Provvedimento n. 1614 **(C1109) SANDOZ PHARMA/GAZZONI 1907**

L'AUTORITA' GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA dell'1 dicembre 1993;

SENTITO il Relatore Professor Luciano Cafagna;

VISTA la legge 10 ottobre 1990 n. 287;

VISTO l'atto, pervenuto il 27 agosto 1993, con il quale la società SANDOZ PHARMA Ag, appartenente al Gruppo multinazionale SANDOZ, comunicava all'Autorità l'intenzione di procedere all'acquisizione del 50,1% del capitale sociale della società GAZZONI 1907 Spa;

VISTO l'atto, del 16 settembre 1993, con il quale venivano richieste da questa Autorità ulteriori informazioni, e l'atto pervenuto il 17 settembre 1993, con il quale la società SANDOZ Ag forniva le informazioni richieste;

CONSIDERATO che i patti parasociali stipulati tra la società acquirente e la Famiglia GAZZONI prevedono che il Gruppo SANDOZ e la Famiglia GAZZONI abbiano uguale rappresentanza negli organi amministrativi della società GAZZONI 1907 Spa e ne esercitino il controllo congiunto;

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

RITENUTA la propria competenza;

VISTA la propria delibera del 4 ottobre 1993, con la quale ha avviato l'istruttoria, ai sensi dell'articolo 16, comma 4, della legge n. 287/90, nei confronti delle società SANDOZ PHARMA Ag e GAZZONI 1907 Spa;

SENTITI i legali rappresentanti delle imprese interessate e i rappresentanti della società concorrente HEINZ ITALIA Spa;

VISTI gli atti del procedimento;

CONSIDERATO quanto segue:

Le parti

1. La società acquirente, SANDOZ PHARMA Ag (di seguito SANDOZ PHARMA), è interamente controllata dalla società SANDOZ Ag, a capo del Gruppo multinazionale Sandoz (di seguito SANDOZ), ed opera prevalentemente nel settore farmaceutico.

Il Gruppo SANDOZ opera in Italia prevalentemente nel settore chimico-farmaceutico e nel settore alimentare attraverso la società controllata Wander Spa, che produce e commercializza prodotti dietetico-naturali con i marchi Cereal, Vitasystem e Wasa, integratori alimentari quali la lecitina di soia con i marchi Lecisan e Lecigran, integratori proteico-vitaminici con il marchio Meritene, preparati per la prima colazione con il marchio Ovomaltina e bevande toniche ed isotoniche con i marchi Ginseng e Isostad.

Il fatturato totale realizzato in Italia dalla società SANDOZ PHARMA nel 1992 ammonta a circa 580 milioni di lire. Il Gruppo Sandoz ha realizzato invece in Italia nello stesso anno un fatturato complessivo pari a circa 1.000 miliardi di lire.

2. La società oggetto di acquisizione, GAZZONI 1907 Spa (di seguito GAZZONI), è controllata dalla Famiglia Gazzoni e controlla a sua volta le società A.B.I. Srl e PREST Spa, che svolgono attività di produzione e commercializzazione di prodotti alimentari, e la società immobiliare G.M. Spa, proprietaria di uno stabilimento dato in locazione alla GAZZONI.

La società svolge prevalentemente attività di produzione e distribuzione di prodotti nutrizionali. In particolare essa opera nel settore alimentare e si occupa essenzialmente della produzione e della commercializzazione di caramelle senza zucchero (che rappresentano circa il 40% del fatturato della società), dolcificanti (circa il 22%), lecitine di soia (circa il 18%), altri integratori alimentari (circa il 6%) e polveri per acque da tavola (circa il 6%).

Il fatturato totale realizzato in Italia dalla società GAZZONI nel 1992 ammonta a circa 147 miliardi di lire.

Il mercato rilevante

a) il mercato del prodotto

3. L'unico ambito di sovrapposizione tra le attività svolte dalle società interessate riguarda la commercializzazione, attraverso il canale farmaceutico ed alimentare, della lecitina di soia come integratore alimentare.

4. Il settore economico interessato dall'operazione in esame è quindi il settore della commercializzazione, attraverso il canale farmaceutico ed alimentare, della lecitina di soia come integratore alimentare.

