C12164 - ALPITOUR/RAMO DI AZIENDA DI EDEN TRAVEL GROUP
Provvedimento n. 27253

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 5 luglio 2018;

SENTITO il Relatore Prof. Michele Ainis;

VISTA la legge 10 ottobre 1990, n. 287;

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

VISTA la comunicazione da parte di Alpitour S.p.A., pervenuta in data 10 maggio 2018 e successivamente integrata in data 23, 25, 30 maggio e 1° giugno 2018;

VISTA la richiesta di informazioni, inviata in data 14 giugno 2018, con conseguente interruzione dei termini ai sensi dell'articolo 5, comma 3, del D.P.R. 30 aprile 1998, n. 217;

VISTE le informazioni aggiuntive inviate da Alpitour S.p.A. e pervenute in data 21 giugno 2018;

CONSIDERATO quanto segue:

I. LE PARTI

1. Alpitour S.p.A. (di seguito, Alpitour) è la società posta a capo dell'omonimo gruppo che opera nel settore del turismo fornendo pacchetti vacanze, anche attraverso una rete di agenzie di viaggio, servizi di trasporto aereo *charter* di passeggeri su rotte di medio/corto raggio, nonché servizi di gestione alberghiera e ricettiva (villaggi vacanze). I principali settori di attività in cui opera il Gruppo sono: *tour operating*, alberghiero, *aviation* e servizi c.d. *incoming*[1].
Il capitale sociale di Alpitour è allo stato ripartito tra diversi soggetti. I primi due azionisti sono Wish S.p.A. (di seguito Wish), con un quota del 35,26% del capitale sociale, che non esercita attività diverse dalla gestione di partecipazioni in Alpitour, e Asset 1 Italia S.r.l. (di seguito Asset 1 Italia), con un quota del 32,67% del capitale sociale, una società di investimento tesa alla valorizzazione della partecipazione in Alpitour.
Attraverso Wish e Asset 1 Italia, Alpitour è soggetta al controllo congiunto (indiretto) rispettivamente di Wise Venture SGR S.p.A. e ILP III SCA S.i.c.à.r. (tramite la propria controllata Azurline S.à.r.l.), le quali detengono il 100% del capitale di Wish e di Asset Italia S.p.A., che detiene il 100% del capitale di Asset 1 Italia.
Il fatturato realizzato, nel 2017, dal Gruppo Alpitour e dai soggetti che ne detengono il controllo, calcolato ai sensi dell'articolo 16, comma 1, della legge n. 287/90, è stato pari a circa *[1-2]*[2] miliardi di euro, di cui circa *[1-2]* miliardo di euro in Italia.

2. Oggetto di acquisizione è una società *Newco* nella quale confluirà il ramo d'azienda della società Eden Travel Group S.r.l. (di seguito, Eden o *target*), attivo, quasi esclusivamente in Italia, nel mercato della organizzazione e commercializzazione di pacchetti di viaggio. Eden fa parte del gruppo Eden Viaggi, attivo nel settore del turismo.
Il fatturato complessivamente realizzato dal ramo d'azienda è stato pari, nel 2017, a circa *[100-495]* milioni di euro, di cui circa *[100-495]* milioni di euro in Italia.

II. DESCRIZIONE DELL'OPERAZIONE

3. La concentrazione notificata consiste nell'acquisizione del controllo esclusivo, da parte di Alpitour, di una *Newco* nella quale confluiranno le attività del ramo d'azienda di Eden.
4. In particolare, la concentrazione si perfezionerà al completamento di un processo di riorganizzazione che consiste: nella fusione per incorporazione di Eden nella sua controllante esclusiva Markus S.r.l.; nel conferimento del ramo d'azienda attivo nel mercato della organizzazione e commercializzazione di pacchetti di viaggio ad una società *Newco* (interamente controllata da Markus S.r.l.), che sarà oggetto di acquisizione da parte di Alpitour. Ad esito dell'intera operazione, Alpitour acquisirà dunque il controllo esclusivo del ramo d'azienda di cui sopra.

III. QUALIFICAZIONE DELL'OPERAZIONE

5. L'operazione, in quanto comporta l'acquisizione del controllo di una società, costituisce una concentrazione ai sensi dell'articolo 5, comma 1, lettera *b*), della legge n. 287/90.

