C12781 - EUROCAR TECH/PWP
Provvedimento n. 31793

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 22 dicembre 2025;

SENTITO il Relatore, Saverio Valentino;

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 effettuata da Eurocar Tech S.p.A. pervenuta in data 28 novembre 2025;

VISTA la documentazione agli atti;

CONSIDERATO quanto segue:

I. LE PARTI

1. Eurocar Tech (di seguito, "Eurocar Tech"; CF 03082910161) è una società attiva nella distribuzione al dettaglio di autovetture (nuove e usate) e di veicoli commerciali leggeri (nuovi e usati), nonché di ricambi originali dei marchi del gruppo Volkswagen (di seguito, "Gruppo VW") in Italia e nella relativa attività di riparazione e manutenzione. Eurocar Tech fa parte del Gruppo VW che, in Italia, è anche attivo nella distribuzione all'ingrosso di autovetture nuove e di veicoli commerciali leggeri, nonché di ricambi propri e di altri produttori selezionati. Eurocar Tech è controllata da Eurocar Italia S.r.l., a sua volta interamente controllata da Porsche Holding Gesellschaft m.b.H., che è, a sua volta, controllata da Volkswagen AG, società posta al vertice del Gruppo VW.

Il fatturato realizzato dal Gruppo VW[1], nel 2024, è stato pari a circa *[300-400]** miliardi di euro a livello mondiale, di cui circa *[100-200]* miliardi di euro nell'Unione europea e circa *[10-35]* miliardi di euro in Italia.

2. PWP S.r.l. (di seguito, "Target" o "PWP"; CF 07054520486) è una società attiva nella vendita e riparazione di autoveicoli (nuovi e usati) unicamente a marchio Porsche. Il capitale sociale di PWP è detenuto al 55% da MC Service S.r.l. (di seguito, "MC") e al 45% da PG Invest S.r.l. (di seguito, "PG").
Il fatturato realizzato dalla Target, nel 2024, è stato pari a circa *[100-582]* milioni di euro, quasi interamente conseguito in Italia.

II. DESCRIZIONE DELL'OPERAZIONE

3. L'operazione comunicata (di seguito, "Operazione") consiste nell'acquisizione da parte di Eurocar Tech del controllo esclusivo di PWP.
4. È previsto un patto di non concorrenza e di non sollecitazione, della durata di *[omissis]* anni dalla data di esecuzione dell'Operazione in base al quale MC e PG si impegnano ad astenersi: *[omissis].*

III. QUALIFICAZIONE DELL'OPERAZIONE

5. L'Operazione, in quanto finalizzata all'acquisizione del controllo esclusivo 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) 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 582 milioni di euro e il fatturato totale realizzato, nell'ultimo esercizio a livello nazionale, da almeno due delle imprese interessate è stato superiore a 35 milioni di euro[2].
Gli obblighi di non concorrenza e di non sollecitazione, descritti nel paragrafo precedente, possono essere qualificati come direttamente connessi e necessari alla realizzazione dell'Operazione, in quanto funzionali alla salvaguardia del valore dell'impresa acquisita, a condizione che essi siano limitati geograficamente all'area d'attività dell'impresa acquisita (province di Firenze, Arezzo, Livorno, Chieti e Pescara) e temporalmente a un periodo di due anni, e non

---

[1] *[Ai fini della presente Operazione, così come previsto dal paragrafo 172 della "Comunicazione consolidata della Commissione sui criteri di competenza giurisdizionale a norma del regolamento (CE) n. 139/2004 del Consiglio relativo al controllo delle concentrazioni tra imprese. (2008/C 95/01)", il fatturato del gruppo Volkswagen comprende, inter alia, il fatturato di Eurocar.]*

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

[2] *[Cfr. provvedimento n. 31495 del 18 marzo 2025, in Bollettino n. 11/2025.]*

impediscano al venditore di acquistare o detenere azioni a fini di investimento, senza che ciò comporti, direttamente o indirettamente, il conferimento di incarichi gestionali o di un'influenza sostanziale nella società concorrente.[3]

IV. VALUTAZIONE DELL'OPERAZIONE

Il mercato del prodotto

6. Sotto il profilo merceologico, i settori interessati dall'Operazione sono quelli in cui opera la società oggetto di acquisizione, ossia[4]:

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;
iii) i servizi *post* vendita di assistenza, manutenzione e riparazione di autoveicoli[5].