5. La lecitina di soia è una sostanza che possiede proprietà antiossidanti e viene impiegata come additivo per olii e grassi per ritardarne l'irrancidimento. Tale sostanza trova tradizionale applicazione nell'industria alimentare ed in particolare nell'industria dolciaria. La lecitina di soia trova poi largo impiego nell'industria dei saponi e dei cosmetici, sia per le sue proprietà emulsionanti, sia per il suo notevole effetto emolliente sulla pelle.

La lecitina di soia è inoltre ricca di fosfolipidi poli-insaturi, la cui proprietà più significativa è quella di coadiuvare la produzione di lipoproteine HDL, efficaci nel limitare la formazione di colesterolo nel sangue. Il prodotto contribuisce, altresì, ad aumentare la ritenzione del fosforo e svolge quindi le funzioni di ricostituente cerebrale.

Per quanto attiene in particolare alla funzione di controllo del colesterolo, si è sviluppato solo di recente, a partire dal 1988, un nuovo utilizzo del prodotto come integratore alimentare destinato al consumo diretto degli utilizzatori finali e distribuito attraverso il canale farmaceutico e, in misura crescente, attraverso il canale alimentare.

Relativamente a questa specifica funzione d'uso, la lecitina di soia può essere adeguatamente sostituita da altri prodotti di origine naturale, quali gli olii di pesce e gli integratori a base di fibre di avena, di soia e di crusca (disponibili in differenti confezionamenti nei canali della distribuzione alimentare e farmaceutica). D'altra parte nessuno dei prodotti sopra menzionati svolge anche la funzione di ricostituente cerebrale, e pertanto non può configurarsi come un sostituto integrale della lecitina di soia.

6. La compresenza di queste due funzioni nella lecitina di soia e l'inesistenza di prodotti aventi analoghe proprietà configurano, quindi, un mercato del prodotto distinto.

b) il mercato geografico

7. Il mercato geografico rilevante deve considerarsi di dimensione nazionale.

Diversamente dagli altri paesi europei dove la lecitina di soia ha un utilizzo prettamente industriale, essendo impiegata come additivo, in Italia la lecitina di soia viene utilizzata anche come integratore alimentare destinato al consumo diretto degli utilizzatori finali.

Tale funzione d'uso si è sviluppata solo in seguito ad una campagna pubblicitaria e di marketing condotta a livello nazionale da GAZZONI, che ha introdotto per la prima volta sul mercato italiano la lecitina di soia come integratore alimentare.

Le società presenti in tale mercato svolgono mera attività di commercializzazione, limitandosi a confezionare il prodotto sfuso che viene importato tutto direttamente dall'estero. La produzione della lecitina di soia è, infatti, concentrata nelle mani di pochi grandi produttori esteri, fra i quali i più importanti sono Stern e Lucas Meyer in Germania e Duphar in Olanda. Questi produttori vendono il prodotto sfuso in grosse quantità in tutti i paesi europei ed in particolare in Italia, dove la lecitina di soia viene acquistata per circa il

90% direttamente dal settore industriale e per la restante parte da imprese confezionatrici, come SANDOZ E GAZZONI, che la commercializzano come integratore alimentare attraverso il canale farmaceutico ed alimentare.

In Italia, mentre la lecitina di soia sfusa è interamente importata dall'estero, le importazioni del prodotto confezionato destinato al consumo diretto degli utilizzatori finali, pur in assenza di dazi doganali e di barriere non tariffarie, sono del tutto trascurabili. Il modesto grado di apertura del mercato italiano della lecitina di soia come integratore alimentare induce a circoscrivere tale mercato ad un ambito nazionale.

c) conclusioni

8. Per i motivi sopra esposti, il mercato rilevante, ai fini dell'analisi della concentrazione in esame, è il mercato italiano della lecitina di soia destinata al consumo diretto degli utilizzatori finali e distribuita attraverso il canale farmaceutico ed alimentare.

La struttura del mercato interessato

9. Il valore complessivo del mercato della lecitina di soia per il 1992 è stimato pari ad a circa 44 miliardi di lire, di cui circa il 75% è intermediato attraverso il canale della distribuzione alimentare ed il restante 25% attraverso il canale della distribuzione farmaceutica.

10. Nel mercato considerato opera un numero ristretto di imprese, quali Sandoz, Gazzoni, Crivellaro, Aligest, Albios e Marco Viti.

