C12240 - AUTOTORINO/NEACAR-KENDO MOTORS
Provvedimento n. 27835

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 3 luglio 2019;

SENTITO il Relatore Dottoressa Gabriella Muscolo;

VISTA la legge 10 ottobre 1990, n. 287;

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

VISTA la comunicazione della società Autotorino S.p.A., pervenuta in data 11 giugno 2019;

CONSIDERATO quanto segue:

I. LE PARTI

1. Autotorino S.p.A. (di seguito Autotorino) è una società di diritto italiano attiva nella distribuzione al dettaglio di autoveicoli per passeggeri, di veicoli commerciali, di ricambi per autoveicoli nonché nella fornitura di servizi di assistenza post-vendita in varie province del Nord Italia (non nella provincia di Reggio Emilia, una delle due province interessate dalla presente operazione).
Autotorino risulta controllata dalla società Vanini Holding S.r.l. (che ne detiene il 50,2% del capitale, con la rimanente quota suddivisa tra otto persone fisiche e azioni proprie), a sua volta controllata da una persona fisica.

Nel corso del 2018, Autotorino e le società controllate hanno conseguito un fatturato complessivo pari a *[700-1.000]*[*] milioni di euro, interamente realizzato in Italia.

2. Neacar S.r.l. (di seguito Neacar) e Kendo Motors S.r.l. (di seguito Kendo) sono due società italiane appartenenti al medesimo gruppo, attive nelle province di Parma e Reggio Emilia nella vendita al dettaglio di autovetture, *van*, ricambi per autoveicoli e nell'assistenza post-vendita.
Neacar e Kendo fanno parte del gruppo Campani e il loro capitale sociale risulta suddiviso tra diverse persone fisiche e giuridiche, tutte riconducibili alla medesima famiglia.
Il fatturato complessivamente realizzato da Neacar nell'esercizio 2018 è stato pari a *[30-100]* milioni di euro, per la gran parte derivanti da vendite in Italia; nel medesimo esercizio, Kendo ha conseguito un fatturato totale di *[10-30]* milioni di euro, quasi interamente realizzato in Italia.

II. DESCRIZIONE DELL'OPERAZIONE

3. La comunicazione in esame ha per oggetto l'acquisizione, da parte di Autotorino, del controllo esclusivo di Neacar e di Kendo mediante l'acquisto dell'intero loro capitale sociale (nella fase intercorrente tra la delibera del presente Provvedimento e la stipula del contratto definitivo di cessione delle rispettive quote sociali, Autotorino condurrà in affitto le aziende *target*).

III. QUALIFICAZIONE DELL'OPERAZIONE

4. L'operazione comunicata, in quanto comporta l'acquisizione del controllo di un'impresa, costituisce una concentrazione ai sensi dell'articolo 5, comma 1 lettera *b*), della legge n. 287/90.
Essa rientra nell'ambito di applicazione della legge n. 287/90, non ricorrendo le condizioni di cui all'articolo 1 del Regolamento CE 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 498 milioni di euro e il fatturato totale realizzato, nell'ultimo esercizio a livello nazionale, individualmente da almeno due delle imprese interessate è stato superiore a 30 milioni di euro.

IV. VALUTAZIONE DELLA CONCENTRAZIONE

Il mercato del prodotto

5. Dal punto di vista merceologico, i settori interessati dall'operazione in esame sono quelli in cui operano le società oggetto di acquisizione, ossia quelli della distribuzione al dettaglio di autoveicoli per passeggeri, di veicoli commerciali, di ricambistica per tali veicoli e della fornitura di servizi di assistenza post-vendita[1].
6. La distribuzione di autoveicoli e di veicoli commerciali viene effettuata dai concessionari ai consumatori finali. Le case produttrici commercializzano, infatti, le proprie vetture attraverso imprese di distribuzione (società controllate o