---

[1] *[Vengono definiti servizi di incoming le attività di organizzazione e vendita di servizi turistici a destinazione, abitualmente dedicati alle agenzie di viaggio e ad altri tour operator; tali attività comprendono la contrattazione alberghiera, l'assistenza ai clienti e la gestione dei trasferimenti e delle escursioni.]*

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

Essa rientra nell'ambito di applicazione della legge n. 287/90, non ricorrendo le condizioni di cui all'articolo 1 del Regolamento CE n. 139/04, ed è soggetta all'obbligo di comunicazione preventiva disposto dall'articolo 16, comma 1, della stessa legge (come modificato dall'articolo 1, comma 177, della legge 4 agosto 2017, n. 124, in vigore dal 29 agosto 2017), in quanto il fatturato totale, calcolato ai sensi dell'articolo 16, comma 1, della legge n. 287/90, realizzato nell'ultimo esercizio a livello nazionale dall'insieme delle imprese interessate è stato superiore a 495 milioni di euro, e il fatturato realizzato individualmente, a livello nazionale, da almeno due di esse è stato superiore a 30 milioni di euro.

IV. VALUTAZIONI

6. L'operazione in esame riguarda il settore turistico, che a sua volta comprende i seguenti mercati del prodotto: *i)* servizi ricettivi alberghieri; *ii)* servizi di trasporto mediante voli *charter*; *iii)* servizi di *tour operating*; *iv)* servizi di distribuzione attraverso agenzie di viaggi[3].

Alpitour è attiva su ciascuno dei mercati sopra indicati, dove opera anche con marchi diversi, mentre la *target* svolge solo attività di *tour operating*. In particolare, il mercato interessato dall'operazione è quello del *tour operating*, che concerne l'organizzazione e la commercializzazione di pacchetti integrati di viaggi, comprendenti solitamente il trasporto, il soggiorno ed eventualmente altri servizi (ad esempio escursioni e intrattenimenti) connessi alla realizzazione della vacanza.

7. Tradizionalmente, detti pacchetti sono offerti dai *tour operator* alle agenzie di viaggio, le quali, a loro volta, vendono i diversi servizi turistici, al dettaglio, alla domanda finale, ripartita tra consumatori di servizi di svago (*leisure*) e dall'utenza affari (*business*). Negli ultimi anni, l'attività di organizzazione e vendita di servizi turistici di pacchetti di viaggio-vacanza è stata esercitata anche da parte di operatori crocieristici, di compagnie aeree (che hanno iniziato a offrire un servizio prenotazione di pacchetti vacanza completi con sezioni dedicate dei loro portali *web*, quali ad esempio Ryanair Holidays e Easyjet Holidays), di agenzie di viaggio "tradizionali" dotate di propri siti *web* e di qualificati operatori *online* – le c.d. OTA – quali ad esempio il gruppo Expedia, il gruppo Priceline (che comprende, tra gli altri, operatori quali Booking.com e Kajak), eDreams e Travelocity/Lastminute, nonché i c.d. motori *metasearch*, quali Skyscanner e Tripadvisor, a loro volta attivi nell'offerta di pacchetti vacanza. Inoltre, gli stessi *tour operator* tradizionali effettuano la vendita diretta ai consumatori di vacanze organizzate attraverso i propri canali di vendita *online*.

8. La diffusione della rete *internet* ha contribuito in particolar modo alla frammentazione delle fasi di produzione di pacchetti turistici, nella misura in cui gli operatori del settore hanno maggiori possibilità di comporre pacchetti di viaggio rivolgendosi direttamente ai diversi fornitori più a monte di servizi turistici nazionali ed esteri, ad esempio compagnie aeree e altre compagnie di trasporto, a strutture alberghiere e a imprese di *destination management* (per attività di escursioni e intrattenimento), senza passare necessariamente per i *tour operator*. Parimenti, anche la fase distributiva ha visto l'ingresso di nuovi operatori, nella misura in cui la distribuzione dei pacchetti turistici non avviene per il solo tramite delle agenzie di viaggio, ma beneficia del canale della vendita diretta attraverso la rete *internet*, talora con operatori verticalmente integrati nella fase di produzione e distribuzione finale dei pacchetti vacanza.

Dal punto di vista della domanda finale, la diffusione in particolare dell'offerta *online* ha consentito alla clientela, soprattutto quella *leisure*, di effettuare una più rapida e agevole comparazione dei prezzi e di acquistare i pacchetti di viaggio direttamente su *internet* dai *tour operator* o dagli altri operatori *online*, senza avvalersi necessariamente dell'intermediazione tradizionale delle agenzie di viaggio.

9. Per quanto concerne la rilevanza geografica, il mercato del *tour operating* può ritenersi di estensione nazionale, in quanto i pacchetti turistici sono in prevalenza realizzati in funzione delle preferenze dei consumatori nazionali e sono distribuiti da *tour operator* e da operatori localizzati su tutto il territorio nazionale[4].