SANDOZ E GAZZONI sono le uniche imprese ad essere presenti in ambedue i canali distributivi.

In particolare, nel canale della distribuzione alimentare Gazzoni è presente con i prodotti Lecinova e Soianova, e detiene una posizione di assoluto rilievo con una quota di mercato in valore pari a circa il 68%, mentre il Gruppo Sandoz, attraverso la società controllata Wander Spa, è presente invece con il prodotto Lecigran con una quota in valore pari a circa il 5,5%.

Nel canale della distribuzione attraverso farmacie Gazzoni è presente con il prodotto Leciplus, e detiene una posizione di assoluto rilievo con una quota di mercato in valore pari a circa il 78%, mentre il Gruppo Sandoz, sempre attraverso la società controllata Wander Spa, è presente invece con il prodotto Lecisan con una quota in valore pari a circa l'1,4%.

11. Sia le parti che i concorrenti sono concordi nel ritenere che il mercato in esame non presenti barriere all'ingresso, né di natura amministrativa, né di tipo tecnologico o legate a fattori finanziari.

Le procedure amministrative richieste per ottenere l'autorizzazione ministeriale prevista per i prodotti dietetici richiedono oggi costi e tempi minori rispetto al passato, rendendo più agevole l'ingresso in tale mercato.

Risulta inoltre estremamente facile, anche per operatori di piccole dimensioni, commercializzare lecitina di soia, trattandosi di un prodotto che non richiede particolari tecnologie di lavorazione: gli operatori già presenti sul mercato si limitano, infatti, ad importare la lecitina di soia sfusa, a confezionarla e ad immetterla nei canali distributivi.

Va osservato, infine, che non si ravvisa un grosso ostacolo all'ingresso in tale mercato neanche nell'entità degli investimenti pubblicitari e di marketing che caratterizzano la commercializzazione di questo prodotto. Le parti e i concorrenti sono infatti concordi nell'affermare che tali costi sono sensibilmente inferiori a quelli a suo tempo sostenuti da GAZZONI, dal momento che oggi già esiste un mercato della lecitina di soia come integratore alimentare, e non sono quindi più necessari particolari investimenti al fine di render note al consumatore le proprietà della lecitina.

12. Secondo quanto emerso nel corso del procedimento, sembra inoltre ipotizzabile che il valore del mercato interessato passi dagli attuali 44 miliardi di lire ai 100 miliardi di lire nel 1998, con una crescita annuale in volume pari a circa il 10-20%. L'evoluzione prevista costituisce un forte incentivo all'ingresso di nuovi operatori. A riprova della concorrenzialità di questo mercato è sufficiente osservare il recente ingresso (agosto 1993) di operatori, quali Heinz Italia Spa con il marchio Misura, nonché l'introduzione sul mercato di "private labels", quali quella di Crai.

Effetti dell'operazione

13. L'operazione in esame è destinata a produrre effetti rilevanti nel mercato della lecitina di soia come integratore alimentare, l'unico mercato in cui vi è sovrapposizione tra le attività svolte dalle società SANDOZ e GAZZONI.

14. In tale mercato a seguito della concentrazione le società interessate dall'operazione verranno a detenere una quota pari a circa il 73,4% in valore, nel canale della distribuzione alimentare, ed una quota pari a circa il 79,5**%** in valore, nel canale della distribuzione farmaceutica.

15. Tenuto conto che: 1) nuovi importanti concorrenti sono recentemente entrati nel mercato; 2) la crescita e l'ulteriore espansione prevista in tale mercato costituisce un forte incentivo all'ingresso di ulteriori nuovi operatori; 3) tale ingresso non risulta ostacolato dalla presenza di significative barriere all'entrata

DELIBERA

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 sul mercato interessato tale da ridurre in modo sostanziale e durevole la concorrenza.

Il presente provvedimento verrà notificato ai soggetti interessati e successivamente pubblicato ai sensi di legge.

Avverso il presente provvedimento, ai sensi dell'articolo 33, comma 1, della legge n. 287/90, può essere proposto ricorso al Tribunale Amministrativo Regionale del Lazio, entro il termine di giorni sessanta dalla data di notificazione del provvedimento stesso.

IL SEGRETARIO GENERALE
Alberto Pera

IL PRESIDENTE
Francesco Saja