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

[1] *[Cfr. da ultimo C12228 - AUTOTORINO/AUTOSTAR, Provvedimento n. 27668, in Bollettino n. 20/2019.]*

operatori terzi) le quali, a loro volta, si avvalgono di una rete di concessionari che svolgono attività di vendita alla clientela.
Nell'ambito di tali settori merceologici, possono individuarsi diversi segmenti, distinguendo in particolare in base alle prestazioni, alle dimensioni e al prezzo (nel caso delle auto passeggeri) e in base alla portata in quintali (nel caso dei veicoli commerciali). Tuttavia, frequentemente i concessionari distribuiscono diverse tipologie di prodotto (utilitarie, categoria media, categoria superiore, ecc, nel caso delle auto; in tale ambito, le differenze sono andate riducendosi negli anni in ragione della tendenza delle case automobilistiche a offrire sempre più accessori anche per le auto di media e piccola cilindrata). Ai fini della presente operazione, comunque, non appare necessario addivenire a un'esatta delimitazione merceologica dei mercati in questione.
7. Nell'ambito del settore della commercializzazione al dettaglio di parti e accessori di ricambio per autoveicoli passeggeri e veicoli commerciali, 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.
8. Quanto, infine, ai servizi di assistenza post-vendita, essi si caratterizzano per una forte polverizzazione dell'offerta. Tali servizi, infatti, possono essere offerti da diverse tipologie di operatori, quali officine e concessionari rivenditori autorizzati, officine indipendenti, stazioni di servizio, centri auto specializzati, servizi rapidi di assistenza (l'attività di assistenza in garanzia viene invece effettuata dagli stessi concessionari delle case automobilistiche ovvero da altri soggetti da queste autorizzati).

Il mercato geografico

9. Per quel che riguarda la rilevanza geografica, la dimensione dei mercati sopra individuati può ritenersi locale. Tale ipotesi trae fondamento dai comportamenti di acquisto dei consumatori e, in particolare, dall'importanza da questi attribuita alla prossimità dei punti di vendita e assistenza.

10. Nei diversi precedenti relativi ai mercati in questione[2], l'Autorità ha definito i mercati locali sulla base dei confini amministrativi, individuando mercati aventi dimensione provinciale[3]. Nel caso di specie, in considerazione dell'ambito di operatività delle società oggetto di acquisizione, i mercati geografici interessati riguardano le province di Parma e Reggio Emilia.

Effetti dell'operazione

11. Come già indicato, Autotorino non risulta presente nella provincia di Reggio Emilia. In tale ambito, pertanto, l'operazione in esame darà luogo essenzialmente alla sostituzione di un operatore con un altro, peraltro caratterizzato da una quota di mercato (aggregata tra Neacar e Kendo) contenuta in tutti gli ambiti merceologici sopra descritti ([*5-10%]* circa nella vendita di autoveicoli; *[5-10%]* circa nella vendita di veicoli commerciali; *[1-5%]* circa sia nella vendita di ricambistica che nei servizi di assistenza).
12. Quanto alla provincia di Parma, dove invece Autotorino è attiva, le quote aggregate che risulteranno ad esito della concentrazione si mantengono comunque contenute ([*5-10%]* circa nella vendita di autoveicoli; *[5-10%]* circa nella vendita di veicoli commerciali; *[1-5%]* circa nella vendita di ricambistica; *[1-5%]* circa nei servizi di assistenza).
13. Alla luce delle considerazioni che precedono, la concentrazione in esame non appare idonea a modificare significativamente le dinamiche concorrenziali nei mercati rilevanti.

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

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.

---

[2] *[Cfr. da ultimo C12228 cit..]*

[3] *[In alternativa, è possibile definire gli ambiti locali tenendo conto della dimensione dei bacini di utenza (dei singoli punti vendita delle imprese coinvolte nella concentrazione) e della propensione alla mobilità dal lato della domanda. Tuttavia, nel caso di specie non risulta necessario giungere ad una definizione più puntuale dell'area geografica rilevante.]*

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

IL SEGRETARIO GENERALE	IL PRESIDENTE
Filippo Arena	*Roberto Rustichelli*