C12682 - GRUPPO INTERGEA/EFFEPI AUTO
Provvedimento n. 31387

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 26 novembre 2024;

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 31 ottobre 2024;

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 principalmente nella vendita al dettaglio di autoveicoli per passeggeri e veicoli commerciali nuovi e usati, nella vendita di ricambi per auto, nonché nella fornitura di assistenza *post*-vendita, in diverse province del Nord Italia. Il Gruppo Intergea è titolare, tramite le sue concessionarie, di numerosi mandati di vendita per diverse case automobilistiche, tra i quali i marchi del Gruppo Stellantis (Abarth, Alfa Romeo, Chrysler, Citroën, DR, FIAT, Jeep, Lancia, Maserati, Opel, Peugeot) Volvo, Renault e Volkswagen. G. Villa S.r.l. (di seguito, "G. Villa") è una delle società controllate interamente da Intergea. Il Gruppo Intergea, tramite altre controllate, svolge anche attività di gestione immobiliare e, inoltre, detiene una quota di co-controllo nella società Eurasia Motor Company S.r.l., la quale è attiva nell'importazione di autoveicoli in Italia dal mercato cinese.
.**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. Effepi Auto S.r.l. (di seguito, "Target" o "Effepi") è una concessionaria attiva nel commercio di autoveicoli per passeggeri e veicoli commerciali nuovi e usati, nella fornitura di servizi di assistenza *post*-vendita e di ricambistica al dettaglio. In particolare, la Target è titolare di mandati di vendita per i marchi Citroen e Peugeot. Le indicate attività sono svolte all'interno di due sedi operative situate, rispettivamente, nei comuni di Monza (MB) e di Paderno Dugnano (MI).

4. Il capitale sociale di Effepi è detenuto, per il 75%, da quattro persone fisiche (congiuntamente, "famiglia Ferri") e, per il restante 25%, da Mocautogroup S.r.l., società controllata dal Gruppo Intergea. Il fatturato realizzato dalla Target, nell'anno finanziario 2023, è stato pari 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 Effepi. Operativamente, l'Operazione si realizzerà attraverso la fusione per incorporazione della Target nella società G. Villa. In particolare, secondo quanto previsto dal contratto sottoscritto dalle Parti, i soci della Target (ovvero, la famiglia Ferri e Mocautogroup S.r.l.) cederanno integralmente le loro quote a G. Villa e, successivamente, il Gruppo Intergea cederà alla famiglia Ferri il 22% delle quote di G. Villa, mantenendo il controllo della società con una quota pari al 78%. Il contratto non prevede alcuna restrizione accessoria.
6. La *ratio* dell'Operazione si rinviene nell'intenzione di Intergea di consolidare la propria attività e raggiungere adeguate economie di scala.

III. QUALIFICAZIONE DELL'OPERAZIONE

7. 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

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

stato superiore a 567 milioni di euro e il fatturato totale realizzato individualmente, nell'ultimo esercizio a livello nazionale, da almeno due delle imprese interessate è stato superiore a 35 milioni di euro.

IV. VALUTAZIONE DELL'OPERAZIONE

Il mercato del prodotto

8. Sotto il profilo merceologico, i mercati interessati dall'Operazione sono quelli in cui opera la società oggetto di acquisizione, ossia[1]:

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.

9. Il mercato *sub* i) interessa l'attività di distribuzione degli autoveicoli e dei veicoli commerciali nuovi e usati 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 ad una esatta delimitazione merceologica del mercato.

10. Con riguardo al mercato *sub* ii), relativo alla 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.

11. 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.

12. Il mercato *sub* iii) 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

13. La dimensione geografica dei mercati *sub* i), ii) e iii) può ritenersi locale, in considerazione dei comportamenti di acquisto dei consumatori e, in particolare, dell'importanza da questi attribuita alla prossimità dei punti di vendita e assistenza[2].

14. Nei precedenti relativi ai mercati in questione, l'Autorità ha definito i mercati locali sulla base dei confini amministrativi, individuando mercati aventi dimensione tendenzialmente provinciale. Nel caso di specie, seguendo tale approccio, in considerazione dell'ambito di operatività della Target e della relativa sovrapposizione con l'attività di Intergea, il mercato geografico rilevante, per tutti i mercati del prodotto sopra individuati, può essere individuato nelle provincie di Monza Brianza e di Milano.

---

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

[2] *[Cfr. C12637 - Gruppo Intergea/Autoghinzani Bergamo, cit.; e C12372 - Gruppo Bossoni-Agricar/Ramo di azienda fallimento Agricar Diesel, cit..]*

15. In alternativa, è possibile definire i mercati locali tenendo conto della dimensione dei bacini di utenza dei singoli punti vendita delle imprese interessate e della propensione alla mobilità dal lato della domanda. A tal riguardo, la parte notificante ritiene che sia possibile ipotizzare l'esistenza di un bacino di utenza individuato dalle aree site intorno alle due sedi operative della Target (Monza e Paderno Dugnano), percorribili in 40 ovvero 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) (c.d. *isocrone*).
16. 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

17. L'Operazione non appare idonea a determinare effetti distorsivi per la concorrenza.
18. 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 Intergea deterrà una quota pari a circa il *[5-10%]* nella provincia di Monza Brianza e pari a circa il *[5-10%]* nella provincia di Milano. A conclusioni analoghe si giunge considerando una dimensione del mercato geografico corrispondente all'area delimitata da una curva isocrona di 40 minuti di guida costruita intorno a ciascuna delle due sedi operative della Target.
19. Per quanto riguarda il mercato sub ii) relativo alla distribuzione al dettaglio di ricambistica per autoveicoli per passeggeri e veicoli commerciali, considerando isocrone di ampiezza pari a 20 minuti di auto dalle sedi della Target (dati analoghi si ottengono a livello provinciale), la quota di mercato di Intergea a seguito dell'operazione sarà pari a circa il *[1-5%]* all'interno dell'isocrona definita attorno alla sede di Monza e al *[1-5%]* all'interno dell'isocrona definita attorno alla sede di Paderno Dugnano.
20. Anche per quanto riguarda il mercato *sub* iii), relativo ai servizi *post*-vendita di assistenza, manutenzione e riparazione di autoveicoli, considerando isocrone di ampiezza pari a 20 minuti di auto dalle sedi della Target, la quota di mercato di Intergea a seguito dell'Operazione sarà pari a circa il *[1-5%]* nell'ambito dell'isocrona definita attorno alla sede di Monza e al *[1-5%]* all'interno dell'isocrona definita attorno alla sede di Paderno Dugnano.
21. Inoltre, in tutti i suddetti mercati sono attivi numerosi e qualificati concorrenti.
22. Infine, l'Operazione non produrrà distorsioni di natura verticale, posto che la Target non opera quale importatore e che il Gruppo Intergea è attivo solo marginalmente nell'importazione di autoveicoli dal mercato cinese, tramite la società Eurasia Motor Company S.r.l. che, peraltro, importa quantitativi di automobili alquanto modesti e che non risulteranno incrementati se non in misura marginale dall'Operazione.
23. Alla luce delle considerazioni sopraesposte, l'Operazione 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

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