10. Con riferimento al mercato del *tour operating* considerato nel suo complesso dal punto di vista dell'offerta, includendo dunque i *tour operator*, le compagnie di crociera e gli operatori *online*, secondo stime dell'Autorità su dati forniti dalle Parti, ad Alpitour è attribuibile una quota del *[5-10%]*, mentre a Eden una quota del *[1-5%]*. La quota *post merger* sarebbe dunque inferiore al 15%. In tale mercato sono presenti altri qualificati operatori, quali Costa Crociere ([*5-10%*]), Expedia ([*1-5%*]), Priceline Group ([*1-5%*]), MSC ([*1-5%*]), Veratour ([*1-5%*]).

11. Prendendo invece in esame il mercato del *tour operating*, limitando l'offerta di pacchetti di viaggio da parte dei soli *tour operators* tradizionali e degli operatori crocieristici (escludendo quindi gli operatori *online*), seguendo l'impostazione adottata dalle Parti e considerando dunque l'organizzazione e la gestione di crociere come un pacchetto turistico offerto nella nave che trasporta i passeggeri[5], il gruppo Alpitour detiene una quota di mercato pari al *[15-20%]*, mentre Eden detiene una quota del *[5-10%]*. In questo caso, in seguito all'operazione, Alpitour deterrebbe una

---

[3] *[Cfr., tra gli altri, AGCM provv. n. 23297 dell'8 febbraio 2012, C11464 – Wise Venture SGR-ILP III SCA/Alpitour e provv. n. 25114 del 2 ottobre 2014, C11962 – Alpitour/Press Tours.]*

[4] *[Cfr. AGCM, provv. n. 25114 (cit.) e provv. n. 22813 del 22 settembre 2011, C11167 – Meridiana – Azionisti Air Italy/Air Italy Holding – Meridiana Fly.]*

[5] *[Al riguardo, cfr. AGCM, provv. n. 23084 del 7 dicembre 2011, C11349 – Welcome Travel Group/Promo Net-Honeymoon Planet e provv. n. 25114 (cit.).]*

quota *post merger* pari al *[25-30%]* (stime dell'Autorità su dati forniti dalle Parti). A fronte di tale definizione del mercato, va registrata la presenza di operatori quali Costa Crociere (con una quota di circa il *[10-15*%]), MSC (con una quota del *[5-10*%]), Veratour (con una quota del *[5-10*%]).

12. Considerando il solo segmento dell'offerta di viaggi organizzati da parte dei soli *tour operators* tradizionali, operanti quindi principalmente attraverso la rete di agenzie di viaggio e in via residuale attraverso la vendita diretta, Alpitour detiene una quota del *[20-25*%], mentre Eden detiene una quota di circa il *[10-15*%]; l'entità *post merger* deterrebbe quindi una quota del *[30-35*%]. In tale ipotesi, si registra la presenza di numerosi operatori concorrenti tra i quali si segnala in particolare Veratour (con una quota del *[5-10*%]). Sebbene la valutazione di tale più ristretto ambito merceologico evidenzi che la concentrazione comporta l'acquisizione del secondo operatore da parte del primo, occorre considerare la particolare evoluzione del settore in questione e l'importanza sempre crescente in esso rivestita dal canale *online*. In proposito va sottolineato come le vendite complessive di pacchetti viaggio/vacanze realizzate dalle OTAs che operano in qualità di *tour operators* siano passate in Italia da circa *[1-2]* miliardi di euro nel 2015 a circa *[1-2]* miliardi nel 2017, con un aumento di circa il 23% in due anni, a testimonianza della loro crescita e della pressione concorrenziale crescente che esercitano sul mercato.

13. Nel complesso, dall'insieme delle informazioni disponibili risulta dunque: *i)* la presenza sul mercato di importanti operatori anche multinazionali (quali ad esempio il gruppo Carnival-Costa Crociere, il gruppo Expedia, il gruppo Priceline, il gruppo MSC, il gruppo Veratour, TUI Italia, Imperatore Travel e Quality Group), *ii)* la crescente importanza nel settore delle vendite *online* e *iii)* la crescente convergenza dell'offerta fra operatori in origine diversi.

14. In conclusione, alla luce delle considerazioni e degli elementi che precedono, la concentrazione in esame non appare idonea a pregiudicare le dinamiche concorrenziali nel mercato interessato, sia considerando il solo segmento dei *tour operator* tradizionali, sia comprendendo l'offerta congiunta da parte degli operatori tradizionali e di quelli crocieristici, anche in ragione della limitata sovrapposizione di attività tra le Parti, dell'esistenza di numerosi concorrenti, nonché della circostanza per la quale il mercato appare caratterizzato da un processo di tendenziale allargamento e innovazione dell'offerta, in particolare attraverso il canale *online*.

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 nel mercato interessato, 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 ed al Ministero dello Sviluppo Economico.

IL VICE SEGRETARIO GENERALE
Annalisa Rocchietti March

IL PRESIDENTE
Giovanni Pitruzzella