C12693 - GRUPPO INTERGEA/ALESSANDRIA AUTO
Provvedimento n. 31470

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 25 febbraio 2025;

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 effettuata da Gruppo Intergea S.p.A. pervenuta in data 16 dicembre 2024;

VISTA la richiesta di informazioni, inviata in data 10 gennaio 2025, 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 Gruppo Intergea S.p.A., pervenute in data 7 febbraio 2025;

VISTA la documentazione agli atti;

CONSIDERATO quanto segue:

I. LE PARTI

1. Gruppo Intergea S.p.A. (di seguito, "Intergea") è la capogruppo del Gruppo Intergea, attivo in diverse province del Nord Italia nella vendita al dettaglio di autoveicoli per passeggeri e veicoli commerciali nuovi ed usati, nella fornitura di servizi di assistenza *post*-vendita e nella fornitura di ricambistica al dettaglio. Il Gruppo Intergea è titolare - tramite le sue concessionarie - di numerosi mandati di vendita per diverse case automobilistiche, operando per i marchi del Gruppo Stellantis (Abarth, Alfa Romeo, Chrysler, Citroën, DR, FIAT, Jeep, Lancia, Maserati, Opel, Peugeot), Volvo, Renault e Volkswagen.
2. Intergea è controllata dalla *holding* LDP Investment S.r.l., a sua volta controllata da una persona fisica. Il fatturato consolidato realizzato dal Gruppo Intergea, nell'anno finanziario 2023, è stato pari a circa *[1-2]** miliardi di euro, quasi interamente conseguito in Italia.

3. Alessandria Auto S.p.A. (di seguito, la "Target" o "Alessandria Auto" e, insieme a Gruppo Intergea, "le Parti") è una concessionaria automobilistica, anch'essa attiva nella commercializzazione e vendita di autoveicoli nuovi e usati, nella fornitura di servizi di assistenza post-vendita e nella fornitura di ricambistica al dettaglio, con sedi operative nei comuni di Alessandria e Asti. Alessandria risulta controllata congiuntamente da Centralcar S.r.l. e Autovar S.r.l., il cui capitale è ultimamente riconducibile a persone fisiche.
4. Il fatturato realizzato dalla Target, nell'anno finanziario 2023, ammonta a circa *[35-100]* milioni di euro, quasi interamente conseguito in Italia.

II. DESCRIZIONE DELL'OPERAZIONE

5. L'operazione comunicata (di seguito, "Operazione") consiste nell'acquisizione, da parte di Intergea, del controllo esclusivo su Alessandria Auto.
6. Il contratto stipulato tra le Parti prevede che, alla data del *closing*, le società Centralcar S.r.l. e Autovar S.r.l., cedano al Gruppo Intergea la totalità delle azioni da esse detenute (corrispondente al 100% del capitale sociale) della Target.
7. Le Parti hanno, inoltre, pattuito talune restrizioni consistenti nell'impegno *[omissis].*
8. La *ratio* dell'Operazione, secondo quanto indicato dalla parte notificante, si rinviene nell'intenzione di Intergea di consolidare la propria attività e raggiungere adeguate economie di scala.

III. QUALIFICAZIONE DELL'OPERAZIONE

9. 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 567 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.

---

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

10. Il patto di non concorrenza e non sollecitazione sottoscritto dalle parti e descritto nel paragrafo precedente può essere ritenuto direttamente connesso e necessario alla realizzazione dell'Operazione, in quanto funzionale alla salvaguardia del valore dell'impresa acquisita, a condizione che esso sia limitato geograficamente all'area d'attività dell'impresa acquisita, temporalmente a un periodo di due anni, e non impedisca al venditore di acquistare o detenere azioni a soli fini di investimento finanziario[1].

IV. VALUTAZIONE DELL'OPERAZIONE

Il mercato del prodotto

11. Sotto il profilo merceologico, i mercati interessati dall'operazione sono quelli in cui opera la società oggetto di acquisizione, ossia[2]:

i) la distribuzione al dettaglio di autoveicoli per passeggeri e 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.

12. Il mercato della distribuzione al dettaglio di autoveicoli per passeggeri 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 si possono individuare 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 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 della presente operazione, comunque, non appare necessario addivenire a una esatta delimitazione merceologica del mercato.

13. 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.

14. 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 della presente operazione, comunque, non appare necessario addivenire a una esatta delimitazione merceologica del mercato.

15. 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 della presente operazione, comunque, non appare necessario addivenire a una esatta delimitazione merceologica del mercato.

Il mercato geografico

16. 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 [3].

---

[1] *[Cfr. Comunicazione della Commissione sulle restrizioni direttamente connesse e necessarie alle concentrazioni (2005/C 56/03).]*

[2] *[Cfr., tra gli altri, provvedimento n. 31228 del 28/05/2024, C12637 – Gruppo Intergea/Autoghinzani Bergamo, in Bollettino n. 24/2024; provvedimento n. 31041 del 23/01/2024, C12596 – Bossoni Automobili/Baiauto, in Bollettino n. 6/2024; provvedimento n. 30845 del 24/10/2023, C12573 – PAG Italy/Sarma NewCo, in Bollettino n. 43/2023; provvedimento n. 30738 del 18/07/2023, C12550 – Autotorino/Mercedes-Benz Roma, in Bollettino n. 30/2023; provvedimento n. 28273 del 17/06/2020, C12300 – Eurocar Italia/Erre Esse, in Bollettino n. 27/2020; cfr. anche le decisioni della Commissione europea del 1° agosto 2018, COMP/M.8963 - Eurocar/Bonaldi e del 10 settembre 2018, COMP/M.9070 - Eurocar/Vicentini.]*