7. Il mercato della distribuzione al dettaglio di autoveicoli per passeggeri e veicoli commerciali nuovi e usati interessa l'attività di distribuzione degli autoveicoli 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 vendita alla clientela. Nell'ambito di tale mercato è possibile individuare diversi segmenti, distinguendo tra autoveicoli per passeggeri e veicoli commerciali, veicoli nuovi e usati, in base alle prestazioni, alle dimensioni e al prezzo delle autovetture commercializzate. Tuttavia, frequentemente i distributori offrono 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 a offrire sempre più accessori anche per le auto di media e piccola cilindrata. Ai fini dell'Operazione, comunque, non appare necessario addivenire a una esatta delimitazione merceologica del mercato.

8. Nell'ambito del settore della commercializzazione di parti e accessori, del quale fa parte la ricambistica per autoveicoli, è possibile individuare due tipologie di prodotti, quelli originali e quelli equivalenti (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.

9. Inoltre, le diverse tipologie di ricambi per autoveicoli (guarnizioni, pastiglie, ammortizzatori, cinghie, candele, filtri, fanaleria, ecc.) non sono tra loro sostituibili dal lato della domanda finale che dipende, evidentemente, dall'intervento di manutenzione o riparazione da effettuare. Tuttavia, si registra, sempre dal lato della domanda, una significativa sostituibilità tra ricambi originali ed equivalenti (purché 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. Sempre dal lato dell'offerta, infine, gli operatori distribuiscono generalmente un'ampia gamma di parti di ricambio. Ai fini dell'Operazione, comunque, non appare necessario addivenire a una esatta delimitazione merceologica del mercato.

10. Il mercato dei servizi di assistenza *post* vendita per autoveicoli 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). Ai fini dell'Operazione, comunque, non appare necessario addivenire a una esatta delimitazione merceologica del mercato.

Il mercato geografico

11. Per quel che riguarda l'estensione geografica dei mercati individuati *supra*, si osserva che, in ragione dei comportamenti di acquisto dei consumatori e, in particolare, dall'importanza da questi attribuita alla prossimità dei punti di vendita e assistenza, si ritiene che essa debba essere locale[6].

12. Nei diversi precedenti relativi ai mercati in questione, l'Autorità, partendo da un perimetro dei mercati locali sulla base dei confini amministrativi tendenzialmente provinciali, ha individuato mercati più precisi costituiti dalle aree intorno ai punti vendita percorribili entro un certo periodo di tempo (c.d. isocrona), così da tenere in debito conto la

---

[3] *[Cfr. "Comunicazione della Commissione sulle restrizioni direttamente connesse e necessarie alle concentrazioni", paragrafi 18-26, in G.U.U.E. 2005/C-56/03 del 5 marzo 2005,.]*

[4] *[Cfr., tra gli altri, C12753 - Gruppo Intergea/Denicar, provvedimento n. 31686, in Bollettino n. 41/2025; C12740 - Baiauto/Ramo di Azienda di Auto Grifone, provvedimento n. 31643, in Bollettino n. 31/2025; C12715 - Gruppo Intergea/Proglio L'Automobile, provvedimento n. 31532, in Bollettino n. 18/2025; C12693 - Gruppo Intergea/Alessandria Auto, provvedimento n. 31470, in Bollettino n. 10/2025; C12637 - Gruppo Intergea/Autoghinzani Bergamo, provvedimento n. 31228, in Bollettino n. 24/2024; C12596 - Bossoni Automobili/Baiauto, provvedimento n. 31041, in Bollettino n. 6/2024; C12573 - PAG Italy/Sarma NewCo, provvedimento n. 30845, in Bollettino n. 43/2023; C12550 - Autotorino/Mercedes-Benz Roma, provvedimento n. 30738, in Bollettino n. 30/2023 e C12300 - Eurocar Italia/Erre Esse, provvedimento n. 28273, in Bollettino n. 27/2020; cfr. anche le decisioni della Commissione europea M.8963 - Eurocar/Bonaldi del 1° agosto 2018 ed M.9070 - Eurocar/Vicentini del 10 settembre 2018.]*

[6] *[Cfr. C12753 - Gruppo Intergea/Denicar, cit.; C12637 - Gruppo Intergea/Autoghinzani Bergamo, cit. e C12372 - Gruppo Bossoni-Agricar/Ramo di azienda fallimento Agricar Diesel, provvedimento n. 29653, in Bollettino n. 21/2021.]*

dimensione dei bacini di utenza dei singoli punti vendita delle imprese interessate e la propensione alla mobilità dal lato della domanda. In particolare è possibile ipotizzare l'esistenza di un bacino di utenza individuato dalle aree site intorno alle sedi della Target, localizzate nelle provincie della Toscana (Firenze, Arezzo e Livorno) e dell'Abruzzo (Chieti e Pescara), percorribili in 40-60 minuti di tragitto in macchina per il mercato *sub i)* e in 20 minuti di tragitto in macchina per i mercati *sub ii) e iii)* (cc.dd. *isocrone*).

