessati, tale da eliminare o ridurre in modo sostanziale e durevole la concorrenza;

RITENUTO, altresì, che gli obblighi di non concorrenza e di non sollecitazione intercorsi tra le parti sono accessori alla presente operazione nei soli limiti sopra descritti e che l'Autorità si riserva di valutare i suddetti patti che si realizzino oltre i limiti ivi indicati;

DELIBERA

di non avviare l'istruttoria di cui all'articolo 16, comma 4, della legge n. 287/90.

Le conclusioni di cui sopra saranno comunicate, ai sensi dell'articolo 16, comma 4, della legge n. 287/90, alle imprese interessate e al Ministro dello Sviluppo Economico.

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

---

[4] *[La società Mandolini oggetto di acquisizione è attiva nella distribuzione al dettaglio di autoveicoli per passeggeri mentre non è attiva nella distribuzione al dettaglio di veicoli commerciali leggeri.]*

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

IL SEGRETARIO GENERALE
Filippo Arena

IL PRESIDENTE
Roberto Rustichelli