[3] *[Cfr. provvedimento n. 31228 del 28/05/2024, C12637 – Gruppo Intergea/Autoghinzani Bergamo, in Bollettino n. 24/2024; provvedimento n. 29653, del 4/05/21, C12372 – Gruppo Bossoni-Agricar/Ramo di azienda fallimento Agricar Diesel, in Bollettino n. 21/2021.]*

17. 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, considerando altresì la possibilità di definire mercati costituiti dalle aree intorno ai punti vendita percorribili entro un certo periodo di tempo (c.d. isocrona), così da tenere in debito conto la dimensione dei bacini di utenza dei singoli punti vendita delle imprese interessate e la propensione alla mobilità dal lato della domanda. In particolare, oltre a una dimensione provinciale dei mercati rilevanti, è possibile ipotizzare l'esistenza di un bacino di utenza individuato dalle aree site intorno alle quattro sedi della Target (di cui tre ad Alessandria e una ad Asti), 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*).
18. Ai fini della presente operazione, tuttavia, non appare necessario addivenire ad un'esatta delimitazione geografica del mercato in quanto ciò non muterebbe la valutazione dell'Operazione.

Gli effetti dell'operazione

19. Alessandria Auto svolge l'attività di concessionaria autorizzata di autovetture dei marchi Stellantis presso quattro punti vendita situati ad Alessandria e Asti, nonché delle relative attività di vendita di accessori e ricambi e di assistenza e manutenzione. L'Operazione non appare determinare sensibili effetti per la concorrenza considerando qualsiasi definizione merceologica del mercato.
20. In particolare, per quanto riguarda il mercato *sub* i) relativo alla distribuzione degli autoveicoli e dei veicoli commerciali nuovi e usati ai consumatori finali, secondo i dati forniti dalla società notificante, a seguito della concentrazione, la nuova entità deterrà, anche considerando le imprese partecipate, quote di mercato in valore sempre inferiori al *[15-20%]* per i veicoli passeggeri e sempre inferiore al *[1-5%]* per i veicoli commerciali (Tabella 1 *infra*). Medesime conclusioni possono essere tratte osservando le quote di veicoli passeggeri immatricolati; in particolare la nuova entità deterrebbe una quota congiunta inferiore al *[5-10%]* nella provincia di Alessandria e al *[15-20%]* nella provincia di Asti in termini di veicoli passeggeri immatricolati. Peraltro, tali mercati sono caratterizzati da numerosi altri qualificati concorrenti.

Tabella 1 - Quote di mercato in valore nella distribuzione al dettaglio di autoveicoli per passeggeri e commerciali nuovi e usati nelle possibili definizioni geografiche del mercato[4]

Possibile definizione geografica del mercato della distribuzione al dettaglio di autoveicoli per passeggeri e commerciali nuovi e usati	***Quota di mercato congiunta (veicolo passeggeri)***	***Quota di mercato congiunta (veicolo commerciali)***
Provincia di Alessandria	*[10-15%]*	*[<1%]*
Isocrona di 40 minuti - centroide 1 *[omissis]* - Alessandria	*[10-15%]*	*[<1%]*
Isocrona di 60 minuti - centroide 1 *[omissis]* - Alessandria	*[5-10%]*	*[<1%]*
Isocrona di 40 minuti - centroide 2 *[omissis]* - Alessandria	*[10-15%]*	*[<1%]*
Isocrona di 60 minuti - centroide 2 *[omissis]* - Alessandria	*[5-10%]*	*[<1%]*
Isocrona di 40 minuti - centroide 3 *[omissis]* - Alessandria	*[10-15%]*	*[<1%]*
Isocrona di 60 minuti - centroide 3 *[omissis]* - Alessandria	*[5-10%]*	*[<1%]*
Provincia di Asti	*[15-20%]*	*[<1%]*
Isocrona di 40 minuti - centroide 4 Asti	*[5-10%]*	*[<1%]*
Isocrona di 60 minuti - centroide 4 Asti	*[5-10%]*	*[<1%]*

21. Per quanto riguarda il mercato *sub ii)* relativo alla distribuzione al dettaglio di ricambistica per autoveicoli per passeggeri e veicoli commerciali, le quote di mercato congiunte sono sempre inferiori al *[5-10%]* sia considerando isocrone di ampiezza pari a 20 minuti di auto dalle tre sedi della Target in cui sono svolte tali attività, che considerando il dato provinciale. Medesime considerazioni sono da svolgere per quanto riguarda il mercato *sub* iii), relativo ai servizi *post* vendita di assistenza, manutenzione e riparazione di autoveicoli, in cui le quote di mercato congiunte sono sempre inferiori a circa il *[5-10%]* considerando tutte le possibili definizioni geografiche del mercato.
22. Alla luce delle considerazioni sopraesposte, la concentrazione in esame non appare idonea a ostacolare la concorrenza nei mercati interessati e a determinare la costituzione o il rafforzamento di una posizione dominante.

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;

4 *[Fonte: dati delle parti.]*

RITENUTO, altresì, che il patto di non concorrenza e non sollecitazione intercorso tra le Parti è accessorio alla presente operazione nei soli limiti sopra descritti e che l'Autorità si riserva di valutare, laddove ne sussistano i presupposti, il suddetto patto che si realizzi oltre i limiti ivi indicati;

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	IL PRESIDENTE
Guido Stazi	*Roberto Rustichelli*