13. Ai fini della presente operazione, comunque, non appare necessario addivenire ad una esatta delimitazione geografica del mercato.

Gli effetti dell'Operazione

14. L'Operazione non appare determinare sensibili effetti per la concorrenza sotto il profilo orizzontale considerando qualsiasi definizione merceologica e geografica del mercato.

15. La società PWP oggetto di acquisizione è attiva tramite quattro sedi (che operano nei mercati *i), ii)* e *iii*)) nelle provincie della Toscana (Firenze, Arezzo e Livorno) e dell'Abruzzo (Chieti e Pescara), mentre l'acquirente Eurocar Tech è attiva in diverse province italiane situate nelle aree regionali del Friuli-Venezia Giulia (Gorizia, Udine e Trieste), Toscana (provincia di Firenze), Lombardia (Milano, Sondrio, Bergamo, Lecco), Veneto (Verona), Provincia Autonoma di Trento, Piemonte (Alessandria, Cuneo, Torino, Novara), Liguria (provincia di Genova) ed Emilia-Romagna (provincia di Parma).

16. Per quanto riguarda il mercato *sub i*), relativo alla distribuzione degli autoveicoli per passeggeri e dei veicoli commerciali nuovi e usati ai consumatori finali, sia considerando isocrone di ampiezza pari a 40-60 minuti dalle sedi della Target in cui sono svolte tali attività, sia considerando il dato provinciale, a seguito dell'Operazione, la quota di mercato congiunta dalle Parti sarà sempre inferiore al *[5-10%].*

17. Per quanto riguarda il mercato *sub ii*), relativo alla distribuzione al dettaglio di ricambistica per autoveicoli per passeggeri e veicoli commerciali, sia nella sola provincia di Firenze in cui entrambe le Parti sono presenti, sia all'interno delle isocrone di ampiezza pari a 20 minuti di auto centrate su ciascuno dei concessionari della Target siti in Arezzo, Livorno, Chieti e Pescara (dove Eurocar Tech non è presente) la quota di mercato congiunta delle Parti è inferiore al *20%.*

18. Anche nel mercato *sub iii*), relativo ai servizi *post* vendita di assistenza, manutenzione e riparazione di autoveicoli, sia nella sola provincia di Firenze in cui entrambe le Parti sono presenti, sia all'interno dell'isocrona di ampiezza pari a 20 minuti di auto centrata sul concessionario della Target di Firenze, in cui opera anche Eurocar, la quota di mercato congiunta delle Parti è inferiore al *20%.*

19. Considerando i possibili effetti verticali connessi alle attività di distribuzione all'ingrosso svolte dal Gruppo VW, l'Operazione non risulta determinare criticità concorrenziali. Infatti, si rileva che:

a) il Gruppo VW è attivo nei mercati a monte della distribuzione all'ingrosso di autoveicoli per passeggeri e di veicoli commerciali nuovi e usati a livello nazionale, con quote inferiori al *20*%.

b) il Gruppo VW è altresì attivo nel mercato a monte della distribuzione all'ingrosso di ricambistica originale VW per autoveicoli per passeggeri e veicoli commerciali, con quote inferiori al *20%.*

Tenuto conto di tali quote nella distribuzione all'ingrosso e del fatto che nella fase a valle della distribuzione al dettaglio l'entità *post* merger avrà, rispettivamente per gli autoveicoli e per la ricambistica, quote a livello nazionale pari all' *[1-5%]* e al [5-10%], l'Operazione non solleva preoccupazioni sotto il profilo verticale.

20. Infine, in tutti i mercati interessati dall'Operazione sono attivi altri e qualificati concorrenti. Pertanto, l'Operazione non è suscettibile di modificare in maniera significativa la struttura concorrenziale nei mercati in parola.

RITENUTO, pertanto, che l'Operazione 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, altresì, che gli obblighi di non concorrenza e non sollecitazione sono accessori alla presente operazione nei soli limiti sopra indicati e che l'Autorità si riserva di valutare, laddove ne sussistano i presupposti, i suddetti obblighi ove si realizzino 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